

**STRATEGI PELAYANAN PRIMA UNTUK MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH PADA KSPPS BMT NU JAWA TIMUR
CABANG AJUNG JEMBER**



Oleh :
Moh. Yafis Shudur
NIM 212105010083

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

**STRATEGI PELAYANAN PRIMA UNTUK MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH PADA KSPPS BMT NU JAWA TIMUR
CABANG AJUNG JEMBER**

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 :
Moh. Yafis Shudur
NIM 212105010083

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



**STRATEGI PELAYANAN PRIMA UNTUK MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH PADA KSPPS BMT NU JAWA TIMUR
CABANG AJUNG JEMBER**

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 Syari'ah

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

Oleh :

Moh. Yafis Shudur
NIM. 212105010083

Disetujui Pembimbing



Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I
NIP. 197608122008011015

**STRATEGI PELAYANAN PRIMA UNTUK MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH PADA KSPPS BMT NU JAWA TIMUR
CABANG AJUNG JEMBER**

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 : Rabu

Tanggal : 18 juni 2025

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

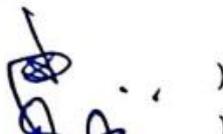


Aminatus Zahrivah, S.E., M.Si.
NIP.198907232019032012



Udik Mashudi, S.E., M.M
NUP. 2005106

Anggota:

1. Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I ()
2. Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si ()

Mengetahui,

Deputi Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

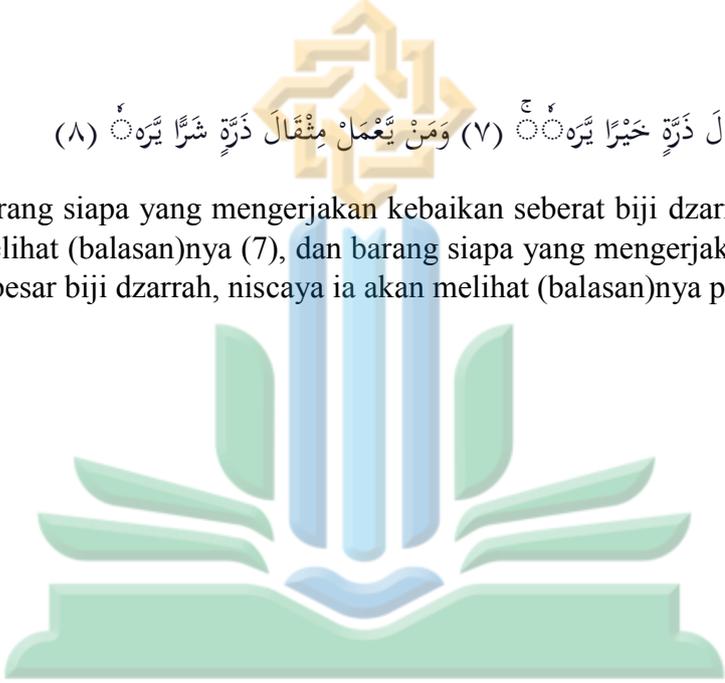


Dr. H. Hidayatullah, M.Ag
NIP. 196812261996031001

MOTTO

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ۗ (٧) وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ۗ (٨)

Artinya: “Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat biji dzarrah, dia akan melihat (balasan)nya (7), dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar biji dzarrah, niscaya ia akan melihat (balasan)nya pula (8).”¹



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

¹ Al-Qur'an dan Maknanya “surah al-zalzalah ayat 7-8” diakses pada tanggal 30 April 2025.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbilalamin, Segala puji bagi Allah Swt, yang telah memberikan Rahmat serta hidayahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana dengan lancar. Dengan penuh rasa syukur dan bangga bisa sampai titik ini, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Muksari dan Ibu Wiwik Kusmawati, terima kasih sudah menjadi orang tua yang baik, terima kasih atas do'a motivasi, dukungan dan perjuangan serta pengorbanan yang telah diberikan. Baik berupa materi maupun non materi. karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis dan bekerja keras agar penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Kepada seluruh keluarga besarku yang telah menjadi penyemangat bagi penulis untuk terus berjuang dalam menyelesaikan pendidikan sarjana-1 ini.
3. Kepada orang yang selalu menemani terima kasih telah memberikan semangat dan bantuannya dalam menyusun skripsi dan juga temen temen yang selalu memberikan support untuk terus berjuang dalam menyelesaikan perkuliahan dengan tepat waktu, dan terimakasih atas rasa kekeluargaan, kebersamaan yang selalu diberikan. yang telah menemani selama hampir empat tahun dan senantiasa memberikan motivasi untuk menjadi lebih baik.

4. Terima Kasih kepada seluruh teman temanku Perbankan Syariah khususnya Perbankan Syariah 4 angkatan 2021 yang telah menjadi teman seperjuangan dan saling berbagi ilmu selama perkuliahan di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.



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

KATA PENGANTAR

سَمِ اللّٰهُ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan Rahmat, nikmat dan karunia- Nya sehingga dengan usaha, doa dan kerja keras Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember” yang dapat terselesaikan dengan lancar.

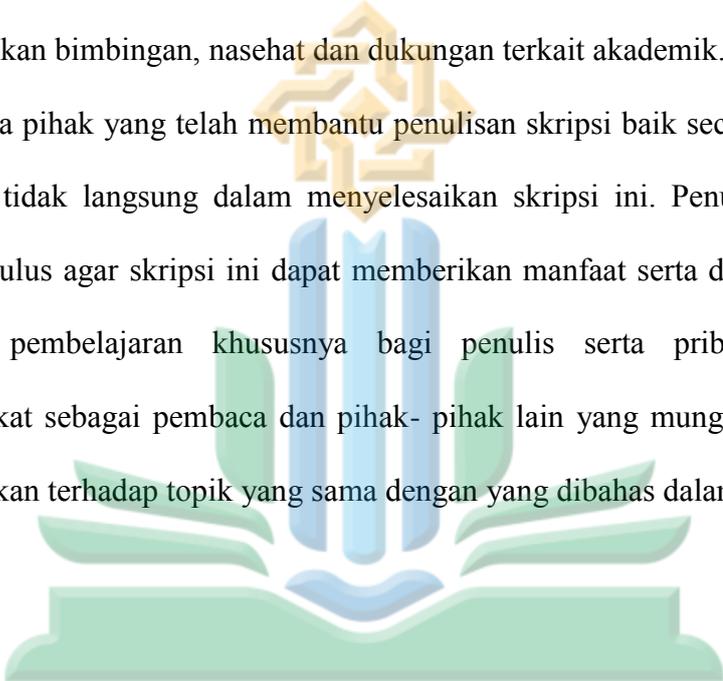
Shalawat serta salam semoga selalu dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah mengantarkan kita dari zaman penuh kebatilan menuju zaman terang benderang seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M., CPEM. Selaku Rektor UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Ibu Ana Pratiwi, SE.,AK., MSA Selaku Koordinator program Studi Perbankan Syariah.

5. Bapak Dr. Ahmadiono Selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) yang telah memberikan bimbingan, nasehat dan dukungan terkait akademik.

Semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis berharap dengan tulus agar skripsi ini dapat memberikan manfaat serta dapat menjadi sumber pembelajaran khususnya bagi penulis serta pribadi, kepada masyarakat sebagai pembaca dan pihak- pihak lain yang mungkin memiliki ketertarikan terhadap topik yang sama dengan yang dibahas dalam skripsi ini.



Jember 14 Mei 2025
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Moh. Yafis Shudur
212105010083

ABSTRAK

Moh. Yafis Shudur, 2025: Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember.

Kata Kunci: Strategi Pelayanan Prima, Loyalitas Nasabah.

Perkembangan bisnis perbankan yang semakin pesat dan banyaknya bank baru yang bermunculan, persaingan antar bank menjadi semakin ketat. Karena layanan dan produk bank hampir sama dan mudah ditiru, maka cara terbaik untuk menjaga loyalitas nasabah adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan memastikan nasabah merasa puas.

Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu: 1) Bagaimana strategi pelayanan prima untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember? 2) Bagaimana kendala strategi pelayanan prima untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember? 3) Bagaimana upaya yang dilakukan KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember untuk mengatasi kendala strategi pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah?

Tujuan pada penelian ini yaitu: 1) Mengetahui strategi pelayanan prima untuk meningkatkan loyalitas nasabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember. 2) Mengetahui Bagaimana kendala strategi pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember. 3) Mengatahui Bagaimana upaya yang dilakukan KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember untuk mengatasi kendala strategi pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Teknik analisis datanya menggunakan analisis deskriptif yaitu informasi dan data yang sudah didapat dilapangan selanjutnya dianalisis dan di ambil kesimpulannya.

Hasil penelitian yang sudah dilakukan pada KSPPS BMT NU Jawa Timur yaitu: 1) Bahwa lembaga KSPPS BMT NU Jawa Timur menerapkan strategi pelayanan prima yaitu kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), tanggung jawab (*accountability*), strategi jemput bola dan strategi edukasi. 2) Kendala pada strategi jemput bola yaitu adalah hambatan yang dihadapi saat petugas mendatangi langsung nasabah, seperti keterbatasan sumber daya manusia, waktu, biaya operasional, dan cuaca yang dapat menghambat efektivitas layanan. Kendala pada strategi edukasi yaitu seperti rendahnya literasi, keterbatasan waktu dan kurangnya minat atau perhatian dari sebagian anggota. 3) Upaya yang dilakukan pada strategi jemput bola yaitu memperluas jangkauan, dan meningkatkan kepuasan tanpa menunggu nasabah datang ke kantor. Upaya yang dilakukan pada strategi edukasi yaitu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk dan layanan dengan komunikasi yang mudah dipahami.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah.....	9
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
A. Penelitian Terdahulu.....	13
B. Kajian Teori.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	45

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi Penelitian.....	46
C. Subyek Penelitian.....	46
D. Teknik Pengumpulan Data.....	48
E. Analisis Data.....	50
F. Keabsahan Data.....	53
G. Tahap-tahap Penelitian.....	54
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA.....	57
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	57
B. Penyajian Data dan Analisis.....	62
C. Pembahasan Temuan.....	86
BAB V PENUTUP.....	99
A. Simpulan.....	99
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember	6
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu	24



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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo KSPPS BMT NU Jawa Timur 59

Gambar 1. 2 Struktur KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember 60



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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Matrik Penelitian	108
Lampiran 2 Pernyataan Keaslian Tulisan.....	109
Lampiran 3 Pedoman Wawancara.....	110
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	111
Lampiran 5 Surat Selesai Penelitian	112
Lampiran 6 Jurnal Kegiatan Penelitian.....	113
Lampiran 7 Surat Keterangan Turnitin	114
Lampiran 8 Surat Keterangan Selesai Bimbingan	115
Lampiran 9 Surat Kelengkapan Naskah.....	116
Lampiran 10 Dokumentasi Penelitian.....	117
Lampiran 11 Biodata Penulis.....	119

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan bisnis perbankan yang semakin pesat dan banyaknya bank baru yang bermunculan, persaingan antar bank menjadi semakin ketat. Karena layanan dan produk bank hampir sama dan mudah ditiru, maka cara terbaik untuk menjaga loyalitas nasabah adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan memastikan nasabah merasa puas.²

Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) yang beroperasi di Kabupaten Jember adalah BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung, yang didirikan dengan dasar badan hukum koperasi. KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember berperan sebagai lembaga keuangan syariah yang fokus pada pengembangan sektor usaha mikro, dengan menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Lembaga ini menaruh perhatian besar pada pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil dan telah memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui berbagai bentuk layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Pada tahun 2014, BMT NU Jawa Timur berhasil meraih sejumlah penghargaan bergengsi di tingkat nasional maupun provinsi sebagai bentuk pengakuan atas kontribusinya dalam pengembangan koperasi syariah dan pemberdayaan ekonomi umat, khususnya di wilayah Jawa Timur. Prestasi tingkat nasional “Koperasi Berprestasi”. Penghargaan ini menobatkan BMT

² Muhammad Saputra, “Strategi Bank Xyz Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah,” *Jurnal Ilmiah FE-UMM* 11, no. 2 (2017): 18–26.

NU Jawa Timur sebagai salah satu koperasi terbaik secara nasional karena dinilai berhasil menerapkan prinsip-prinsip syariah dan tata kelola koperasi yang baik, sehat secara finansial, serta mampu memberikan dampak sosial dan ekonomi yang signifikan bagi anggotanya. Prestasi Tingkat Nasional “Koperasi Simpan Pinjam Award”. Penghargaan ini diberikan atas keberhasilan BMT NU Jawa Timur dalam mengelola unit simpan pinjam berbasis syariah dengan inovatif dan akuntabel. BMT NU dinilai mampu menciptakan layanan keuangan inklusif, menjaga kepercayaan anggota, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi masyarakat kecil dan menengah.³

Perkembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) di Indonesia bukanlah hal yang asing lagi. Sejak tahun 1992, mulai bermunculan lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, salah satunya dengan membatasi praktik bunga (riba) dalam setiap aktivitas keuangannya. Lahirnya bank syariah dan LKMS tidak terlepas dari pelarangan riba yang ditegaskan secara jelas dalam Al-Qur'an. Riba dipahami sebagai tambahan yang diambil tanpa adanya transaksi pengganti atau penyeimbang yang sah menurut syariah. Seiring meningkatnya persaingan antar lembaga keuangan, baik konvensional maupun syariah, setiap institusi atau perusahaan dituntut untuk meningkatkan daya saingnya. Hal ini dikarenakan produk-produk keuangan yang ditawarkan sangatlah sensitif terhadap persaingan pasar dan dapat dengan mudah ditiru oleh pesaing lainnya. Oleh karena itu, pengembangan strategi dan inovasi menjadi suatu keharusan agar lembaga

³ Web BMT NU Jawa Timur, Diakses Melalui https://bmtnujatim.id/page/prestasi_bmtnu_jawa_timur 29 April, 2025.

keuangan, khususnya LKMS, dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan.⁴

Dalam mencapai keberhasilan perusahaan, peran pemimpin dalam merancang dan mengimplementasikan strategi sangatlah penting untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau nasabah. Namun, saat mengembangkan strategi tersebut, manajer juga perlu mempertimbangkan posisi perusahaan dalam industri dibandingkan dengan para pesaing. Oleh karena itu, strategi yang dirancang harus kompetitif, sesuai dengan posisi perusahaan, serta mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kekuatan pesaing. Strategi tersebut perlu disesuaikan secara berkelanjutan untuk menghadapi dinamika persaingan yang terus berkembang.⁵

Dalam proses penyusunan strategi bisnis, terdapat sebuah disiplin ilmu yang dikenal sebagai manajemen strategi, yang mencakup seni dan ilmu dalam merancang, mengimplementasikan, serta mengevaluasi berbagai keputusan lintas fungsi di dalam organisasi. Manajemen strategi berperan penting dalam membantu perusahaan mengidentifikasi tujuan jangka panjangnya, memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal, serta menyesuaikan langkah-langkah operasional dengan dinamika lingkungan bisnis. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat merumuskan strategi yang efektif,

⁴ Sugiono and Ela Masruroh, "Upaya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: BMT NU Cabang Grujungan Bondowoso)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022):561-570.

⁵ Selamat Siregar, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan," *Jurnal Ilmiah Methonomi* 1, no. 2 (2015):63-64.

menerapkannya secara terintegrasi, dan mengevaluasi keberhasilannya untuk memastikan tercapainya sasaran yang telah ditetapkan.⁶

Manajemen strategi memiliki peranan krusial dalam mendukung pertumbuhan dan kesuksesan perusahaan, termasuk lembaga perbankan. Melalui proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengarahan sumber daya secara efektif, manajemen strategi memungkinkan bank untuk menghadapi dinamika pasar, memperluas jangkauan nasabah, serta memperkuat posisi kompetitifnya di industri keuangan. Salah satu tujuan utama dari penerapan manajemen strategi di sektor perbankan adalah untuk membangun dan meningkatkan loyalitas nasabah secara berkelanjutan.⁷

Loyalitas nasabah dipengaruhi oleh sejauh mana barang atau jasa yang diberikan memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah. Oleh karena itu, jaminan kualitas dan nilai menjadi faktor utama yang harus diperhatikan. Nasabah cenderung setia jika pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah dilakukan secara maksimal, sehingga menciptakan rasa kepuasan yang tinggi. Loyalitas terbentuk ketika nasabah merasa puas dengan kualitas merek atau layanan yang diterima dan memiliki niat untuk terus menjalin hubungan dengan penyedia layanan. Selain itu, loyalitas juga dapat dipengaruhi oleh hambatan peralihan yang signifikan, baik dari segi teknis, ekonomi, maupun

⁶ Siti Alfiah, "Analisis Strategi E-Business (Studi Kasus Di UMKM Kopi Biji Salak (KOPLAK) Di Dusun Salakan Desa Semboro Kecamatan Semboro)," *Al-Tsaman Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 1, no. 1 (2019): 61–73.

⁷ Mirzam Arqy Ahmadi, "Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank," *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro* 7, no. 1 (2023): 15–25.

psikologis, yang membuat nasabah merasa sulit atau mahal untuk beralih ke penyedia layanan lain.⁸

Secara umum, loyalitas pelanggan merujuk pada keterikatan dan kesetiaan individu terhadap suatu produk atau layanan tertentu. Pelanggan yang memiliki tingkat komitmen yang tinggi terhadap merek atau penyedia jasa cenderung tidak mudah dipengaruhi oleh upaya pemasaran dari pesaing, dan tetap konsisten dalam pilihan nasabah. Loyalitas semacam ini menjadi fondasi penting bagi kesuksesan bisnis, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi juga sebagai sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.⁹

Loyalitas nasabah tercermin melalui perilaku konsisten dalam menggunakan produk atau layanan tertentu secara berulang. Nasabah yang telah memiliki rasa percaya dan keterikatan terhadap suatu produk atau jasa cenderung tidak mudah berpaling atau mempertimbangkan alternatif lain. Namun, apabila produk atau layanan yang diterima tidak memenuhi harapan, maka nasabah cenderung akan mencari pilihan lain yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensinya.¹⁰

⁸ Masadah, Asngadi, and Cuk Triono Singgih, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah Di Kabupaten Jombang Yang Dimediasi Variabel Kepuasan," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (2020): 197–208.

⁹ Eka Komalasari, "Peranan Customer Relationship Dalam Meningkatkan Loyalitas Peranan Customer Relationship Dalam Perbankan," *Jurnal Siasat*. 9, no. 2 (2021): 193-200.

¹⁰ Dwi Ratna Pamungkas, "Strategi Pelayanan Pt. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, Tbk Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Mms Kertosono, Nganjuk, Jawa Timur," *Jurnal Ilmu Manajemen*. 2, no. 3 (2016): 57.

Tabel 1. 1
Jumlah Nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember
Tahun 2022 – 2024

Tahun	Jumlah Nasabah
2022	1.172
2023	1.359
2024	1.527

Sumber: Hasil Observasi pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung

Dari tabel diatas, kenaikan jumlah nasabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember selama tiga tahun terakhir dikarenakan dari pihak BMT menerapkan strategi jemput bola yang merupakan salah satu bentuk pelayanan prima yang bertujuan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah, khususnya yang memiliki keterbatasan waktu atau jarak tempuh ke kantor BMT. Dengan strategi ini, nasabah tidak perlu datang ke kantor BMT, sehingga lebih hemat waktu dan tenaga.¹¹

Pelayanan optimal sangat penting bagi perusahaan karena berpengaruh besar terhadap kepuasan nasabah dan citra positif di mata masyarakat. Pelayanan yang konsisten dan berkualitas akan meningkatkan kepercayaan serta loyalitas nasabah. Meski tidak mudah, pelayanan berkualitas membutuhkan strategi matang, dedikasi, dan keahlian. Jika dikelola dengan baik, perusahaan akan memperoleh hubungan jangka panjang yang mendukung pertumbuhan dan kesuksesan secara berkelanjutan.¹²

Pelayanan prima mencakup layanan cepat, tepat, ramah, dan sesuai kebutuhan nasabah, yang tidak hanya menciptakan kepuasan tetapi juga

¹¹ Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 april 2025.

¹² Hidayatul Gofur et al., "Strategi Pelayanan Prima Frontliner Pada BSI KCP Indramayu Jatibarang," *Journal of Sharia Economics and Finance* 3, no. 2 (2023): 60–70.

memperkuat hubungan emosional dengan perusahaan. Bagi BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung, yang beroperasi di tengah persaingan ketat, kepuasan dan kepercayaan nasabah menjadi kunci keberhasilan. Oleh karena itu, perbankan terus berupaya meningkatkan pelayanan demi mempertahankan loyalitas nasabah.¹³

Pelayanan tercipta melalui suatu proses interaksi antara pihak yang memberikan layanan dan pihak yang menerima layanan. Pihak yang memberikan layanan, atau dikenal sebagai penyedia layanan (*service provider*), merupakan entitas yang menyediakan produk atau jasa kepada konsumen. Layanan yang diberikan dapat berupa penyerahan barang secara fisik maupun jasa nonfisik sesuai kebutuhan. Sementara itu, pihak yang menerima layanan, disebut sebagai penerima layanan (*service receiver*), adalah individu atau kelompok yang berperan sebagai konsumen atau pelanggan yang menikmati manfaat dari layanan yang disediakan oleh penyedia tersebut.¹⁴

Pelayanan prima bukan sekadar menyediakan layanan, melainkan melibatkan pemberian perhatian ekstra yang sesuai dengan harapan pelanggan yang menginginkan layanan terbaik. Hal ini mencakup kemampuan karyawan untuk mengambil keputusan, tindakan, dan sikap yang tepat dalam menjalin hubungan dengan pelanggan, sehingga dapat memberikan pengalaman yang memuaskan. Dengan pelayanan optimal, perusahaan juga akan lebih mudah

¹³ Andre Misa Putra and Fernos Jhon, "Pelaksanaan Pelayanan Prima Terhadap Kepercayaan Nasabah Di Pt. Bank Perkreditan Rakyat Jorong Kampung Tengah Pariaman" (2019): 9.

¹⁴ Fatmasari, "Analisis Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada PT. XYZ Cabang Makassar Dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan," *AKMEN: Akutansi dan Manajemen* 5, no. 4 (2018): 265–272.

menarik perhatian calon nasabah baru, meningkatkan jumlah pengguna produk atau jasa, dan memperluas pangsa pasarnya. Oleh karena itu, pelayanan yang baik harus menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan yang ingin meraih manfaat besar dalam jangka panjang dan terus bersaing di tengah perubahan pasar yang dinamis.¹⁵

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, maka dirumuskan suatu penelitian dengan judul “Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka pertanyaan pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi pelayanan prima untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember?
2. Bagaimana kendala strategi pelayanan prima untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember?
3. Bagaimana upaya yang dilakukan KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember untuk mengatasi kendala strategi pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui strategi pelayanan prima untuk meningkatkan loyalitas nasabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember.

¹⁵ Agtovia Frimayasa. “Konsep Dasar Dan Strategi Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada Perusahaan Telekomunikasi Indosat Ooredoo.” *Cakrawala* 17, no. 1 (2017): 65–71.

2. Mengetahui Bagaimana kendala strategi pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember.
3. Mengetahui Bagaimana upaya yang dilakukan KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember untuk mengatasi kendala strategi pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang manajemen pelayanan, khususnya pada sektor perbankan mikro, tentang pentingnya pelayanan prima sebagai faktor yang berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

2. Secara Praktis

Dapat menjadi acuan bagi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember untuk merancang dan mengimplementasikan strategi pelayanan prima yang tepat, guna meningkatkan loyalitas nasabah.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah memuat penjelasan mengenai konsep-konsep utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Adapun istilah-istilah kunci yang digunakan dalam judul skripsi ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi merupakan suatu rencana menyeluruh yang dirancang untuk mengarahkan langkah-langkah perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dengan berlandaskan pada misi yang telah dirumuskan sebelumnya. Dari pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa strategi mencakup serangkaian tindakan yang direncanakan secara sistematis oleh perusahaan guna mewujudkan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.¹⁶

2. Pelayanan Prima

Pelayanan prima (*service excellence*) adalah bentuk perhatian khusus kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik yang memudahkan terpenuhinya kebutuhan nasabah serta menciptakan kepuasan, sehingga pelanggan tetap setia pada organisasi atau perusahaan. Pelayanan berkualitas kepada nasabah bukan hanya menjadi tanggung jawab karyawan yang langsung berinteraksi di *front office*, tetapi juga melibatkan karyawan di *back office* yang bekerja di balik layar. Kedua kelompok karyawan ini berperan bersama-sama untuk menghasilkan layanan yang mencerminkan standar mutu tinggi.¹⁷

3. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan kesetiaan pelanggan terhadap suatu merek atau produk yang ditunjukkan melalui perilaku pembelian secara berulang. Proses membangun loyalitas membutuhkan waktu dan

¹⁶ Ni Ketut Riani, "Strategi Peningkatan Pelayanan Publik," *Jurnal inovasi penelitian* 1, no. 11 (2021): 2445.

¹⁷ Ayu Rosefiani Syara and Jati Handayani, "Analisis Pengaruh Dimensi Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Bri Kantor Cabang Kendal," *Keunis* 8, no. 2 (2020): 135.

konsistensi dalam pembelian, karena kesetiaan ini terbentuk dari pengalaman berkelanjutan dengan produk atau jasa tersebut. Mempertahankan nasabah yang sudah loyal jauh lebih efisien secara biaya dibandingkan harus menarik pelanggan baru. Selain pembelian berulang, loyalitas juga memberikan manfaat tambahan berupa rekomendasi positif dari nasabah kepada teman atau kenalan, yang berkontribusi pada pertumbuhan bisnis perusahaan.¹⁸

F. Sistematika Pembahasan

Susunan pembahasan dalam penelitian ini yang disajikan secara runtut mulai dari bagian pendahuluan hingga bab penutup. Penulisan disampaikan dengan gaya deskriptif naratif agar alur pembahasan lebih mengalir dan mudah dipahami. Berikut adalah rangkaian pembahasan dalam penelitian ini:

BAB I Merupakan bagian pembuka dalam penyusunan skripsi yang berisi penjabaran mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian, definisi istilah penting, dan sistematika penulisan. Bagian ini berfungsi untuk memperkenalkan permasalahan yang diangkat, menjelaskan urgensi penelitian, dan memberikan arah bagi pembaca dalam memahami keseluruhan isi skripsi.

BAB II Menyajikan landasan teoritis dan kajian pustaka yang relevan. Di dalamnya termuat telaah terhadap penelitian-penelitian terdahulu sebagai bahan pembanding sekaligus pijakan dalam menyusun kerangka teori. Bagian

¹⁸ Iwan Kurniawan Subagja and Putri Herlanies Susanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza," *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 7, no. 1 (2019): 69-84.

ini bertujuan menempatkan penelitian dalam konteks ilmiah yang lebih luas dan membangun dasar teoritis sebagai acuan dalam menganalisis data.

BAB III menjelaskan secara rinci pendekatan penelitian yang digunakan, termasuk jenis penelitian, lokasi dan subjek penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data, uji keabsahan data, serta langkah-langkah pelaksanaan penelitian. Bab ini berperan penting dalam menggambarkan proses ilmiah yang sistematis dan logis yang ditempuh untuk memperoleh hasil penelitian menjadi objektif dan dapat dipertanggungjawabkan.

BAB IV Berisi uraian hasil penelitian yang meliputi deskripsi umum objek penelitian, penyajian dan analisis data, serta pembahasan terhadap temuan yang diperoleh. Bagian ini menyajikan proses transformasi data mentah menjadi informasi bermakna yang mendukung pengujian terhadap rumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V Adalah bagian penutup yang memuat rangkuman temuan penelitian dalam bentuk kesimpulan serta rekomendasi yang dapat dijadikan rujukan untuk penelitian lanjutan atau penerapan praktis. Bab ini memberikan penekanan akhir pada kontribusi penelitian dan implikasi dari hasil yang telah dicapai.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Bagian ini dikenal sebagai "Tinjauan Pustaka" atau "Kajian Literatur," yang berisi pemaparan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang memiliki kaitan dengan topik yang sedang diteliti. Dalam bagian ini, peneliti menyajikan ringkasan dari berbagai studi terdahulu, baik yang bersumber dari skripsi, tesis, disertasi, maupun karya ilmiah lain yang relevan. Penelitian-penelitian tersebut digunakan sebagai referensi untuk memperkuat landasan teori dan memperjelas posisi penelitian yang sedang dilakukan. Adapun beberapa penelitian yang berkaitan dengan topik ini antara lain sebagai berikut:

1. Lis Torisa Utami dengan judul “Analisis Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA Cabang Green Garden Jakarta”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan variabel-variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket kepada 30 responden yang sedang melakukan transaksi di Bank Central Asia (BCA) cabang Green Garden Jakarta. Teknik analisis data menggunakan deskriptif kuantitatif dengan bantuan SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa karakteristik dari responden laki-laki adalah 14 orang, jumlah responden wanita

adalah 16 orang, dan ditinjau dari jenis pekerjaan responden adalah pegawai swasta sebanyak 24 orang, 1 orang wiraswasta dan 5 orang pelajar. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, ditemukan bahwa terdapat empat variabel yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, yaitu variabel sikap dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, variabel tindakan dengan nilai signifikansi $0,030 < 0,05$, variabel kemampuan dengan nilai signifikansi $0,050 < 0,05$, serta variabel tanggung jawab dengan nilai signifikansi $0,037 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah Bank Central Asia (BCA) cabang Green Garden Jakarta dipengaruhi secara signifikan oleh empat konsep dalam pelayanan prima, yaitu sikap, tindakan, kemampuan, dan tanggung jawab dari petugas *customer service*.¹⁹

Kemudian persamaan peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama berfokus pada aspek pelayanan prima sebagai elemen penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah.. Perbedaan peneliti terdahulu dan sekarang yaitu peneliti terdahulu bersifat kuantitatif, sedangkan peneliti sekarang bersifat kualitatif.

2. Luthfiyah Bilqis, Ai Nunung dengan judul “Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Konsumen Schatje Kids Di Bandung”

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini

¹⁹ Lis Torisa Utami, “Analisis Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Central Asia Cabang Utama Green Garden Jakarta,” *Jurnal Serasi* 19, no. 2 (2021): 103.

menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian mencakup seluruh pelanggan yang telah melakukan pembelian produk Schatje Kids, dengan jumlah sampel sebanyak 49 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui sumber data primer, sedangkan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Analisis Regresi Linier Sederhana, Uji T, dan Uji Koefisien Determinasi dengan bantuan software SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, yang dibuktikan melalui Uji T dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.²⁰

Kemudian persamaan peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama bertujuan memberikan strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui perbaikan pelayanan. Perbedaan peneliti terdahulu dan sekarang yaitu peneliti terdahulu meneliti pelanggan retail produk pakaian anak, sedangkan peneliti sekarang meneliti nasabah BMT.

3. Nanda Mulyani dengan judul “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Diponegoro”

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pelayanan prima yang diukur melalui indikator kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab terhadap kepuasan nasabah

²⁰ Luthfiyah Bilqis and Ai Nunung, “Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Konsumen Schatje Kids Di Bandung,” *Value* 2, no. 1 (2021): 97–107.

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Diponegoro. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Pendekatan kuantitatif diterapkan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengolah data. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji-T dan uji-F dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil uji-F menunjukkan bahwa secara simultan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun, secara parsial hanya sikap, penampilan, perhatian, dan tindakan yang berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan kemampuan dan tanggung jawab tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.²¹

Kemudian persamaan peneliti terdahulu dan sekarang terletak pada penerapan pelayanan prima sebagai fokus utama untuk meningkatkan hubungan dengan nasabah. Perbedaan peneliti terdahulu dan sekarang yaitu peneliti terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan peneliti sekarang menggunakan pendekatan kualitatif.

4. Munif Efendi, Sela Zakiyatul Maula dengan judul “Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Terhadap Produk (Studi Kasus KSP Modern Cabang Tegaldimo Kab. Banyuwangi)”

²¹ Nanda Mulyani, “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Diponegoro” (Skripsi, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pelayanan prima yang diterapkan dalam meningkatkan loyalitas nasabah di KSP Modern cabang Tegaldlimo, Banyuwangi, serta mengkaji dampak dari strategi tersebut. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pengumpulan data primer dan sekunder melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa strategi pelayanan prima di KSP Modern telah mencapai standar kualitas yang optimal. Pelayanan yang berkualitas memberikan dampak positif bagi KSP Modern dengan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah. Untuk memperkuat loyalitas nasabah, KSP Modern cabang Tegaldlimo mengimplementasikan konsep pelayanan prima 6A, yang terdiri dari sikap, penampilan, tindakan, kemampuan, perhatian, dan tanggung jawab.²²

Kemudian persamaan peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Perbedaan peneliti terdahulu dan sekarang yaitu peneliti terdahulu fokus pada produk simpan pinjam, sedangkan penelitian sekarang fokus pada layanan pembiayaan syariah.

5. Astiah Safari , Maskan AF dan Salasiah dengan judul “Analisis Pelayanan Prima Pada Kantor PT. PLN (Persero) Melak Kabupaten Kutai Barat”

²² Munif Efendi and Sela Zakiatul Maula, “Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Terhadap Produk (Studi Kasus KSP Modern Cabang Tegaldlimo Kab. Banyuwangi),” *Ekonomia: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2022):71-93.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan pelayanan prima di Kantor PT. PLN (Persero) Melak, Kabupaten Kutai Barat, khususnya dalam melaksanakan standar dan proses pelayanan yang berkualitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan fokus pada aspek sikap (*attitude*), kemampuan (*ability*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), dan tanggung jawab (*accountability*) para pegawai di Kantor PT. PLN (Persero) Melak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pelayanan prima di kantor tersebut sudah berjalan dengan baik, dimana kelima aspek tersebut telah dijalankan secara optimal oleh para pegawai. Namun demikian, terdapat beberapa indikator yang masih perlu perbaikan, seperti keterlambatan respon pegawai dalam melayani masyarakat melalui media sosial serta kondisi halaman parkir yang belum memadai, terutama untuk kendaraan roda empat.²³

Kemudian persamaan peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama bertujuan untuk mengevaluasi penerapan pelayanan prima sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan atau loyalitas pelanggan. Perbedaan peneliti terdahulu dan sekarang yaitu peneliti terdahulu perusahaan penyedia layanan listrik, sedangkan peneliti sekarang perusahaan penyedia keuangan.

²³ Astiah Safari, Maskan AF, and Salasiah, "Analisis Pelayanan Prima Pada Kantor PT.PLN (Persero) Melak Kabupaten Kutai Barat," *Dedikasi* 23, no. 2 (2023): 12.

6. Pingkan Fitria Redati dengan judul “Penerapan Pelayanan Prima Pada Frontliners Guna Meningkatkan Dan Mempertahankan Jumlah Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Masaran Pasca Pandemi Covid 19”

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi yang terjadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 memberikan dampak signifikan pada sektor perbankan, termasuk bank syariah, yang terlihat dari penurunan jumlah nasabah dan aktivitas transaksi. Untuk mengatasi tantangan tersebut, bank syariah menerapkan strategi layanan prima berupa peningkatan kualitas layanan, inovasi teknologi, pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, serta komunikasi yang efektif. Dengan strategi ini, diharapkan bank dapat memperkuat kepercayaan nasabah, menarik nasabah baru, serta mempertahankan nasabah lama, sehingga mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan Bank Syariah Indonesia KCP Masaran di masa pascapandemi.²⁴

Kemudian persamaan peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama meningkatkan atau mempertahankan jumlah nasabah melalui strategi pelayanan yang optimal. Perbedaan peneliti terdahulu dan sekarang yaitu peneliti terdahulu objek di BSI KCP Masaran, sedangkan peneliti sekarang di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember.

²⁴ Pingkan Fitria Redati, “Penerapan Pelayanan Prima Pada Frontliners Guna Meningkatkan Dan Mempertahankan Jumlah Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Masaran Pasca Pandemi Covid 19”, (Skripsi, UIN Raden Mas Said, Surakarta, 2023).

7. Anggi Nadia Nurohmah, Agung Guritno dengan judul “Analisis Determinan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kendal Weleri”

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Komunikasi Pemasaran, Pelayanan Prima, dan Emotional Branding terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai variabel intervening. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi Pemasaran memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas dan Kepuasan, sementara Pelayanan Prima berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas, dan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Kepuasan. Emotional Branding merupakan satu-satunya variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap Loyalitas. Selain itu, Kepuasan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas. Namun, Kepuasan hanya mampu memediasi pengaruh Pelayanan Prima terhadap Loyalitas, sedangkan tidak memediasi pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Emotional Branding terhadap Loyalitas.²⁵

Kemudian persamaan peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama menekankan pentingnya pelayanan prima dalam membangun loyalitas nasabah.. Perbedaan peneliti terdahulu dan sekarang yaitu

²⁵ Anggi Nadia Nurohmah and Agung Guritno, “Analisis Determinan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kendal Weleri,” *Al-bank: Journal of Islamic Banking and Finance* 3, no. 1 (2023): 34.

peneliti terdahulu fokus pada faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas, sedangkan peneliti sekarang fokus merancang dan mengevaluasi langkah pelayanan prima.

8. Ahmadih Rojali Jawab, Salsabila dengan judul “Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Umroh Pada PT. Khazzanah Al –Anshary Tahun 2023”

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penerapan pelayanan prima terhadap jamaah umroh serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam memberikan pelayanan prima tersebut. Kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi, yaitu bukti nyata, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Data primer dikumpulkan melalui penelitian lapangan dengan objek studi berupa Direktur Utama dan satu hingga dua staf PT. Khazzanah Al-Anshary. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara langsung dan observasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa PT. Khazzanah Al-Anshary telah menerapkan pelayanan prima secara efektif, terbukti dari respons yang cepat dan tanggap terhadap keinginan maupun keluhan jamaah umroh. Dengan pelayanan prima tersebut, tingkat kepuasan jamaah di travel Khazzanah semakin meningkat.²⁶

Kemudian persamaan peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama berfokus pada pelayanan prima sebagai strategi utama untuk

²⁶ Ahmadih Rojali Jawab and Salsabila, “Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Umroh Pada PT. Khazzanah Al –Anshary Tahun 2023,” *Jurnal Manajemen Dakwah* 12, no. 1 (2024): 141-167.

meningkatkan loyalitas nasabah ataupun pelanggan. Perbedaan peneliti terdahulu dan sekarang yaitu peneliti terdahulu jasa perjalanan ibadah umroh, sedangkan peneliti sekarang di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember

9. Akhlakul Karima dengan judul “Optimalisasi Muamalat DIN Dalam Memaksimalkan Pelayanan Prima Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pangkalpinang”

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta data sekunder dari buku dan jurnal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan aplikasi Muamalat DIN di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pangkalpinang telah mengimplementasikan seluruh fitur sesuai dengan standar layanan aplikasi tersebut. Untuk pengoptimalannya, Muamalat DIN secara rutin melakukan pembaruan pada produk dan fitur aplikasi, memberikan sosialisasi terkait fitur dan keamanan baru, serta melaksanakan evaluasi setiap bulan dan tahunan kepada karyawan guna mengukur keberhasilan strategi yang dijalankan.²⁷

Kemudian persamaan peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama membahas pelayanan prima sebagai faktor utama dalam meningkatkan kualitas layanan perbankan. Perbedaan peneliti terdahulu dan sekarang yaitu peneliti terdahulu nasabah Bank

²⁷ Akhlakul Karima, “Optimalisasi Muamalat DIN Dalam Memaksimalkan Pelayanan Prima Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pangkalpinang” (Skripsi, IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik, Bangka Belitung, 2024).

Muamalat yang menggunakan Muamalat DIN, sedangkan peneliti sekarang pelaku UMKM Mikro, Petani Kecil, dan Usaha Rumah Tangga di Ajung Jember

10. Nur Illaiyah Mardi dengan judul “Implementasi Pelayanan Prima (*Service Excellence*) pada Bank Muamalat KCP Pasuruan untuk Memaksimalkan Kepuasan Nasabah (Studi pada Bank Muamalat KCP Pasuruan)”

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk memahami secara menyeluruh fenomena yang dialami oleh subjek penelitian melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi langsung dan wawancara dengan sampel karyawan layanan pelanggan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Bank Muamalat KCP Pasuruan telah secara efektif menerapkan standar pelayanan prima (*service excellence*).²⁸

Kemudian persamaan peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama membahas pelayanan prima sebagai faktor utama dalam meningkatkan hubungan dengan nasabah di sektor perbankan. Perbedaan peneliti terdahulu dan sekarang yaitu peneliti terdahulu pelayanan prima untuk memaksimalkan kepuasan nasabah, sedangkan peneliti sekarang pelayanan prima untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

²⁸ Nur Illaiyah Mardi, “Implementasi Pelayanan Prima (*Service Excellence*) pada Bank Muamalat KCP Pasuruan untuk Memaksimalkan Kepuasan Nasabah (Studi pada Bank Muamalat KCP Pasuruan),” *Jurnal Pendidikan Agama Islam* 3, no.1 (2025): 227-238.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Lis Torisa Utami (2021)	Analisis Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA Cabang Green Garden Jakarta	Sama-sama fokus pada penerapan pelayanan prima.	Meneliti Bank BCA (konvensional) dengan metode kuantitatif dan fokus pada loyalitas nasabah.
2.	Luthfiyah Bilqis, Ai Nunung (2021)	Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan di Schatje Kids	Sama-sama Menganalisis kepuasan pelanggan dengan pelayanan prima.	Penelitian terdahulu Objek penelitian di ritel pakaian anak (Schatje Kids), bukan perbankan.
3.	Nanda Mulyani (2022)	Analisis Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah BSI	Fokus pada perbankan syariah dan pelayanan prima.	Menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengukur kepuasan nasabah BSI Syariah.
4.	Munif Efendi, Sela Zakiyatul Maula (2022)	Pelayanan Prima dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di KSP Modern	Sama-sama Mengkaji pelayanan prima dan loyalitas nasabah	Objek penelitian adalah koperasi simpan pinjam (KSP Modern) dengan metode kualitatif.
5.	Astiah Safari, Maskan AF, Salasiah (2022)	Evaluasi Pelayanan Prima di PLN (Persero)	Sama-sama Meneliti pelayanan prima dalam sektor layanan publik.	Penelitian terdahulu bukan perbankan, melainkan perusahaan listrik (PLN).
6.	Pingkan Fitria Redati (2023)	Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Jumlah Nasabah BSI KCP Masaran Selama Pandemi	Fokus pada perbankan syariah dan dampaknya terhadap nasabah.	Mengkaji pengaruh pandemi COVID-19 terhadap jumlah nasabah di BSI KCP Masaran.
7.	Anggi Nadiah, Nurohman, Agung Guritno (2023)	Komunikasi Pemasaran dan Emotional Branding dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah	Meneliti loyalitas nasabah dalam perbankan syariah.	fokus pada faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas.

		BSI		
8.	Ahmadiyah Rojali Jawab, Salsabila (2024)	Dampak Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Jamaah di PT. Khazzanah Al-Anshary	Fokus pada kepuasan pelanggan dengan pelayanan prima.	Objek penelitian adalah jasa perjalanan umroh, bukan perbankan.
9.	Akhlaqul Karima (2024))	Penerapan Pelayanan Prima Melalui Aplikasi Muamalat DIN dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Bank Muamalat	Membahas pelayanan prima dalam perbankan syariah.	Fokus pada penggunaan teknologi (aplikasi Muamalat DIN) dalam pelayanan prima.
10	Nur Illaiyah Mardi (2025)	Strategi Pelayanan Prima dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Muamalat	Menganalisis strategi pelayanan prima di perbankan syariah.	Pelayanan prima untuk memaksimalkan kepuasan nasabah

Sumber : data diolah, 2024

Berdasarkan data yang telah disajikan secara terperinci dalam tabel di atas, dapat disimpulkan secara menyeluruh bahwa tidak ditemukan adanya judul penelitian yang memiliki kesamaan, baik secara keseluruhan maupun sebagian, sehingga setiap penelitian yang tercantum dapat dipastikan memiliki fokus kajian, topik pembahasan, serta tujuan penelitian yang berbeda, yang pada akhirnya mendukung terciptanya keragaman dalam bidang kajian yang diteliti, serta menghindari terjadinya duplikasi dalam pemilihan topik dan judul penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

B. Kajian Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi adalah serangkaian tujuan yang ingin dicapai, serta upaya untuk mengkomunikasikan apa yang akan dilakukan, siapa yang bertanggung jawab melaksanakannya, bagaimana cara melaksanakannya, kepada siapa hal tersebut disampaikan, dan mengapa hasil kinerja tersebut dinilai. Strategi berfungsi sebagai alat komunikasi yang memungkinkan individu strategis untuk memastikan bahwa pihak yang tepat memahami maksud dan tujuan organisasi, serta bagaimana hal tersebut diimplementasikan dalam kegiatannya. Oleh karena itu, strategi difokuskan pada cara organisasi memanfaatkan atau memengaruhi lingkungannya, serta memilih langkah-langkah pengelolaan internal. Namun, aspek pengelolaan internal ini sendiri bukan bagian dari strategi, melainkan upaya pendukung untuk memastikan strategi dapat dijalankan secara efektif.²⁹

Strategi berkaitan dengan penetapan arah dan langkah yang harus diambil oleh pelaku usaha untuk mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki serta mengidentifikasi peluang terbaik yang dapat memberikan keuntungan kompetitif, sehingga mampu bersaing dalam dinamika perekonomian. Strategi berperan sebagai instrumen penting dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Salah satu keunggulan kompetitif yang dapat dikembangkan perusahaan adalah dengan fokus pada kepuasan konsumen.

²⁹ Nurmansyah and Burhan, *Manajemen Strategik*, (Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2021), 1.

Kepuasan konsumen merupakan faktor utama yang tidak hanya menciptakan pengalaman positif, tetapi juga meningkatkan loyalitas, sehingga konsumen terus memilih produk atau jasa perusahaan secara berkelanjutan.³⁰ Berfikir strategik memerlukan beberapa tahapan yaitu:³¹

b. Identifikasi Masalah

Pada tahap awal diharapkan mampu mengenali permasalahan yang muncul melalui pengamatan terhadap berbagai gejala atau indikasi yang tampak.

1) Pengelompokan Masalah

Pada tahap ini, diharapkan masalah-masalah dapat diklasifikasikan berdasarkan karakteristiknya masing-masing, guna mempermudah proses penyelesaiannya.

2) Proses Abstraksi

Pada tahap ini, diharapkan mampu melakukan analisis terhadap masalah-masalah yang ada dengan menelusuri faktor-faktor penyebabnya. Oleh karena itu, diperlukan ketelitian yang lebih dalam merancang langkah-langkah atau metode yang tepat untuk menyelesaikan masalah tersebut.

3) Penentuan Metode/ Cara Pemecahan

³⁰ Siti Masrohatin, Tika Puji Susanti and Yuni Cahya Kurniasih, "Analisis Strategi Pelayanan Pada Produk Kredit Umum Di PT. BPR Mitra Jaya Mandiri Pusat Kalisat," *Jurnal Gembira* 2, no.1 (2024): 156.

³¹ Abd. Rahman Rahim and Enny Radjab, *Manajemen Strategi*, (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan, 2017), 3.

Pada tahap ini, diharapkan dapat merumuskan dan memilih metode penyelesaian yang paling sesuai dan efektif untuk mengatasi permasalahan yang telah dianalisis.

4) Perencanaan Untuk Implementasi.

Pada tahap akhir ini, diharapkan mampu mengimplementasikan metode yang telah dipilih secara tepat guna menyelesaikan permasalahan yang ada.

c. Fungsi Strategi

Secara umum, strategi disusun dengan tujuan agar dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk mencapai hal tersebut, terdapat enam fungsi utama yang perlu dijalankan secara bersamaan atau simultan yaitu:³²

- 1) Salah satu fungsi strategi adalah menyampaikan visi atau maksud yang ingin dicapai kepada seluruh pihak yang terlibat. Strategi dirumuskan dalam bentuk tujuan yang jelas, disertai penjelasan mengenai apa yang akan dilakukan, siapa yang bertanggung jawab, bagaimana pelaksanaannya, untuk siapa hasil tersebut ditujukan, dan alasan mengapa hasil tersebut memiliki nilai. Dalam menyusun, mengembangkan, dan mengevaluasi berbagai alternatif strategi, penting untuk memastikan adanya keselarasan antara kapabilitas organisasi

³² Opan Arifudin, *Manajemen Strategik*, (Banyumas: CV. Pena Persada, 2020), 4.

dan kondisi lingkungan eksternal tempat strategi tersebut akan dijalankan.

2) Strategi berfungsi untuk menyelaraskan kekuatan atau keunggulan yang dimiliki organisasi dengan berbagai peluang yang tersedia di lingkungan eksternal. Dengan demikian, organisasi dapat memanfaatkan potensi internalnya secara optimal untuk merespons dan mengambil keuntungan dari peluang yang ada.

3) Strategi juga berperan dalam mengoptimalkan pencapaian dan keberhasilan yang telah diraih saat ini, sekaligus membuka

ruang untuk mengidentifikasi serta mengeksplorasi berbagai peluang baru yang berpotensi mendukung kemajuan organisasi di masa mendatang.

4) Strategi berfungsi untuk menciptakan dan meningkatkan sumber daya yang melebihi apa yang saat ini digunakan, terutama dalam hal pendanaan dan sumber daya lainnya. Penting untuk menghasilkan sumber daya yang nyata, tidak hanya berupa pendapatan, tetapi juga termasuk reputasi, komitmen karyawan, identitas merek, serta aset tidak berwujud lainnya yang mendukung keberlanjutan perusahaan.

5) Strategi berperan dalam mengkoordinasikan serta mengarahkan seluruh kegiatan organisasi ke arah yang diinginkan di masa depan. Strategi juga harus mampu menghasilkan keputusan-

keputusan penting yang mendukung tercapainya visi dan tujuan organisasi secara efektif.

- 6) Strategi harus mampu merespons dan beradaptasi terhadap perubahan kondisi yang selalu terjadi. Proses ini berlangsung secara berkelanjutan dalam upaya menemukan tujuan baru, mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya, serta mengarahkan aktivitas pendukung demi mencapai keberhasilan organisasi.

d. Tujuan Strategi

Strategi bertujuan untuk mengalokasikan sumber daya secara efektif guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi adalah panduan bagi organisasi atau pelaku usaha dalam menentukan langkah-langkah yang tepat untuk mencapai sasaran, dengan mempertimbangkan berbagai peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal serta memanfaatkan sumber daya dan kemampuan internal perusahaan secara optimal. Strategi mencakup serangkaian tujuan yang jelas, pendekatan strategis untuk mencapainya, serta taktik operasional yang dirancang untuk mendukung pelaksanaan strategi tersebut. Strategi yang baik tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada proses penyesuaian dengan dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah.³³

³³ M.F. Hidayatullah, Nathania Nur Rafidah and Nikmatul Masruroh, "Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik Dot.Id," *Human Falah* 10, no. 1 (2023): 129.

Strategi disusun berdasarkan tujuan tertentu dan berfungsi sebagai penghubung yang mempermudah pelaksanaan suatu rencana. Berikut adalah beberapa tujuan utama dari strategi tersebut:³⁴

1) Menjaga kepentingan

Adanya strategi membantu menjaga kepentingan dan tujuan utama karena strategi berisi aturan serta langkah-langkah yang harus diikuti untuk mencapai sasaran yang diinginkan.

2) Memberikan gambaran tujuan

Strategi berfungsi sebagai panduan untuk menentukan langkah-langkah yang perlu diambil agar mencapai hasil optimal

sesuai dengan rencana. Panduan ini menjadi arah yang jelas bagi setiap tindakan sehingga tujuan dapat terwujud.

3) Sebagai sarana evaluasi

Strategi juga berperan sebagai alat untuk melakukan introspeksi diri, yang membantu memberikan dorongan agar dapat mencapai hasil yang lebih baik, meraih tujuan dengan efektif, serta mengurangi risiko kegagalan.

4) Memperbarui strategi sebelumnya.

Dalam pelaksanaan suatu strategi, kemungkinan kegagalan atau kalah saing dapat terjadi, sehingga dibutuhkan strategi baru yang lebih segar atau diperbarui untuk menggantikan yang lama.

³⁴ Arfianti Wijaya, "Strategi: Pengertian, Tujuan, Jenis, dan Contohnya", September 17, 2023, <https://www.kompas.com/skola/read/2023/09/17/100000069/strategi--pengertian-tujuan-jenis-dan-contohnya>.

Selain tujuan-tujuan yang telah disebutkan sebelumnya, strategi juga berfungsi untuk mendorong pengembangan kreativitas dan inovasi, mempersiapkan diri menghadapi perubahan, serta memastikan pelaksanaan yang efektif dan efisien.

2. Pelayanan Prima

a. Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan prima (*excellent service atau customer care*) secara sederhana berarti memberikan layanan yang sangat baik atau terbaik kepada pelanggan. Pelayanan prima merupakan faktor penting yang menentukan kesuksesan sebuah perusahaan. Agar bisnis dapat tumbuh, berkembang, dan bertahan dalam persaingan, keuntungan dan pendapatan juga harus mengalami peningkatan. Pelayanan prima mencerminkan perhatian khusus kepada pelanggan dengan menyediakan layanan terbaik yang memudahkan pemenuhan kebutuhan serta menciptakan kepuasan, sehingga pelanggan tetap setia pada perusahaan.

Dalam upaya memberikan pelayanan prima guna mencapai kepuasan dan loyalitas nasabah, pihak penyedia jasa dapat mengacu pada prinsip pelayanan prima (*service excellence*). Adapun unsur pokok pelayanan prima “Pelayanan prima (*service excellence*)

terdiri dari 4 unsur pokok, antara lain: kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan³⁵.

Pelayanan prima melibatkan dua elemen utama yang saling terkait, yaitu pelayanan dan kualitas, yang harus mendapat perhatian khusus dari tenaga pelayanan seperti penjual, pedagang, pelayan, atau salesman. Konsep pelayanan prima dapat diterapkan di berbagai jenis organisasi, instansi, pemerintah, maupun perusahaan bisnis. Kemajuan suatu negara seringkali tercermin dari kualitas pelayanan yang diberikan pemerintah kepada masyarakatnya. Pada umumnya, negara-negara dengan tingkat kemiskinan tinggi cenderung memiliki standar pelayanan yang masih di bawah tingkat minimal yang diharapkan.³⁶

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

b. Tujuan dan Fungsi Pelayanan Prima

Tujuan pelayanan prima antara lain sebagai berikut.³⁷

- 1) Memberikan pelayanan berkualitas tinggi kepada pelanggan.
- 2) Mendorong pelanggan untuk segera mengambil keputusan membeli barang atau jasa yang ditawarkan.
- 3) Membangun kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa

³⁵ Handini Khaerunnisa, "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan nasabah," *Jurnal Studia Akuntansi dan Bisnis* 1, no. 1 (2013): 47–60.

³⁶ Gusti Muhammad Hidayatullah, "Penerapan Pelayanan Prima Pada Mal Pelayanan Publik Kabupaten Hulu Sungai Utara," *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 3, no. 3 (2024): 1219–1229.

³⁷ Febi Silvia, "Pelayanan Prima Dan Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II," *Ilmu Administrasi Negara* (2018):4.

- 4) Mencegah terjadinya tuntutan yang tidak perlu di kemudian hari terhadap produsen.
- 5) Menciptakan rasa percaya dan kepuasan pelanggan
- 6) Memastikan pelanggan merasa diperhatikan dan terpenuhi kebutuhannya.
- 7) Mempertahankan pelanggan agar tetap setia.
- 8) Fungsi pelayanan prima antara lain meliputi:³⁸
- 9) Melayani pelanggan dengan sikap ramah, tepat waktu, dan cepat.
- 10) Menciptakan suasana yang membuat pelanggan merasa dihargai.
- 11) Menjadikan pelanggan sebagai mitra usaha.
- 12) Membangun pangsa pasar yang kuat untuk produk atau jasa.
- 13) Memenangkan persaingan di pasar.
- 14) Memuaskan pelanggan agar nasabah tertarik untuk melakukan bisnis kembali dengan perusahaan.

c. Indikator Pelayanan Prima

Indikator pelayanan *prima* sebagai berikut:³⁹

1) Kemampuan (*ability*)

Kemampuan merupakan pengetahuan dan keterampilan khusus yang sangat penting untuk mendukung pelaksanaan

³⁸ Ibid.

³⁹ Yurike Ari Susanti and Renny Oktafia, "Implementasi Pelayanan Prima Dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Customer Pada Hotel Walan Syariah Sidoarjo," *Jurnal Masharif al-Syariah* 5, no. 2 (2020): 104–116.

layanan prima. Kemampuan ini meliputi keahlian dalam bidang pekerjaan yang dijalani, kemampuan berkomunikasi secara efektif, mengembangkan motivasi, serta memanfaatkan hubungan masyarakat (public relations) sebagai alat untuk membangun hubungan baik baik di dalam maupun di luar lingkungan.

2) Sikap (*attitude*)

Sikap merupakan cara berperilaku yang perlu ditunjukkan saat berinteraksi dengan pelanggan, yang disesuaikan dengan situasi serta keinginan pelanggan tersebut.

3) Penampilan (*appearance*)

Penampilan mencakup kemampuan seseorang, baik secara fisik maupun nonfisik, yang mampu mencerminkan rasa percaya diri serta membangun kredibilitas di mata orang lain.

4) Perhatian (*attention*)

Perhatian merupakan bentuk kepedulian yang sungguh-sungguh terhadap pelanggan, baik dalam hal memahami kebutuhan dan keinginan nasabah maupun dalam menerima serta menanggapi saran dan kritik yang diberikan oleh pelanggan.

5) Tindakan (*action*)

Tindakan merupakan bentuk perbuatan nyata yang dilakukan dalam berbagai aktivitas untuk memberikan pelayanan secara langsung kepada pelanggan.

6) Tanggung jawab (*accountability*)

Tanggung jawab adalah sikap berpihak kepada pelanggan sebagai bentuk kepedulian yang bertujuan untuk mencegah atau mengurangi kemungkinan kerugian maupun ketidakpuasan yang dialami oleh pelanggan.

3. Loyalitas Nasabah

a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan bentuk komitmen yang kuat untuk terus membeli atau mendukung produk atau jasa yang disukai di masa mendatang, meskipun ada situasi atau upaya pemasaran dari pihak lain yang dapat menggoyahkan pilihan tersebut. Loyalitas berarti kesetiaan yang muncul secara sukarela, tanpa paksaan, berdasarkan kesadaran dan pengalaman positif di masa lalu. Upaya menciptakan kepuasan konsumen cenderung memengaruhi sikap konsumen, sementara loyalitas lebih berfokus pada perilaku nyata dalam melakukan pembelian secara berulang. Loyalitas pelanggan merupakan pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh pelanggan. Istilah loyalitas sudah sering diperdengarkan oleh pakar marketing maupun praktisi bisnis, loyalitas merupakan konsep yang

tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari, tetapi menjadi lebih sulit ketika dianalisis maknanya.

Memahami kebutuhan konsumen secara mendalam melalui kajian yang teratur adalah langkah penting untuk mendorong konsumen yang melakukan pembelian berulang agar memasuki zona loyalitas yang lebih mendalam. Dalam upaya tersebut, terdapat delapan langkah strategis yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan loyalitas konsumen ke tingkat yang lebih tinggi.⁴⁰

- 1) Melindungi konsumen terbaik dari ancaman pesaing dengan memberikan nilai tambah yang membuat konsumen tetap setia
- 2) Memberikan prioritas utama kepada konsumen yang sering bertransaksi, karena konsumen berkontribusi signifikan terhadap pendapatan perusahaan.
- 3) Membentuk mata rantai yang solid dengan pemasok serta memanfaatkan basis data untuk mendukung hubungan jangka panjang.
- 4) Mengembangkan program hadiah atau insentif yang relevan dan dapat dilaksanakan secara konsisten.
- 5) Menyediakan kemudahan dan solusi yang efektif dalam setiap transaksi, sehingga konsumen merasa dihargai dan nyaman.

⁴⁰ Khamdan Rifa'I, *Kepuasan Konsumen*, (Jember: UIN KHAS Press, 2023), 44-45.

- 6) Berusaha mengetahui dan memenuhi kebutuhan utama konsumen untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan.
- 7) Melakukan pelatihan dan pemberdayaan karyawan secara berkala agar konsumen memiliki kompetensi yang memadai dalam melayani konsumen.
- 8) Memberikan motivasi secara terus-menerus kepada staf untuk selalu berorientasi pada loyalitas konsumen dalam setiap tindakan.

Proses pembentukan loyalitas konsumen tidak terjadi secara instan, melainkan melalui tahapan bertahap dalam kurun waktu tertentu. Dengan mengenali kebutuhan pada setiap tahap hubungan konsumen dan memenuhinya secara konsisten, perusahaan memiliki peluang lebih besar untuk mengubah konsumen yang hanya membeli sesekali menjadi pelanggan yang loyal. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan hubungan jangka panjang dengan konsumen tetapi juga menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi perusahaan.

b. Tingkatan Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah sering kali dikelompokkan dalam beberapa tingkatan berdasarkan perilaku dan komitmen nasabah terhadap

suatu produk atau layanan. Berikut adalah tingkatan loyalitas nasabah:⁴¹

- 1) Tingkat loyalitas paling rendah ditunjukkan oleh konsumen yang tidak memiliki kesetiaan terhadap merek mana pun, sehingga merek tidak berperan penting dalam keputusan pembelian. Konsumen seperti ini cenderung berpindah-pindah merek dan lebih fokus pada harga saat membeli, sehingga sering disebut sebagai tipe *switcher* atau *price buyer* (konsumen lebih memperhatikan harga di dalam melakukan pembelian).
- 2) Tingkat kedua loyalitas ditunjukkan oleh konsumen yang merasa puas dengan produk yang digunakan, setidaknya konsumen tidak mengalami kekecewaan. Ketidakpuasan yang ada tidak cukup kuat untuk mendorong konsumen berpindah merek, terutama jika pergantian tersebut membutuhkan biaya tambahan. Konsumen pada tingkat ini dikenal sebagai tipe pembeli kebiasaan (*habitual buyer*).
- 3) Tingkat ketiga berisi orang-orang yang puas, namun konsumen memikul biaya peralihan (*switching cost*), baik dalam waktu, uang atau resiko sehubungan dengan upaya untuk melakukan pergantian ke merek lain. Kelompok ini biasanya disebut dengan konsumen loyal yang merasakan adanya suatu pengorbanan

⁴¹ Jaka Atmaja, "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB," *Jurnal Ecodemica*, 2, (2018): 54.

apabila ia melakukan pergantian ke merek yang lain. Para pembeli tipe ini disebut *satisfied buyer*.

4) Tingkat keempat terjadi ketika konsumen memiliki rasa suka yang mendalam terhadap suatu merek. Pilihan konsumen didasarkan pada asosiasi tertentu, seperti simbol, pengalaman positif selama menggunakan merek tersebut, atau persepsi terhadap kualitas yang tinggi. Konsumen pada tingkat ini sering disebut sebagai "sahabat merek" karena adanya perasaan emosional dalam menyukai merek.

5) Tingkat teratas adalah para pelanggan setia. Konsumen mempunyai suatu kebanggaan dalam menemukan atau menjadi pengguna satu merek. Merek tersebut sangat penting bagi konsumen baik dari segi fungsinya, maupun sebagai ekspresi mengenai siapa konsumen sebenarnya (*committed buyers*).

c. Tipe-Tipe Loyalitas Pelanggan/Nasabah

Loyalitas pelanggan mencakup dua dimensi utama, yaitu sikap dan perilaku, di mana pelanggan yang loyal tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi juga menunjukkan dukungan melalui rekomendasi positif kepada orang lain. Kombinasi dari kedua dimensi ini menghasilkan empat kemungkinan bentuk loyalitas, yakni *no loyalty*, *inertia loyalty*, *latent loyalty* dan

premium loyalty. Adapun empat tipe loyalitas pelanggan/nasabah dijelaskan sebagai berikut:⁴²

1) *No Loyalti*

Apabila sikap dan perilaku pembelian ulang pelanggan sama-sama rendah, maka loyalitas pelanggan/nasabah tidak akan terbentuk. Hal ini bisa disebabkan oleh dua faktor, salah satunya adalah sikap yang lemah atau netral, yang biasanya muncul ketika suatu produk atau jasa masih baru dikenalkan atau ketika strategi pemasaran tidak berhasil menyampaikan keunggulan produk tersebut kepada konsumen. Yang kedua

adalah alasan yang berkaitan dengan dinamika pasar, dimana merek-merek yang berkompetisi sama. Tantangan bagi pemasar adalah meningkatkan kesadaran dan preferensi konsumen serta berusaha melakukan promosi yang lebih gencar.

2) *Inetia Loyalty*

Ketika sikap konsumen relatif lemah namun disertai dengan pola pembelian ulang yang tinggi, maka kondisi ini disebut sebagai *spurious* atau *inertia loyalty*. Dalam situasi ini, perilaku pembelian lebih dipengaruhi oleh faktor non-sikap seperti kondisi emosional. Keadaan ini dikenal sebagai *inertia*, yaitu ketika konsumen kesulitan membedakan antara satu merek

⁴² Windry Setyaning Warsito, "Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Perkreditan Rakyat Karyajatnika Sedaya Cabang Dago Bandung," *Jurnal Sekretari dan Manajemen* 2, no. 2 (2018): 225–232.

dengan merek lainnya sehingga tetap membeli tanpa keterikatan emosional atau penilaian khusus.

3) *Latent loyalty*

Loyalitas laten (*latent loyalty*) terjadi ketika pelanggan memiliki sikap yang kuat terhadap suatu merek, namun frekuensi pembelian ulangnya rendah. Dalam kondisi ini, keputusan pembelian pelanggan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor situasional daripada sikapnya sendiri. Oleh karena itu, pemasar perlu mengidentifikasi dan mengelola faktor-faktor situasional tersebut agar dapat mengubah loyalitas laten menjadi loyalitas aktif melalui strategi yang tepat.

4) *Premium loyalty*

Premium loyalty adalah type yang paling diharapkan oleh pemasar karena konsumen yang melakukan *premium loyalty* akan terjadi *service provider* tersebut menjadi pilihan pertama apabila membutuhkan jasa yang serupa dan merekomendasikan perusahaan tersebut pada teman atau keluarganya.

d. Indikator Loyalitas Nasabah

Berikut adalah uraian mengenai indikator-indikator loyalitas nasabah:⁴³

⁴³ S B Riono et al., "Analisis Pelayanan Publik Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Perkreditan Rakyat Muhadi Setia Budi (BPR MSB) Kabupaten Brebes," *Jurnal Investasi* 6, no. 2 (2020): 147-154.

- 1) Melakukan pembelian berulang secara teratur.

Loyalitas nasabah ditunjukkan melalui konsistensi nasabah dalam melakukan pembelian atau menggunakan produk/jasa secara berulang dalam jangka waktu tertentu. Hal ini menunjukkan kepuasan nasabah terhadap produk atau layanan yang diberikan.

- 2) Melakukan pembelian di luar lini produk/jasa.

Nasabah yang loyal cenderung tidak hanya menggunakan satu jenis produk atau layanan, tetapi juga mencoba dan menggunakan produk atau layanan lain dari perusahaan yang

sama. Ini mencerminkan kepercayaan nasabah terhadap merek secara keseluruhan.

- 3) Merekomendasikan produk.

Loyalitas nasabah juga terlihat dari kesediaan nasabah untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, seperti teman dan keluarga. Ini menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dan keyakinan bahwa orang lain juga akan mendapatkan manfaat yang sama.

- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing

Nasabah yang loyal tidak mudah tergoda oleh penawaran atau promosi dari pesaing. Mereka tetap setia meskipun ada

produk atau layanan serupa dengan harga lebih murah atau fitur tambahan dari pesaing.



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

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan judul di atas yakni “Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena sosial atau manusia secara menyeluruh dan kompleks. Pendekatan ini menghasilkan gambaran yang rinci dan mendalam, disajikan dalam bentuk kata-kata, berdasarkan pandangan dari informan, serta dilakukan dalam konteks atau lingkungan alami. Dengan demikian, penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam terkait permasalahan sosial dan kemanusiaan.⁴⁴

Penelitian ini menerapkan pendekatan analisis kualitatif deskriptif. Dengan menghimpun informasi dan karya tulis ilmiah yang relevan dengan tinjauan literatur yang bersifat kepustakaan. Metode analisis deskriptif kualitatif melibatkan proses analisis, penggambaran, dan penyusunan ringkasan terhadap berbagai kondisi berdasarkan informasi yang diperoleh melalui wawancara maupun pengamatan langsung di lapangan yang terkait dengan permasalahan yang diteliti. Data yang telah terkumpul kemudian

⁴⁴ Muhammad Rijal Fadli, “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif,” *Humanika* 21, no. 1 (2021): 33-54.

dianalisis secara deskriptif untuk menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan isu yang sedang dikaji.⁴⁵

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan tempat di mana penelitian akan dilaksanakan, biasanya mencakup wilayah seperti desa, organisasi, peristiwa, teks, atau unit analisis tertentu. Penentuan lokasi ini sangat penting terutama dalam penelitian kualitatif, karena dengan menetapkan lokasi, objek dan tujuan penelitian menjadi jelas, sehingga memudahkan peneliti dalam menjalankan proses penelitian.⁴⁶

Penelitian ini dilaksanakan di kantor BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung, yang beralamat di Jalan Argopuro, Dusun Sumuran, Desa Klompangan, Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember, Jawa Timur, dengan kode pos 68175. Lokasi ini dipilih karena BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung merupakan lembaga keuangan yang aktif bersaing dengan bank konvensional di wilayah tersebut. Penelitian ini diharapkan memberikan masukan berharga kepada BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan loyalitas nasabahnya.

C. Subyek Penelitian

Subjek penelitian mengacu pada individu atau kelompok yang memberikan informasi atau pandangan yang relevan dengan topik yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif, pemilihan subjek berbeda dengan

⁴⁵ Mutmainnah Mutmainnah and Siti Indah Purwaning Yuwana, "Strategi Ekonomi Syariah Dalam Meningkatkan Stabilitas Ekonomi Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)* 4, no. 1 (2024): 1–12.

⁴⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2020), 47.

penelitian kuantitatif karena tidak didasarkan pada perhitungan statistik. Informan dipilih dengan tujuan untuk mengumpulkan sebanyak mungkin data, tanpa mengutamakan generalisasi hasil. Proses pemilihan informan biasanya dilakukan setelah peneliti mulai terjun ke lapangan dan berlangsung sepanjang pelaksanaan penelitian.⁴⁷

Dalam penentuan subjek peneliti membutuhkan informan yang paling paham mengenai bagaimana strategi yang dibutuhkan dalam meningkatkan loyalitas nasabah melalui pelayanan prima. Data yang akan dikumpulkan akan melibatkan pihak-pihak yang memiliki pemahaman atau pengetahuan mendalam terkait dengan hal tersebut.

Dalam penelitian ini subyek penelitian atau informan yang terlibat dan mengetahui permasalahan yang dikaji diantaranya:

1. Kepala Cabang KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung (Bapak Rendi Maulana Firdaus)
2. Bagian Tabungan KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung (Bapak Mohammad Zainur Rofiq)
3. *Teller* KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung (Ibu Husnul Khotimah)
4. Nasabah I : Ibu Siti Qomariyah
Nasabah II : Ibu Maulina

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 19.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahap penting dalam sebuah penelitian, karena inti dari penelitian adalah mengumpulkan data yang relevan dan akurat. Tanpa pemahaman yang baik mengenai metode pengumpulan data sesuai standar yang berlaku, hasil penelitian dapat menjadi kurang efektif. Berikut ini adalah teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:⁴⁸

1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung objek penelitian di lapangan. Tujuan observasi adalah mengumpulkan informasi yang dibutuhkan untuk mendukung proses penelitian. Observasi dapat dilakukan dengan berbagai teknik, seperti menggunakan kuesioner, merekam gambar, atau merekam suara. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan observasi langsung untuk mengamati dan menganalisis aktivitas terkait strategi pelayanan prima dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung berupa tanya jawab antara peneliti dengan individu atau kelompok sebagai sumber data. Dalam penelitian kualitatif, wawancara dilakukan secara mendalam untuk menggali informasi secara detail dan komprehensif dari para informan. Tujuan dari teknik ini adalah

⁴⁸ Sugiyono, 224.

untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas dan jelas mengenai topik yang diteliti. Wawancara dipilih ketika peneliti membutuhkan wawasan yang lebih dalam terkait pandangan dan pengalaman informan. Melalui proses wawancara, peneliti dapat mengumpulkan data dan informasi sebagai berikut:

- a. Mengenai bagaimana strategi pelayanan prima untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember
- b. Mengenai bagaimana kendala strategi pelayanan prima untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember
- c. Mengenai bagaimana upaya yang dilakukan KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember untuk mengatasi kendala strategi pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui sumber non-manusia yang dapat dianalisis secara berulang tanpa risiko perubahan data. Teknik ini digunakan untuk memperoleh informasi dari berbagai bentuk dokumen seperti catatan, buku cetak, artikel, dan jurnal yang relevan dengan penelitian. Dokumentasi ini berfungsi untuk mendukung kajian atau telaah terhadap rumusan masalah penelitian serta

sebagai alat untuk memverifikasi atau mengecek keakuratan data yang telah dikumpulkan.⁴⁹

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur dan menyusun secara sistematis hasil catatan dari observasi, wawancara, serta sumber data lainnya dengan tujuan memperdalam pemahaman peneliti terhadap objek penelitian. Selain itu, analisis data juga bertujuan untuk menyajikan hasil temuan secara jelas dan mudah dipahami oleh pihak lain. Proses ini dilanjutkan dengan upaya menggali makna dari data yang telah dikumpulkan guna memperkuat pemahaman terhadap kasus yang diteliti.⁵⁰

Penelitian ini menggunakan analisis data secara deskriptif dengan cara menguraikan fenomena atau data yang diperoleh. Tahapan analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi. Berikut adalah penjelasan dari setiap langkah tersebut.⁵¹

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data merupakan inti dari setiap proses penelitian. Dalam penelitian kualitatif, data dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, atau kombinasi dari ketiganya. Proses ini biasanya berlangsung dalam jangka waktu yang cukup lama,

⁴⁹ Rimelda Ade Sibuea and Elfia Sukma, "Analisis Langkah-Langkah Pendekatan Saintifik Pada Pembelajaran Tematik Terpadu Di Sekolah Dasar Menurut Para Ahli," *Journal of Basic Education Studies* 4, no. 1 (2021): 2344–2358.

⁵⁰ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 81.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 134-142.

bisa sehari-hari hingga berbulan-bulan, sehingga menghasilkan data yang sangat berlimpah. Pada tahap awal, peneliti melakukan eksplorasi secara umum terhadap lingkungan sosial atau objek penelitian, mencatat semua hal yang diamati dan didengar. Dengan cara ini, peneliti akan mendapatkan beragam informasi yang kaya dan mendalam.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang dihimpun dari lapangan cenderung sangat melimpah, sehingga perlu dicatat dengan cermat dan detail. Semakin lama peneliti berada di lapangan, maka semakin banyak dan beragam pula data yang terkumpul, sehingga tingkat kompleksitas dan kerumitannya pun akan meningkat. Oleh karena itu, pencatatan yang sistematis menjadi hal yang sangat penting dalam proses penelitian. Reduksi data merupakan proses menyaring, merangkum, dan menyeleksi informasi penting dari data yang telah dikumpulkan, dengan fokus pada inti permasalahan dan tema-tema utama. Tujuannya adalah untuk menyederhanakan data yang kompleks agar lebih mudah dipahami dan dianalisis lebih lanjut. Dalam proses ini, peneliti akan dipandu oleh fokus penelitian, landasan teori, dan tujuan yang ingin dicapai. Reduksi data juga menuntut kepekaan, ketajaman analisis, serta wawasan yang luas, terutama ketika peneliti menemukan data yang tidak biasa atau di luar dugaan, karena hal tersebut justru menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan secara mendalam dalam penelitian kualitatif.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah proses reduksi data dilakukan, langkah berikutnya adalah menyajikan data (*display data*). Dalam penelitian kualitatif, penyajian ini umumnya berbentuk deskripsi singkat, diagram, hubungan antar kategori, alur proses, dan sejenisnya. Penyajian data ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memahami situasi yang sedang diteliti serta merancang langkah analisis selanjutnya berdasarkan pemahaman tersebut. Oleh karena itu, penyajian data tidak hanya berbentuk narasi, tetapi juga bisa dalam bentuk grafik, matriks, jejaring kerja (*network*), atau bagan visual lainnya.

4. Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing atau Verification*)

Tahap berikutnya adalah menarik kesimpulan serta melakukan verifikasi. Kesimpulan yang diambil pada awal proses analisis masih bersifat tentatif dan dapat berubah apabila belum ditemukan data yang cukup kuat untuk mendukungnya. Namun, jika kesimpulan awal tersebut mendapatkan dukungan dari data yang valid dan konsisten selama proses pengumpulan data lanjutan, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap sah dan dapat dipercaya. Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan ini merupakan hasil temuan baru yang memberikan pemahaman yang lebih jelas terhadap objek yang sebelumnya kurang dimengerti. Temuan ini bisa berbentuk deskripsi, pola hubungan antar variabel, interaksi, hipotesis, atau bahkan sebuah teori baru.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data menjadi aspek krusial dalam sebuah penelitian untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, digunakan metode triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dari berbagai sumber. Jika ditemukan perbedaan informasi dari teknik-teknik tersebut, peneliti perlu melakukan klarifikasi lebih lanjut dengan informan terkait guna memperoleh data yang akurat. Dengan demikian, kesimpulan yang diambil nantinya dapat didasarkan pada data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.⁵²

Triangulasi sumber adalah teknik untuk memverifikasi keakuratan dan keabsahan data dengan cara membandingkan dan mengkaji informasi yang diperoleh dari berbagai narasumber atau informan yang berbeda. Teknik ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas data dengan mengevaluasi kesesuaian informasi yang diperoleh selama penelitian. Dengan melakukan perbandingan antara hasil wawancara dari berbagai sumber, peneliti dapat mengidentifikasi konsistensi atau perbedaan dalam data yang dikumpulkan. Dengan demikian, kesimpulan yang diambil didasarkan pada analisis menyeluruh dari berbagai perspektif, sehingga meningkatkan validitas temuan penelitian.⁵³

Triangulasi teknik adalah cara untuk memastikan keakuratan data dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data pada sumber yang

⁵² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta 2014), 87.

⁵³ Wiyanda Vera Nurfajriani et al., "Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. 17 (2024): 826-833.

sama. Dalam proses ini, peneliti menggabungkan teknik seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan terpercaya.

G. Tahap-tahap Penelitian

Pada tahap ini, fokus utama adalah mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk melaksanakan penelitian. Kegiatan yang dilakukan meliputi tahap pra-lapangan, tahap pelaksanaan penelitian, tahap analisis data, dan tahap penulisan laporan atau penyelesaian.

1. Tahap pra-lapangan

- a. Mengidentifikasi isu atau masalah yang relevan dengan lembaga keuangan bank atau non-bank sebagai dasar penelitian.
- b. Menentukan objek penelitian yang sesuai dengan permasalahan yang telah dipilih.
- c. Mengajukan proposal penelitian kepada pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang berisi informasi tentang latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian.
- d. Mengurus surat persetujuan dan surat tugas yang berkaitan dengan penelitian dari dosen pembimbing.
- e. Mengumpulkan sumber pustaka seperti penelitian terdahulu dan kajian teori untuk mendukung penelitian.
- f. Mendiskusikan rencana penelitian secara detail dengan dosen pembimbing untuk mendapatkan masukan dan arahan.

- g. Mengurus administrasi untuk mendapatkan izin resmi dari objek penelitian.
- h. Persiapan penelitian dan menyusun alat bantu seperti panduan wawancara dan rencana jadwal pelaksanaan penelitian.

2. Tahap pelaksanaan penelitian

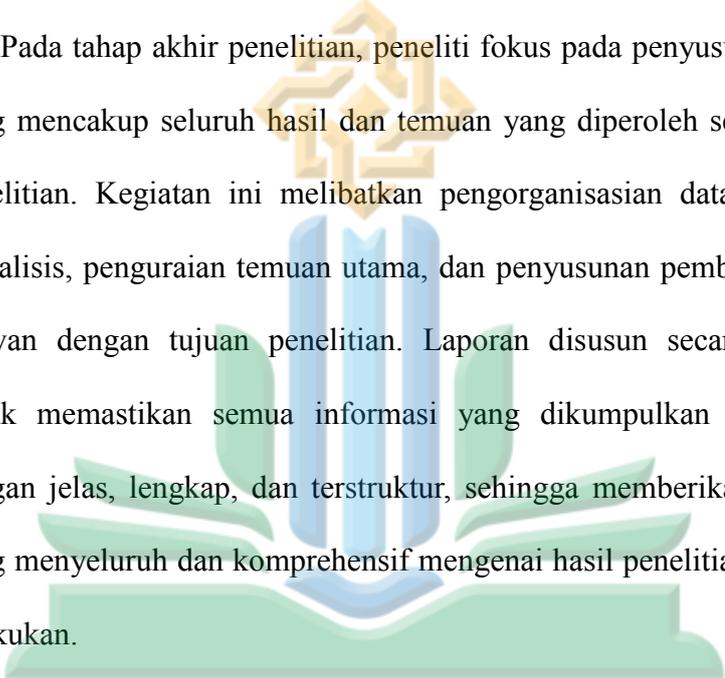
Setelah mendapatkan persetujuan untuk melaksanakan penelitian, Peneliti mendatangi lokasi atau lembaga yang menjadi objek penelitian sesuai jadwal yang telah ditentukan dan memulai mengamati proses pelayanan di lokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran awal mengenai kualitas pelayanan yang diberikan. Selanjutnya melakukan wawancara dengan manajer atau staf untuk menggali informasi terkait strategi pelayanan yang diterapkan dan mengumpulkan dokumen-dokumen yang relevan.

3. Tahap analisis data

Setelah data dan informasi diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, langkah berikutnya adalah melakukan pengolahan data. Tahapan ini dilanjutkan dengan proses validasi guna memastikan ketepatan dan keakuratan data, dengan cara meninjau keabsahan sumber data serta mengevaluasi kesesuaian metode pengumpulan yang digunakan. Hal ini bertujuan agar data yang terkumpul benar-benar andal dan layak dijadikan dasar dalam mendukung hasil penelitian.

4. Tahap penulisan laporan atau penyelesaian

Pada tahap akhir penelitian, peneliti fokus pada penyusunan laporan yang mencakup seluruh hasil dan temuan yang diperoleh selama proses penelitian. Kegiatan ini melibatkan pengorganisasian data yang telah dianalisis, penguraian temuan utama, dan penyusunan pembahasan yang relevan dengan tujuan penelitian. Laporan disusun secara sistematis untuk memastikan semua informasi yang dikumpulkan disampaikan dengan jelas, lengkap, dan terstruktur, sehingga memberikan gambaran yang menyeluruh dan komprehensif mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan.



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

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung

Berdirinya BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung berawal dari permintaan MWCNU setempat di Kecamatan Ajung. Berdasarkan catatan sejarah, proses pendirian BMT NU di Kecamatan Ajung memakan waktu hampir satu tahun, dimulai dengan pengajuan usulan pendirian kantor cabang kepada pusat BMT NU yang berada di Kabupaten Sumenep.

Setelah melalui beberapa bulan analisis kelayakan yang mencakup aspek geografis, perilaku, dan tingkat penghasilan masyarakat, maka pada tanggal 14 Oktober 2021 secara resmi didirikan BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung yang berlokasi di Jalan Argopuro, Desa Sumuran, Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember. Selain hasil analisis tersebut, dorongan dari warga NU di Kecamatan Ajung dan sekitarnya turut menjadi faktor pendukung utama, karena nasabah menginginkan hadirnya lembaga keuangan syariah yang mampu menjadi alternatif bebas riba, mengingat saat itu belum ada lembaga keuangan syariah di wilayah tersebut.⁵⁴

Salah satu produk BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember yang cukup diminati oleh masyarakat sekitar, khususnya pelaku usaha

⁵⁴ Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 april 2025.

kecil maupun besar di wilayah Ajung, adalah produk pembiayaan usaha. Produk ini memberikan kemudahan bagi nasabah yang membutuhkan tambahan modal untuk mengembangkan usaha mereka, baik dalam bentuk perdagangan, pertanian, maupun sektor jasa.

2. Visi dan Misi BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung

a. Visi

Menjadi 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.⁵⁵

b. Misi

- 1) Mewujudkan pertumbuhan yang berkesinambungan menuju terbentuknya 128 kantor cabang 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.

⁵⁵ Web BMT NU Jawa Timur, Diakses melalui, <https://bmtnujatim.id/> 16 mei 2025.

- 4) Memperkuat keunggulan pelayanan, kinerja dan kemandirian likuiditas yang berkelanjutan sesuai management berbasis kehati-hatian.
- 5) Memperkuat kepedulian anggota serta sinergi ekonomi antar anggota dan umat.
- 6) Menerapkan dan mengembangkan nilai - nilai syariah sesuai Ahlussunnah wal Jama'ah an nahdliyah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang amanah dan berkah.
- 7) Mengoptimalkan penghimpunan dan penyaluran infaq, shodaqoh dan waqaf.
- 8) Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada anggota dan umat dengan berbasis dana Tamwil dan Maal.
- 9) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada anggota, umat dan lingkungan sesuai jati diri Nahdlatul Ulama.

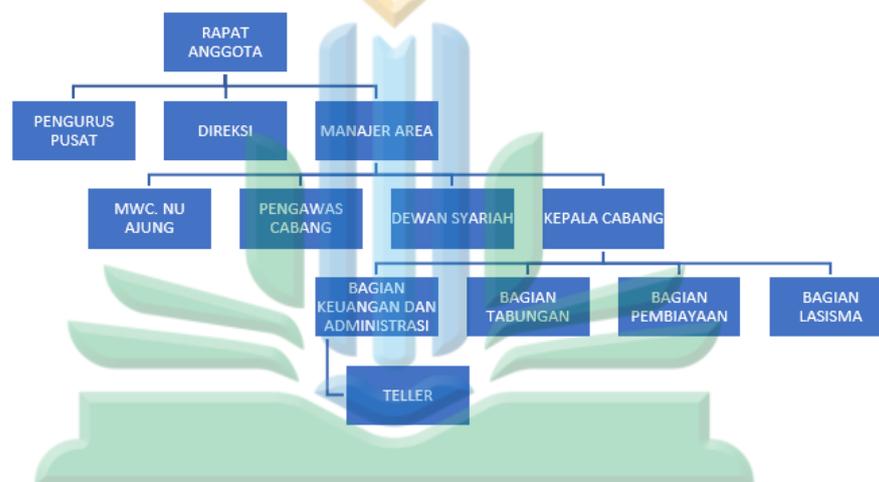
3. Logo KSPPS BMT NU Jawa Timur

Gambar 1. 1
Logo KSPPS BMT NU Jawa Timur



4. Struktur KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung

Gambar 1. 2
Struktur KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung



Sumber : KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung

Uraian tugas dari pihak pengelola BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Kabupaten Jember yang memiliki keterkaitan langsung dengan fokus penelitian ini, dapat dijabarkan sebagai berikut.⁵⁶

a. Kepala Cabang

- 1) Memastikan pelayanan kepada anggota dan nasabah berjalan maksimal dan memuaskan (*service excellent*).
- 2) Mengawasi dan mengendalikan seluruh aktivitas pendanaan (*funding*) dan pembiayaan (*lending*).
- 3) Memberikan persetujuan atau penolakan terhadap permohonan pembiayaan sesuai dengan kewenangannya.

⁵⁶ Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 april 2025.

- 4) Menandatangani akad pembiayaan dan dokumen penting lainnya yang berkaitan dengan transaksi simpanan dan pembiayaan.
- 5) Memimpin rapat untuk mengevaluasi pencapaian target dan membahas kendala-kendala operasional.

b. Bagian Keuangan dan Administrasi

- 1) Memberikan pelayanan yang cepat dan akurat kepada nasabah terkait keuangan.
- 2) Menjamin terlaksananya layanan administrasi, keuangan yang memuaskan dan mencatat seluruh transaksi keuangan.
- 3) Mengarsipkan laporan keuangan serta dokumen penting lainnya. Membuat dan menyampaikan laporan arus kas kepada kepala cabang secara berkala.

c. Bagian Tabungan

- 1) Melayani pembukaan rekening tabungan dan memberikan informasi produk tabungan kepada nasabah.
 - 2) Memantau perkembangan jumlah nasabah dan saldo tabungan.
 - 3) Menyusun laporan tabungan harian dan bulanan.
 - 4) Melakukan sosialisasi produk tabungan kepada masyarakat.
- Menangani keluhan nasabah terkait produk simpanan.

d. Bagian Pembiayaan

- 1) Memastikan proses pengajuan pembiayaan dilakukan sesuai prosedur yang berlaku.

- 2) Mengelola data calon nasabah yang mengajukan pembiayaan, mulai dari verifikasi hingga pencairan dana.
- 3) Memantau kelancaran angsuran dan proses pelunasan.

e. *Teller*

- 1) Melayani transaksi langsung seperti setor tunai, tarik tunai, dan pembayaran angsuran.
- 2) Memberikan informasi awal kepada nasabah terkait produk BMT.
- 3) Memastikan ketepatan dan kecepatan dalam pelayanan transaksi keuangan.
- 4) Menjaga kerahasiaan dan keamanan data nasabah. Bertugas menyetor dan menyeimbangkan kas harian serta membuat laporan transaksi keuangan.

B. Penyajian Data dan Analisis

Tahap penyajian merupakan proses di mana data yang telah dikumpulkan selama penelitian disusun secara sistematis dan dikaitkan dengan fokus permasalahan yang diteliti. Langkah ini bertujuan agar temuan penelitian dapat menggambarkan kondisi nyata di lapangan. Dalam pelaksanaannya, proses pengumpulan informasi melibatkan observasi, wawancara, dokumentasi, serta pencatatan langsung di lokasi penelitian sebagai alat bantu. Informasi yang diperoleh kemudian dipaparkan dengan menitikberatkan pada aspek-aspek utama dari permasalahan yang sedang dikaji.

1. Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember

Sebelum menerapkan pelayanan prima, BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember terlebih dahulu melakukan berbagai langkah persiapan, seperti mengadakan rapat bersama karyawan untuk menyamakan visi pelayanan, menyusun strategi dan alur pelayanan, serta melakukan pelatihan kepada seluruh karyawan agar memahami standar layanan yang diharapkan. Selain itu, dilakukan juga evaluasi terhadap pelayanan sebelumnya guna mengidentifikasi kekurangan yang perlu diperbaiki.⁵⁷ Tahapan ini menjadi dasar penting agar penerapan pelayanan prima berjalan efektif dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Penerapan pelayanan prima merupakan salah satu strategi yang sangat tepat dalam upaya memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah, dengan tujuan utama untuk memudahkan nasabah dalam memenuhi berbagai kebutuhannya serta memastikan tercapainya tingkat kepuasan yang maksimal. Dengan pelayanan yang optimal tersebut, diharapkan nasabah akan merasa lebih dihargai dan diperhatikan, sehingga akan terus meningkatkan loyalitas nasabah terhadap BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung bahkan dalam jangka panjang menjadi bagian penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan lembaga tersebut di tengah persaingan industri perbankan yang semakin ketat.

⁵⁷ Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 April 2025.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung, mengenai Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, Bapak Rendi Maulana Firdaus selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung menjelaskan sebagai berikut:

“Pelayanan prima merupakan bentuk pelayanan yang mengedepankan kepuasan anggota atau nasabah sebagai prioritas utama. Pelayanan ini tidak hanya sekadar memenuhi kebutuhan dasar, akan tetapi juga berupaya melebihi harapan dengan memberikan pengalaman layanan yang menyenangkan, profesional, dan berkesan. Di BMT NU pelayanan prima diwujudkan melalui sikap ramah, tutur kata yang sopan, serta respons yang cepat dan tanggap terhadap setiap pertanyaan, keluhan, maupun kebutuhan anggota. Kami senantiasa berupaya memberikan solusi yang tepat, jelas, dan dapat dipertanggung jawabkan sehingga anggota merasa dihargai dan dipedulikan. Selain itu, kami menanamkan nilai-nilai keikhlasan dan tanggung jawab dalam setiap interaksi, dengan harapan mampu membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan antara lembaga dan anggota.”⁵⁸

Selanjutnya diungkapkan oleh Ibu Husnul Khotimah selaku bagian *teller* sebagai berikut:

“Di BMT NU, kami memandang pelayanan prima sebagai bagian penting dari komitmen kami dalam membangun kepercayaan dan loyalitas anggota. Oleh karena itu setiap petugas ditanamkan nilai-nilai profesionalisme dan empati dalam menjalankan tugasnya. Kami berusaha melayani anggota dengan sepenuh hati, memberikan perhatian yang tulus, serta menciptakan suasana yang bersahabat agar setiap anggota merasa aman, nyaman, dan percaya terhadap lembaga kami.”⁵⁹

⁵⁸ Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 April 2025.

⁵⁹ Husnul Khotimah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 02 Mei 2025.

Selanjutnya diungkapkan oleh Mohammad Zainur Rofiq selaku bagian tabungan sebagai berikut:

“Pelayanan yang baik setidaknya mampu memenuhi kebutuhan dasar anggota atau nasabah. Namun pelayanan prima berarti memberikan lebih dari sekadar yang dibutuhkan yaitu melampaui harapan pelanggan. Ketika pelayanan diberikan secara maksimal dan melebihi ekspektasi, anggota akan merasa lebih dihargai dan puas, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk tetap setia. Hal ini menciptakan hubungan emosional antara pelanggan dan lembaga sehingga mereka enggan berpindah ke pihak lain.”⁶⁰

Selain itu pendapat serupa disampaikan oleh Ibu Maulina yang juga merupakan nasabah dengan pernyataan sebagai berikut:

“Selama menjadi nasabah atau anggota di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung, saya merasa puas dengan pelayanan yang saya terima khususnya dari tim *teller*. Setiap kali saya membutuhkan informasi atau memiliki pertanyaan, mereka selalu memberikan penjelasan yang jelas dan mudah dipahami. Hal ini membuat saya merasa tenang dan yakin untuk terus mempercayakan penyimpanan dana saya di lembaga ini.”⁶¹

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, pemahaman mengenai konsep pelayanan prima di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung juga diperkuat oleh temuan observasi langsung yang dilakukan oleh peneliti di lapangan. Hasil observasi menunjukkan bahwa BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung tidak hanya memahami secara teoritis makna dari pelayanan prima, tetapi juga telah berupaya mengimplementasikannya dalam praktik sehari-hari. Pelayanan prima diartikan sebagai bentuk pelayanan terbaik yang dapat diberikan kepada nasabah. Pelayanan tersebut dinilai terbaik apabila mampu memenuhi

⁶⁰ Mohammad Zainur Rofiq, diwawancara oleh Penulis, Jember, 03 Mei 2025.

⁶¹ Maulina, diwawancara oleh Penulis, Jember, 5 Mei 2025.

kebutuhan serta harapan nasabah secara menyeluruh, baik dari segi kecepatan, ketepatan, maupun kenyamanan dalam menerima layanan.

Lebih dari itu, BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember juga menekankan pentingnya aspek emosional dalam pelayanan, seperti keramahan, kesopanan, dan sikap peduli terhadap nasabah. Dengan demikian pelayanan prima tidak hanya dilihat dari hasil akhir berupa transaksi yang berhasil, tetapi juga dari pengalaman positif yang dirasakan nasabah selama berinteraksi dengan lembaga. Pendekatan ini secara nyata memberikan dampak terhadap tingkat kepuasan dan kenyamanan nasabah, yang pada akhirnya mendorong terciptanya loyalitas dan hubungan jangka panjang antara nasabah dan pihak BMT.⁶²

Pelayanan yang optimal dalam suatu lembaga keuangan merupakan hal yang sangat penting guna menunjang tercapainya kepuasan serta loyalitas nasabah secara berkelanjutan. Menyadari pentingnya hal tersebut, BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember menerapkan pendekatan pelayanan yang terstruktur dan terarah melalui konsep pelayanan prima yang dikenal dengan istilah *A6*. Konsep ini dijadikan sebagai pedoman utama dalam memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah. Adapun pemahaman mengenai konsep *A6* tersebut telah dijelaskan oleh beberapa karyawan yang terlibat langsung dalam proses pelayanan, diantaranya sebagai berikut:

⁶² Observasi, KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, 30 April 2025.

a. Kemampuan (*ability*)

Kemampuan adalah hal yang sangat penting bagi setiap karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Kemampuan ini mencakup pengetahuan dan keterampilan yang sesuai dengan tugas karyawan di tempat kerja. Misalnya, karyawan harus menguasai pekerjaannya, tahu cara memberikan informasi yang benar, dan bisa menjelaskan sesuatu dengan jelas agar mudah dipahami oleh nasabah. Selain itu, kemampuan untuk berbicara dengan sopan dan menjalin hubungan yang baik juga sangat dibutuhkan agar nasabah merasa nyaman dan dihargai.

Informasi ini diperoleh Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Rendi Maulana Firdaus selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember menjelaskan sebagai berikut:

“Di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, kami sangat memahami bahwa kualitas pelayanan sangat bergantung pada kemampuan dan kesiapan karyawan dalam menjalankan tugasnya. Oleh karena itu, kami secara rutin memberikan pelatihan kepada seluruh karyawan. Pelatihan teknis biasanya berfokus pada peningkatan pemahaman terhadap produk-produk BMT, prosedur operasional, serta penggunaan sistem atau aplikasi yang digunakan dalam pelayanan. Sedangkan pelatihan non-teknis lebih menekankan pada pengembangan soft skills, seperti komunikasi yang efektif, sikap ramah, pelayanan berbasis empati, dan cara menangani keluhan nasabah dengan bijak. Kami juga biasanya bekerja sama dengan pihak BSI untuk menghadirkan narasumber yang berkompeten. Tujuannya adalah agar setiap karyawan tidak hanya memiliki

pengetahuan, tapi juga keterampilan yang mendukung pelayanan prima kepada anggota.”⁶³

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Ibu Husnul Khotimah selaku bagian *teller*, dengan penjelasan sebagai berikut:

“Selama saya bekerja di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, saya sudah beberapa kali mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh pimpinan. Biasanya pelatihan dilakukan secara berkala dan mencakup berbagai hal, seperti cara melayani nasabah dengan baik, meningkatkan keterampilan komunikasi, serta bagaimana menangani keluhan dengan tepat. Pelatihan ini sangat membantu kami untuk lebih percaya diri dalam memberikan pelayanan dan memahami apa yang dibutuhkan oleh nasabah.”⁶⁴

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Ibu Siti Qomariyah

yang merupakan nasabah, dengan penjelasan sebagai berikut:

“Selama menjadi nasabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, saya merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan. Setiap kali saya bertanya, karyawan selalu memberikan penjelasan yang jelas, disampaikan dengan senyum dan sikap yang ramah. Mereka juga selalu menunjukkan keramahan, kesopanan, serta mampu bersikap tenang dalam menghadapi berbagai situasi, sehingga saya merasa nyaman setiap kali berurusan di sana.”⁶⁵

Dari informasi yang telah disampaikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa karyawan telah memiliki bekal pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam menjalankan tugasnya. Hal ini tidak lepas dari program pelatihan rutin yang diadakan setiap bulan, yang dirancang untuk memperdalam pemahaman karyawan sesuai dengan tanggung jawab dan bidang kerja karyawan masing-masing.

⁶³ Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 april 2025.

⁶⁴ Husnul Khotimah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 02 Mei 2025.

⁶⁵ Siti Qomariyah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 5 Mei 2025.

b. Sikap (*attitude*)

Sikap menjadi aspek penting yang harus dijaga dan ditampilkan oleh setiap karyawan saat berinteraksi dengan nasabah. Dalam memberikan pelayanan, karyawan dituntut untuk bersikap sopan, ramah, dan menghargai setiap nasabah agar merasa dihormati dan nyaman berada di lingkungan lembaga. Hal ini sejalan dengan apa yang telah dijelaskan oleh Bapak Rendi Maulana Firdaus selaku kepala cabang sebagai berikut:

“Secara umum, kami selalu menekankan kepada seluruh karyawan agar tetap menunjukkan sikap profesional, ramah, dan sabar dalam kondisi apa pun, termasuk ketika menghadapi keluhan dari nasabah. Kami paham bahwa situasi seperti itu bisa memicu stres, tapi karyawan kami sudah dibekali dengan pelatihan tentang bagaimana mengelola emosi dan tetap menjaga etika pelayanan. Kami juga terus melakukan evaluasi agar sikap pelayanan tetap konsisten, karena kenyamanan nasabah adalah prioritas utama kami.”⁶⁶

Dan yang diungkapkan oleh Ibu Husnul Khotimah selaku bagian *teller*, sebagai berikut:

“Sebagai *teller*, kami berusaha tetap tenang dan ramah saat menghadapi keluhan nasabah. Kami mendengarkan dengan baik tanpa memotong pembicaraan, lalu memberi respon yang jelas dan sopan. Jika di luar wewenang kami teruskan ke bagian terkait. Sikap ini penting agar nasabah merasa dihargai dan tetap percaya pada layanan kami.”⁶⁷

Dan yang diungkapkan oleh ibu Siti Qomariyah selaku nasabah sebagai berikut:

⁶⁶ Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 april 2025.

⁶⁷ Husnul Khotimah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 02 Mei 2025.

“Selama menjadi nasabah di BMT NU Jawa Timur Jember, saya melihat karyawannya bersikap baik, terutama saat menangani keluhan. Saat saya mengalami masalah transaksi, mereka mendengarkan dengan sabar, menjelaskan penyebabnya, dan cepat mencari solusi. Saya merasa dihargai karena mereka ramah dan tanggap, bahkan dalam situasi sulit.”⁶⁸

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa sikap karyawan BMT NU Jawa Timur Cabang Jember dalam menghadapi keluhan nasabah sudah sangat baik. Karyawan tidak hanya menunjukkan kesabaran dan ketenangan, tetapi juga mampu merespons keluhan dengan cara yang sopan dan tidak emosional. Dalam situasi tersebut, karyawan berusaha untuk mendengarkan terlebih dahulu keluhan nasabah tanpa memotong pembicaraan, lalu memberikan penjelasan yang logis dan mudah dipahami. Jika permasalahan tidak bisa langsung diselesaikan, karyawan dengan sigap mengarahkan atau berkoordinasi dengan atasan untuk mencari solusi terbaik.

Sikap ini menunjukkan bahwa karyawan memiliki keterampilan komunikasi yang baik serta rasa tanggung jawab dalam memberikan pelayanan prima. Hal ini juga sejalan dengan harapan pimpinan lembaga, yang menekankan pentingnya sikap ramah, sabar, dan tanggap dalam semua kondisi pelayanan.

⁶⁸ Siti Qomariyah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 5 Mei 2025.

c. Penampilan (*appearance*)

Penampilan merupakan salah satu aspek penting yang mencerminkan keseriusan dan kesungguhan karyawan dalam bekerja serta membentuk citra positif lembaga di kalangan nasabah. Di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, penampilan karyawan menjadi bagian dari standar pelayanan prima yang diterapkan secara konsisten. Karyawan selalu diharuskan untuk berpakaian rapi, bersih, dan sesuai dengan aturan lembaga, seperti mengenakan seragam resmi, menggunakan tanda pengenal, serta menjaga kebersihan dan kerapian diri. Sebagaimana yang disampaikan oleh

bapak Rendi Maulana Firdaus ketua cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember menjelaskan:

“Tentu ada. Kami menerapkan standar penampilan bagi seluruh karyawan, khususnya yang melayani langsung seperti *teller*. Mereka wajib memakai seragam lengkap dengan ID card, menjaga kebersihan dan kerapian, serta bersikap sopan, ramah, dan beretika saat berkomunikasi. Penampilan yang baik kami anggap penting untuk menciptakan kenyamanan dan menunjukkan keseriusan dalam pelayanan.”⁶⁹

Hal yang serupa juga disampaikan oleh Husnul Khatimah selaku *teller* BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember sebagai berikut:

“Dari karyawan *teller*, kami punya aturan penampilan. Setiap hari wajib pakai seragam lengkap dengan jilbab dan ID card, yang berbeda sesuai hari. Penampilan harus rapi, bersih, tanpa aksesoris berlebihan. Kami juga diajarkan untuk selalu

⁶⁹ Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 April 2025.

tersenyum dan ramah, karena penampilan mencerminkan sikap kerja saat melayani nasabah.”⁷⁰

Hal yang serupa juga disampaikan oleh ibu Siti Qomariyah selaku nasabah BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember:

“Kalau dari yang saya lihat sebagai nasabah, karyawan di BMT NU Cabang Ajung Jember memang selalu tampil rapi dan seragamnya kelihatan tertata. Setiap saya datang, mereka memakai baju kerja yang sama dan selalu pakai ID card. Penampilannya sopan dan enak dipandang. Selain itu, cara mereka melayani juga mendukung penampilannya mereka ramah, murah senyum, dan bersikap tenang saat melayani.”⁷¹

Berdasarkan penjelasan yang dihasilkan dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember menerapkan standar penampilan khusus bagi seluruh karyawan sebagai bagian dari komitmen dalam memberikan pelayanan prima. Dari sisi ketua cabang, standar ini mencakup kewajiban penggunaan seragam resmi, ID card, serta menjaga kerapian dan kebersihan diri. Karyawan, khususnya *teller*, memahami dan menjalankan aturan tersebut dengan baik, termasuk menjaga sikap seperti tersenyum, bersikap sopan, dan ramah dalam melayani nasabah.

d. Perhatian (*attention*)

Perhatian merupakan salah satu sikap penting dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, karyawan menunjukkan perhatian dengan cara bersikap ramah, mendengarkan dengan sabar

⁷⁰ Husnul Khotimah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 02 Mei 2025.

⁷¹ Siti Qomariyah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 5 Mei 2025.

saat nasabah berbicara, dan memberikan bantuan secara tulus. Karyawan juga tidak segan menanyakan kebutuhan nasabah lebih lanjut agar bisa memberikan solusi atau penjelasan yang tepat. Hal ini disampaikan oleh Bapak Rendi Maulana Firdaus selaku ketua cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember:

“Kami menekankan pentingnya perhatian yang tulus terhadap setiap nasabah, baik itu dalam memenuhi kebutuhan mereka maupun dalam menangani keluhan. Karyawan dilatih untuk selalu mendengarkan dengan baik dan memberikan solusi yang tepat. Misalnya, ketika ada nasabah yang mengeluhkan sesuatu, karyawan kami tidak hanya memberi jawaban yang jelas, tapi juga berusaha menyelesaikan masalahnya dengan cepat.”⁷²

Hal yang serupa juga disampaikan oleh Ibu Husnul Khotimah

selaku *teller* BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember:

“Di sini, kami selalu berusaha untuk memberikan perhatian penuh kepada setiap nasabah. Saat ada keluhan, kami pastikan untuk mendengarkan dengan sabar dan memberikan penjelasan yang jelas. Kami juga berusaha untuk memberikan solusi yang cepat agar nasabah tidak merasa dirugikan.”⁷³

Hal yang serupa juga disampaikan oleh Ibu Siti Qomariyah

selaku nasabah BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember:

“Saya merasa bahwa karyawan di sini sangat perhatian terhadap kebutuhan dan keluhan saya. Jika saya memiliki pertanyaan atau masalah, mereka selalu siap mendengarkan dan memberikan penjelasan yang jelas. Bahkan ketika saya mengajukan keluhan, mereka tidak hanya mendengarkan, tetapi juga cepat memberikan solusi yang memuaskan.”⁷⁴

⁷² Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 April 2025.

⁷³ Husnul Khotimah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 02 Mei 2025.

⁷⁴ Siti Qomariyah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 5 Mei 2025.

Berdasarkan penjelasan yang dihasilkan dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa bahwa strategi BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember menunjukkan perhatian yang besar terhadap kebutuhan dan keluhan nasabah sebagai bagian dari upaya untuk memberikan pelayanan prima. Selain itu, karyawan berusaha untuk memperlakukan nasabah dengan sebaik mungkin, memberikan pelayanan yang ramah, sopan, dan responsif, sehingga nasabah merasa dihargai dan diperhatikan. Dengan cara ini, nasabah dapat merasakan kenyamanan dan kepuasan saat melakukan transaksi, yang pada akhirnya dapat memperkuat hubungan antara nasabah dan lembaga serta meningkatkan loyalitas.

e. Tindakan (*action*)

Tindakan merupakan bagian penting dalam pelayanan prima karena mencerminkan bagaimana karyawan merespons langsung kebutuhan nasabah. Di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, tindakan pelayanan karyawan dilakukan secara cepat, tepat, dan penuh tanggung jawab. Seperti, ketika nasabah mengalami kendala dalam transaksi atau memiliki pertanyaan seputar produk, karyawan langsung bertindak membantu tanpa menunda-nunda. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Rendi Maulana Firdaus selaku kepala cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember:

“Kami selalu mengarahkan karyawan untuk merespons secepat mungkin, bahkan saat itu juga jika memungkinkan.

Misalnya, ketika ada keluhan atau pertanyaan dari nasabah, karyawan langsung melayani tanpa menunda, agar nasabah tidak merasa diabaikan. Kami juga memiliki sistem koordinasi internal yang cukup baik, jadi jika ada permasalahan yang butuh penanganan lebih lanjut, bisa segera diteruskan ke bagian terkait. Tujuannya tentu agar nasabah merasa puas dan tetap percaya kepada pelayanan kami.”⁷⁵

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Husnul Khatimah selaku *teller* sebagai berikut:

“Kalau ada permintaan atau keluhan dari nasabah, kami usahakan langsung ditanggapi saat itu juga. Misalnya ada nasabah yang kesulitan dalam transaksi atau ada kekeliruan data, kami segera bantu cek dan selesaikan di tempat. Kalau permasalahannya butuh bantuan dari bagian lain, kami langsung koordinasi supaya tidak menunggu lama. Intinya kami ingin nasabah merasa dilayani dengan cepat dan tidak bingung. Kecepatan itu penting, supaya nasabah merasa dihargai dan nyaman.”⁷⁶

Hal yang sama juga disampaikan oleh Maulina selaku nasabah sebagai berikut:

“Saya merasa pelayanan mereka cukup cepat. Kalau saya punya pertanyaan atau ada masalah, seperti kesalahan input atau kendala transaksi, karyawannya langsung menanggapi tanpa harus menunggu lama. Mereka sigap dan biasanya langsung memberikan solusi saat itu juga. Jadi saya merasa terbantu dan tidak perlu khawatir kalau ada kendala.”⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dan diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember memiliki komitmen yang kuat dalam memberikan pelayanan cepat dan tanggap terhadap setiap permintaan maupun keluhan nasabah. Pimpinan menekankan

⁷⁵ Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 April 2025.

⁷⁶ Husnul Khotimah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 02 Mei 2025.

⁷⁷ Maulina, diwawancara oleh Penulis, Jember, 5 Mei 2025.

pentingnya merespons dengan segera untuk menjaga kepuasan dan kenyamanan nasabah. *Teller* pun menjelaskan bahwa karyawan selalu berupaya memberikan bantuan langsung tanpa menunda, dan segera berkoordinasi apabila masalah membutuhkan penanganan lebih lanjut. Hal ini sejalan dengan pengalaman nasabah yang merasa dilayani dengan baik dan cepat ketika menghadapi permasalahan.

f. Tanggung jawab (*accountability*)

Tanggung jawab merupakan salah satu sikap penting dalam pelayanan prima, karena menunjukkan keseriusan karyawan dalam menjalankan tugasnya. Di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, setiap karyawan dituntut untuk menyelesaikan pekerjaannya dengan baik dan tidak mengabaikan kebutuhan nasabah dan juga bertanggung jawab penuh dalam setiap proses pelayanan, mulai dari memberikan informasi yang akurat, membantu proses transaksi, hingga menangani keluhan nasabah secara tuntas. Sebagaimana yang di sampaikan oleh bapak Rendi Maulana Firdaus selaku ketua cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember:

“Karyawan selalu diarahkan untuk bertanggung jawab dalam setiap tugas pelayanan. Artinya, mereka harus menyelesaikan pekerjaan sampai tuntas dan memastikan bahwa nasabah mendapatkan layanan yang sesuai. Kalau ada masalah atau kendala, mereka tidak boleh lepas tangan, tetapi harus membantu sampai masalah itu benar-benar selesai. Kami juga tekankan pentingnya ketepatan waktu dan kejelasan informasi. Jadi, tanggung jawab itu bukan hanya soal

menjalankan tugas, tapi juga memastikan nasabah merasa puas dan dilayani dengan baik.”⁷⁸

Begitu penjelasan dari Ibu Husnul Khotimah selaku *teller* BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember:

“Kami sebagai karyawan selalu berusaha menyelesaikan setiap tugas dengan penuh tanggung jawab. Misalnya, jika ada kesalahan atau masalah dari nasabah, kami segera mencari solusi tanpa menunda. Kami pastikan nasabah mendapatkan penjelasan yang jelas dan solusi yang tepat. Tanggung jawab itu juga berarti kami harus selalu siap memberikan pelayanan dengan sikap ramah, serta memastikan nasabah merasa puas dengan pelayanan yang kami berikan.”⁷⁹

Begitu juga penjelasan dari Ibu Maulina selaku nasabah BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember:

“Saya merasa karyawan di sini sangat bertanggung jawab dalam melayani nasabah. Ketika saya menghadapi masalah atau membutuhkan bantuan, mereka selalu memberikan perhatian penuh dan berusaha menyelesaikan masalah saya dengan cepat. Jika ada hal yang membutuhkan waktu lebih lama untuk diselesaikan, mereka selalu memberi kabar atau penjelasan yang jelas. Mereka tidak pernah meninggalkan masalah tanpa solusi, dan selalu memastikan saya puas dengan layanan yang diberikan.”⁸⁰

Menurut pemaparan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa karyawan menunjukkan tanggung jawab yang baik dalam menyelesaikan tugas pelayanan kepada nasabah. Setiap karyawan bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan yang maksimal, baik dalam menyelesaikan masalah, memberikan informasi yang akurat, maupun memastikan kepuasan nasabah. Hal

⁷⁸ Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 April 2025.

⁷⁹ Husnul Khotimah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 02 Mei 2025.

⁸⁰ Maulina, diwawancara oleh Penulis, Jember, 05 Mei 2025.

ini tercermin dari sikap tanggap dan cepat dalam menanggapi permintaan serta keluhan nasabah, yang pada akhirnya meningkatkan rasa percaya dan kepuasan nasabah terhadap lembaga.

g. Strategi Jemput Bola

Strategi jemput bola adalah strategi pelayanan di mana pihak lembaga, seperti BMT NU Cabang Ajung Jember, secara aktif mendatangi nasabah untuk memberikan layanan, seperti menjemput tabungan yang bertujuan untuk mempermudah nasabah, meningkatkan kenyamanan, serta membangun hubungan yang lebih dekat agar nasabah merasa diperhatikan. Adapun yang disampaikan

Bapak Rendi Maulana Firdaus sebagai ketua cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember sebagai berikut:

“Pelayanan antar jemput setor tabungan sudah menjadi bagian dari upaya kami untuk memberikan kemudahan bagi nasabah. Kami memahami bahwa tidak semua nasabah punya waktu untuk datang ke kantor, apalagi mereka yang memiliki aktivitas padat atau tinggal jauh dari cabang. Jadi kami menyediakan layanan ini sebagai bentuk perhatian dan komitmen kami dalam memberikan pelayanan terbaik. Biasanya, karyawan kami akan menjemput tabungan langsung ke rumah atau tempat usaha nasabah sesuai kesepakatan. Dengan cara ini, nasabah merasa terbantu dan nyaman, dan itu yang membuat mereka tetap setia kepada BMT NU.”⁸¹

Hal yang sama juga dikatakan oleh Ibu Siti Qomariyah nasabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember sebagai berikut:

⁸¹ Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 April 2025.

“Menurut saya, layanan antar jemput setor tabungan ini sangat membantu, apalagi bagi saya yang setiap harinya sibuk mengurus rumah dan usaha kecil-kecilan. Saya tidak perlu repot datang ke kantor, karena biasanya ada petugas BMT yang datang menjemput tabungan. Pelayanannya juga sopan dan ramah, jadi saya merasa nyaman dan aman menitipkan uang lewat mereka. Layanan seperti ini sangat memudahkan kami sebagai nasabah.”⁸²

Hal yang sama juga dikatakan oleh Ibu Maulina nasabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember sebagai berikut:

“Saya sudah menjadi nasabah di sini hampir tiga tahun, dan alasan saya memilih BMT NU adalah karena proses menabungnya sangat praktis. Saya tidak perlu repot datang ke kantor karena sudah ada layanan menabung harian yang dijemput langsung. Tujuan saya menabung setiap hari adalah agar saat menjelang lebaran, saya sudah memiliki cukup dana. Biasanya harga sembako dan kebutuhan lainnya naik saat Ramadan, jadi dengan menabung sedikit demi sedikit, saya bisa mengambil tabungan sekali dalam setahun dan tidak khawatir lagi soal biaya untuk kebutuhan lebaran.”⁸³

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa layanan antar jemput setor tabungan sangat memudahkan nasabah dalam memenuhi kebutuhan tabungan nasabah. Para nasabah merasa terbantu dengan prosedur yang mudah dan layanan yang tidak mengharuskan nasabah datang langsung ke kantor. Hal ini memberikan kenyamanan, terutama bagi nasabah yang memiliki keterbatasan waktu. Menabung di BMT NU juga dianggap sebagai solusi yang praktis untuk mempersiapkan kebutuhan penting, seperti biaya untuk lebaran, mengingat harga kebutuhan pokok yang cenderung naik selama ramadhan.

⁸² Siti Qomariyah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 5 Mei 2025.

⁸³ Maulina, diwawancara oleh Penulis, Jember, 05 Mei 2025.

h. Strategi Edukasi

Strategi edukasi merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh lembaga keuangan seperti BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, khususnya calon dan nasabah aktif, tentang pentingnya pengelolaan keuangan. Strategi ini dilaksanakan dengan cara memberikan sosialisasi, pelatihan, atau literasi keuangan kepada berbagai kalangan, seperti siswa sekolah dasar, wali murid, guru, maupun masyarakat umum. Adapun yang disampaikan Bapak Rendi Maulana Firdaus sebagai ketua cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember sebagai berikut:

“Kami di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember rutin mengadakan kegiatan edukasi ke sekolah dasar sebagai bagian dari strategi kami untuk meningkatkan literasi keuangan sejak dini. Tujuannya adalah agar anak-anak sudah mengenal pentingnya menabung dan memiliki kebiasaan yang baik dalam mengelola uang sejak kecil. Selain itu, kegiatan ini juga membantu memperkenalkan BMT NU kepada masyarakat sekitar, terutama para orang tua murid dan guru. Pelaksanaannya biasanya kami lakukan dengan datang langsung ke sekolah, memberikan penyuluhan.”⁸⁴

Hal yang sama juga dikatakan oleh Ibu Husnul Khotimah selaku *teller* di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember sebagai berikut:

“Sebagai *teller* kami kadang ikut terlibat langsung saat kegiatan edukasi ke sekolah dasar, terutama saat menjelaskan tentang cara menabung dan mengenalkan buku tabungan khusus pelajar. Kami bantu menjelaskan dengan bahasa yang

⁸⁴ Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 April 2025.

mudah dipahami anak-anak, seperti pentingnya menyisihkan uang jajan untuk ditabung.”⁸⁵

Strategi edukasi yang diterapkan BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat, khususnya kalangan pelajar sekolah dasar, mengenai pentingnya menabung sejak dini. Melalui kegiatan sosialisasi dan pembukaan tabungan pelajar langsung di sekolah, karyawan BMT NU tidak hanya mengenalkan produk simpanan tetapi juga menanamkan nilai-nilai literasi keuangan.

2. Kendala Strategi Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember

Kendala strategi pelayanan prima merujuk pada hambatan atau tantangan yang dihadapi oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember dalam menerapkan dan mengelola layanan berkualitas tinggi untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Berikut kendala strategi pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember yaitu:

a. Kendala pada Strategi Jemput Bola

Kendala pada strategi jemput bola di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember adalah hambatan yang dihadapi saat petugas mendatangi langsung nasabah, seperti keterbatasan sumber daya manusia, waktu, biaya operasional, dan cuaca yang dapat menghambat efektivitas layanan. Adapun yang disampaikan Bapak

⁸⁵ Husnul Khotimah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 02 Mei 2025.

Rendi Maulana Firdaus sebagai ketua cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember sebagai berikut:

“Kalau bicara strategi jemput bola, memang ini strategi yang sangat membantu nasabah untuk meningkatkan loyalitas mereka. Tapi tentu saja ada kendala yang kami hadapi di lapangan. Dari segi waktu dan tenaga, karena karyawan harus mendatangi satu per satu rumah atau tempat usaha nasabah, dan itu membutuhkan energi ekstra. Apalagi kalau jaraknya jauh dari kantor dan nasabah tidak ada di rumah, belum lagi kalau kondisi cuaca tidak mendukung, seperti hujan atau jalan yang sulit dilalui.”⁸⁶

Selanjutnya diungkapkan oleh Mohammad Zainur Rofiq selaku bagian tabungan sebagai berikut:

“Strategi jemput bola memang sangat membantu, terutama bagi nasabah yang tidak sempat datang langsung ke kantor. Tapi di lapangan, kami sering mengalami beberapa kendala. Salah satunya adalah waktu yang terbatas. Karena harus keliling ke beberapa tempat, kadang satu hari tidak cukup untuk menjangkau semua nasabah. Selain itu, kondisi cuaca juga sering menjadi hambatan, misalnya saat hujan deras.”⁸⁷

Berdasarkan wawancara diatas bahwa strategi jemput bola di BMT NU Cabang Ajung Jember sangat membantu nasabah, namun menghadapi kendala seperti keterbatasan waktu, kondisi cuaca, dan ketidaksesuaian jadwal dengan nasabah, sehingga membutuhkan koordinasi yang baik dan tenaga ekstra dari karyawan.

b. Kendala pada Strategi Edukasi

Kendala pada strategi edukasi di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember adalah hambatan dalam menyampaikan pemahaman keuangan syariah kepada nasabah, seperti rendahnya

⁸⁶ Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 April 2025.

⁸⁷ Mohammad Zainur Rofiq, diwawancara oleh Penulis, Jember, 03 Mei 2025.

literasi, keterbatasan waktu dan kurangnya minat atau perhatian dari sebagian anggota. Sebagaimana yang di sampaikan oleh bapak Rendi Maulana Firdaus selaku ketua cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember:

“Kalau untuk edukasi ke masyarakat, apalagi ke lembaga-lembaga seperti sekolah itu memang tidak mudah. Kadang kami sudah mengajukan permohonan untuk sosialisasi, tapi belum tentu langsung diizinkan oleh pihak sekolah. Mereka punya jadwal kegiatan sendiri yang padat. Selain itu, ada juga kendala dari pihak masyarakat yang masih kurang tertarik untuk memahami produk-produk keuangan syariah.”⁸⁸

Selanjutnya diungkapkan oleh Mohammad Zainur Rofiq selaku bagian tabungan sebagai berikut:

“Kalau dari kami di bagian tabungan, kendalanya itu lebih ke pemahaman masyarakat yang masih rendah tentang manfaat menabung secara rutin. Kadang meskipun sudah dijelaskan berulang-ulang, masih ada yang ragu atau takut menabung di lembaga keuangan. Apalagi kalau menyangkut istilah-istilah syariah, banyak yang belum paham. Jadi kami harus ekstra sabar untuk menjelaskan secara perlahan.”⁸⁹

Kesimpulan dari kedua wawancara menunjukkan bahwa kendala utama strategi edukasi BMT NU Cabang Ajung adalah rendahnya pemahaman dan minat masyarakat terhadap keuangan syariah, serta sulitnya menjangkau lembaga pendidikan karena jadwal yang padat. Diperlukan pendekatan yang lebih efektif dan kesabaran dalam menyampaikan edukasi.

⁸⁸ Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 April 2025.

⁸⁹ Mohammad Zainur Rofiq, diwawancara oleh Penulis, Jember, 03 Mei 2025.

3. Upaya Yang Dilakukan KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember Untuk Mengatasi Kendala Strategi Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah.

Serangkaian tindakan atau langkah yang dilakukan oleh pihak BMT NU Cabang Ajung Jember untuk menyelesaikan berbagai hambatan atau masalah yang muncul dalam proses penerapan pelayanan prima.

a. Upaya dalam Strategi Jemput Bola

Upaya dalam strategi jemput bola adalah langkah langsung yang dilakukan lembaga untuk mendatangi nasabah guna memberikan layanan, memperluas jangkauan, dan meningkatkan kepuasan tanpa menunggu nasabah datang ke kantor. Sebagaimana yang di sampaikan oleh bapak Rendi Maulana Firdaus selaku ketua cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember:

“Untuk mendukung strategi jemput bola, kami melakukan penjadwalan kunjungan yang teratur ke wilayah-wilayah yang sulit dijangkau. Petugas kami dibekali pemahaman tentang produk dan cara pendekatan yang sesuai dengan karakter masyarakat. Kami juga menjalin komunikasi dengan tokoh masyarakat setempat agar layanan kami lebih mudah diterima.”⁹⁰

Selanjutnya diungkapkan oleh Mohammad Zainur Rofiq selaku bagian tabungan sebagai berikut:

“Dari bagian tabungan, upaya kami dalam strategi jemput bola yaitu dengan rutin mendatangi nasabah ke rumah atau tempat usaha mereka untuk menjemput setoran. Kami juga memberikan penjelasan langsung tentang manfaat

⁹⁰ Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 April 2025.

menabung secara syariah agar mereka lebih paham dan yakin.”⁹¹

Kesimpulan dari dua wawancara dengan Ketua Cabang dan Bagian Tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember menunjukkan bahwa strategi jemput bola dijalankan melalui kunjungan langsung ke nasabah untuk memberikan layanan dan edukasi keuangan syariah.

b. Upaya dalam Strategi Edukasi

Upaya dalam strategi edukasi adalah langkah yang dilakukan lembaga untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk dan layanan, khususnya keuangan syariah, melalui sosialisasi, penyuluhan, dan komunikasi yang mudah dipahami.

Dikatakan oleh Rendi Maulana Firdaus sebagai kepala cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember yaitu:

“Dalam strategi edukasi, kami berupaya melakukan sosialisasi langsung ke masyarakat, termasuk ke lembaga-lembaga seperti sekolah. Kami jelaskan pentingnya menabung dan mengenal produk keuangan syariah dengan bahasa yang sederhana. Meski tidak mudah karena keterbatasan waktu dan minat masyarakat yang masih rendah, kami tetap konsisten memberikan pemahaman secara perlahan dan berkesinambungan.”⁹²

Selanjutnya diungkapkan oleh Mohammad Zainur Rofiq selaku bagian tabungan sebagai berikut:

“Upaya kami dalam strategi edukasi adalah dengan menjelaskan manfaat menabung secara rutin kepada nasabah, terutama yang masih awam dengan sistem

⁹¹ Mohammad Zainur Rofiq, diwawancara oleh Penulis, Jember, 03 Mei 2025.

⁹² Rendi Maulana Firdaus, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 April 2025.

keuangan syariah. Kami menggunakan bahasa yang sederhana dan memberi contoh langsung agar lebih mudah dipahami.”⁹³

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa upaya dalam strategi edukasi dilakukan melalui sosialisasi langsung kepada masyarakat dengan pendekatan yang sederhana dan komunikatif. Edukasi diberikan secara bertahap, baik melalui kunjungan ke lembaga maupun saat interaksi langsung dengan nasabah.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui metode observasi langsung, wawancara mendalam dengan pihak terkait, serta dokumentasi terhadap aktivitas pelayanan, penelitian ini secara sistematis akan membahas temuan-temuan utama yang berkaitan dengan “Strategi Pelayanan Prima di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember”. Pembahasan ini disusun dengan mengacu pada fokus dan tujuan penelitian, yaitu untuk mengungkap dan menganalisis strategi pelayanan yang diterapkan dalam upaya meningkatkan kualitas layanan kepada anggota atau nasabah. Dengan demikian, uraian temuan disusun untuk menjawab pertanyaan penelitian secara menyeluruh, serta memudahkan peneliti dalam menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan secara mendalam.

1. Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember

⁹³ Mohammad Zainur Rofiq, diwawancara oleh Penulis, Jember, 03 Mei 2025.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan untuk memperkuat validasi hasil penelitian mengenai penerapan strategi pelayanan prima di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, pembahasan ini disusun berdasarkan penyajian data dan hasil analisis yang telah dilakukan. BMT NU merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang memiliki komitmen tinggi dalam memberikan pelayanan terbaik kepada anggotanya. Beragam produk dan layanan yang ditawarkan dirancang untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan, sehingga menjadikan BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember mampu menerapkan pelayanan prima secara optimal. Di tengah kondisi persaingan lembaga keuangan yang semakin ketat pada masa sekarang, BMT NU dituntut untuk terus mempertahankan kualitas pelayanan serta menjaga loyalitas nasabah.

Pelayanan prima di BMT NU Cabang Ajung Jember membutuhkan kerja sama solid dari seluruh karyawan. Untuk dapat memenuhi harapan dan kepuasan nasabah, setiap layanan yang diberikan perlu disertai dengan upaya tambahan yang menunjukkan komitmen terhadap kualitas, dengan sikap profesional, ramah, dan responsif. Pelayanan juga harus sesuai prosedur agar tujuan memberikan layanan optimal dapat tercapai.

Dalam penelitian ini, strategi pelayanan prima yang diterapkan di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember dianalisis berdasarkan pendekatan konsep *A6*, yang mencakup enam unsur penting, yaitu

Kemampuan (*Ability*), Sikap (*Attitude*), Penampilan (*Appearance*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), dan Tanggung Jawab (*Accountability*).⁹⁴ Keenam unsur tersebut menjadi landasan utama dalam mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, serta menjadi indikator keberhasilan dalam membentuk pelayanan yang prima.

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan merupakan pengetahuan dan keterampilan khusus yang dibutuhkan untuk mendukung tercapainya pelayanan prima. Setiap karyawan di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember telah dibekali dengan kemampuan yang relevan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing. Kemampuan ini diperoleh melalui pelatihan atau training yang diberikan sebelum karyawan resmi bergabung, serta melalui pelatihan rutin yang diselenggarakan secara berkala dan disesuaikan dengan bidang kerja masing-masing.⁹⁵ Hal ini sangat penting, karena kompetensi karyawan yang sesuai dengan pekerjaannya tidak hanya meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga mampu membangun kepercayaan nasabah dan memenuhi kebutuhan secara optimal.

b. Sikap (*Attitude*)

Sikap merupakan salah satu unsur penting dalam pelayanan prima, yang mencerminkan bagaimana karyawan bersikap terhadap

⁹⁴ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), 31.

⁹⁵ Nurlia, "Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellent," *Meraja Journal* 01, no. 2 (2018): 17-30.

nasabah, baik dalam hal komunikasi verbal maupun nonverbal. Di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, setiap karyawan dituntut untuk selalu menunjukkan sikap yang ramah, sopan, dan berpegang pada budaya 3S (Senyum, Salam, Sapa) dalam melayani setiap nasabah. Sikap positif ini tidak hanya menciptakan suasana pelayanan yang nyaman, tetapi juga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap lembaga. Dengan memiliki sikap kerja yang profesional, karyawan mampu membangun hubungan yang baik dan harmonis dengan nasabah.⁹⁶

c. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan merupakan cerminan profesionalisme yang tampak dari cara karyawan berpakaian, menjaga kebersihan diri, serta sikap tubuh saat berinteraksi dengan nasabah. Di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, penampilan karyawan menjadi perhatian penting sebagai bagian dari upaya mewujudkan pelayanan prima. Karyawan dituntut untuk selalu tampil rapi, bersih, dan sesuai dengan standar seragam yang telah ditetapkan oleh lembaga. Penampilan yang baik memberikan kesan positif kepada nasabah, mencerminkan kesiapan dan keseriusan dalam bekerja, serta turut membangun citra lembaga di mata masyarakat. Dengan penampilan

⁹⁶ Anita Nur Masyi'ah and Joel Yulian Sembiring, "Analisis Strategi Pelayanan Prima (Service Excellence) Pesonel Aviation Security Bandar Udara Sentani," *Jurnal Manajemen Dirgantara* 16, no. 01 (2023): 1-9.

yang meyakinkan, karyawan juga dapat meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan nasabah saat melakukan transaksi.⁹⁷

d. Perhatian (*Attention*)

Perhatian adalah aspek yang menunjukkan sejauh mana karyawan memberikan fokus penuh kepada nasabah, mendengarkan dengan seksama, serta memahami kebutuhan dan harapan nasabah secara detail. Pada BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, perhatian yang diberikan oleh setiap karyawan sangat penting dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang memuaskan. Karyawan diharapkan untuk selalu memberikan waktu dan perhatian penuh kepada nasabah, baik saat memberikan informasi mengenai produk maupun saat memecahkan masalah yang dihadapi nasabah.⁹⁸ Dengan memberikan perhatian yang maksimal, karyawan dapat mengidentifikasi kebutuhan nasabah dengan lebih baik, sehingga dapat memberikan solusi yang tepat dan meningkatkan kepuasan nasabah.

e. Tindakan (*Action*)

Tindakan adalah langkah-langkah yang diambil oleh karyawan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Pada BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, tindakan

⁹⁷ Ferry Setyadi Atmadja and Sugiharto, "Strategi Pelayanan Prima Dalam Menumbuhkan Kepercayaan Jamaah Umrah Pada PT. Wisata Titian Nusantara Pelangi," *Jurnal Manajemen Dakwah* 07, no. 01 (2019): 21-36.

⁹⁸ Afina Zahrah Damayani, Ratih Purbasari and Nurillah Jamil Achmawati Novel, "Strategi Pelayanan Prima Pengiriman Barang Pada PT. Pos Indonesia (Persero)," *Jurnal Organisasi dan Manajemen Bisnis Logistik* 01, no. 01 (2023): 87-112.

yang cepat dan tepat sangat penting untuk memastikan nasabah merasa puas.⁹⁹ Karyawan diharapkan untuk tidak hanya memberikan janji, tetapi juga langsung mengambil langkah nyata untuk membantu nasabah, baik itu menjawab pertanyaan atau menyelesaikan masalah yang dihadapi. Tindakan yang sesuai dengan prosedur, namun tetap mengutamakan kebutuhan nasabah, akan membuat nasabah merasa dihargai dan puas dengan pelayanan yang diberikan.

f. Tanggung Jawab (*Accountability*)

Tanggung jawab adalah sikap karyawan dalam memastikan bahwa setiap layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan nasabah, serta menyelesaikan masalah dengan sebaik-baiknya. Pada BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, setiap karyawan harus bertanggung jawab atas tugas dan layanan yang mereka berikan. Jika terjadi masalah atau keluhan dari nasabah, karyawan diharapkan untuk menyelesaikannya dengan penuh perhatian dan komitmen, tidak hanya sekadar menyelesaikan masalah, tetapi memastikan nasabah merasa puas dengan solusi yang diberikan. Tanggung jawab ini sangat penting untuk menjaga kepercayaan nasabah dan menunjukkan kesungguhan dalam bekerja.¹⁰⁰

g. Strategi Jemput Bola

⁹⁹ Munif Efendi and Sela Zakiyatul Maula, "Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Terhadap Produk," *Jurnal Ekonomi Syariah* 01, no. 02 (2022): 71-93.

¹⁰⁰ Tri Yulia Wati, "Strategi Pelayanan Prima Guna Mewujudkan Kepuasan Pelanggan Anggota Primer Koperasi Kartika Daya Mandiri Detasemen Markas Besar Angkatan Darat," *Jurnal Sumber Daya Aparatur* 04 no. 2 (2022): 1-10.

Strategi jemput bola adalah bentuk layanan yang memudahkan nasabah, khususnya pelajar pemilik tabungan Simpel, dalam melakukan penyetoran. Dalam strategi ini, karyawan secara aktif mendatangi nasabah untuk menjemput tabungan, sehingga nasabah tidak perlu datang langsung ke kantor. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan kemudahan dan kenyamanan nasabah, khususnya bagi nasabah yang memiliki keterbatasan waktu atau kesulitan akses ke kantor.¹⁰¹

h. Strategi Edukasi

Edukasi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memberikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat tentang bagaimana BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember beroperasi, termasuk fungsi, prinsip usaha, serta berbagai produk dan layanan yang disediakan sesuai dengan nilai-nilai syariah.¹⁰² Strategi ini merupakan upaya penting dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat, terutama dalam memahami produk dan prinsip keuangan syariah. Melalui kegiatan sosialisasi ke sekolah-sekolah, lembaga, maupun masyarakat umum, BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember berusaha membangun pemahaman sejak dini tentang manfaat menabung dan bertransaksi secara syariah.

¹⁰¹ Anisyah Aulia Masruro and Siti Dwi Amriani, "Sistem Jemput Bola Dalam Upaya Meningkatkan Minat Menabung Pada Siswa di Situbondo," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 02, no. 11 (2023): 2863.

¹⁰² Didik Himmawan and Lian Meydina Aulia, "Analisis Strategi Telemarketing dan Edukasi Kepada Masyarakat Terhadap Tabungan Haji Pascamerger pada Bank Syariah Indonesia KCP Jatibarang," *Journal of Sharia, Economic, and Finance* 03, no. 02 (2024): 98-104.

Berdasarkan pembahasan unsur *A6* diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi pelayanan prima di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember dijalankan secara menyeluruh melalui enam unsur penting, yaitu Kemampuan, Sikap, Penampilan, Perhatian, Tindakan, dan Tanggung Jawab. Setiap karyawan dibekali kemampuan yang sesuai dengan bidang tugasnya melalui pelatihan berkala, memiliki sikap yang ramah dan sopan dalam melayani, serta menjaga penampilan yang rapi dan layak sebagai cerminan lembaga. Selain itu, karyawan menunjukkan perhatian yang baik terhadap kebutuhan nasabah, mengambil tindakan yang cepat dan tepat dalam menyelesaikan layanan, serta menunjukkan rasa tanggung jawab yang tinggi dalam setiap tugas yang diberikan.

Penemuan di atas sejalan dengan hasil penelitian yang dipaparkan dalam jurnal oleh Yurike dan Renny yang berjudul Implementasi Pelayanan Prima Dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Customer Pada Hotel Walan Syariah Sidoarjo bahwa pelayanan prima yang berkualitas akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Kepuasan ini juga dipengaruhi oleh kinerja pelayanan yang diterima, di mana semakin baik kinerja yang dirasakan, semakin sesuai pelayanan dengan harapan pelanggan.¹⁰³

2. Kendala Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember

¹⁰³ Ibid.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap pihak BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, bahwa strategi jemput bola dan strategi edukasi yang diterapkan memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Strategi jemput bola, seperti layanan antar jemput tabungan, sangat membantu nasabah yang tidak sempat datang ke kantor, namun di sisi lain membutuhkan tenaga dan waktu ekstra dari karyawan. Sementara itu, strategi edukasi yang dilakukan ke sekolah atau lembaga bertujuan untuk menanamkan literasi keuangan sejak dini, namun tantangannya adalah menyesuaikan metode penyampaian agar mudah dipahami oleh peserta. Adapun kendala yang dihadapi dari strategi masing-masing memiliki perannya sendiri yaitu:

a. Kendala pada Strategi Jemput Bola

Layanan jemput bola merupakan fasilitas layanan tambahan yang diberikan perusahaan untuk nasabah produk simpanan tabungan. Melalui layanan jemput bola maka nasabah dipermudah, cukup dengan menghubungi petugas lembaga untuk melakukan transaksi selanjutnya petugas akan datang ke nasabah untuk menarik sejumlah uang yang akan disetorkan ke rekening.¹⁰⁴

Melaksanakan strategi jemput bola memang membutuhkan tenaga dan perhatian ekstra dari karyawan BMT, karena karyawan harus mendatangi nasabah satu per satu. Hal ini menuntut ketelitian dalam mencatat transaksi serta kesabaran dalam menghadapi

¹⁰⁴ Faisol and Ilham, "Strategi Pemasaran Jemput Bola dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Tabungan," *Dalwa Islamic Economic Studies* 2, no. 2 (2023): 88-97.

berbagai karakter nasabah di lapangan. Salah satu kendala yang sering dihadapi adalah jarak tempuh yang cukup jauh dari kantor, ditambah dengan faktor cuaca yang tidak menentu di setiap daerah. Untuk mengantisipasi hal tersebut, biasanya karyawan akan menghubungi nasabah terlebih dahulu melalui telepon guna memastikan kondisi cuaca di lokasi sebelum berangkat, agar pelayanan tetap berjalan lancar dan aman.

b. Kendala pada Strategi Edukasi

Edukasi adalah suatu proses yang menggunakan berbagai metode untuk membantu seseorang memperoleh pengetahuan, pemahaman, dan perilaku yang sesuai dengan kebutuhannya. Tujuan dari edukasi adalah mendorong perubahan perilaku masyarakat melalui pendekatan seperti ajakan, himbauan, pemberian informasi, serta peningkatan kesadaran.¹⁰⁵

Kendala dalam menerapkan strategi edukasi di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember antara lain adalah masih rendahnya minat dan pemahaman masyarakat terhadap literasi keuangan. Banyak masyarakat yang belum terbiasa menerima informasi seputar keuangan secara formal, sehingga ketika diberikan edukasi, tidak semuanya langsung memahami materi yang disampaikan. Selain itu, keterbatasan waktu dan tenaga karyawan juga menjadi tantangan tersendiri, apalagi jika edukasi dilakukan ke

¹⁰⁵ Didik Himmawan and Lian Meydina Aulia, "Analisis Strategi Telemarketing dan Edukasi Kepada Masyarakat Terhadap Tabungan Haji Pascamerger pada Bank Syariah Indonesia KCP Jatibarang," *Journal of Sharia, Economic, and Finance* 3, no. 2 (2024): 98-104.

sekolah-sekolah atau lembaga yang lokasinya jauh dari kantor. Tidak semua lembaga juga langsung merespon dengan baik, sehingga dibutuhkan pendekatan yang ramah dan meyakinkan serta dilakukan secara berkelanjutan agar tujuan edukasi benar-benar tercapai.

Kendala yang muncul dalam strategi pelayanan di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember diminimalisir dengan menerapkan konsep pelayanan prima yang baik serta melakukan berbagai upaya agar nasabah tetap merasa nyaman saat bertransaksi. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa nasabah, diketahui bahwa mereka tetap memiliki keinginan untuk menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan oleh BMT NU Cabang Ajung Jember. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan serta tumbuhnya rasa percaya terhadap lembaga. Kepuasan dan kepercayaan tersebut menjadi dasar munculnya loyalitas nasabah terhadap BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember.

3. Upaya yang Dilakukan KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember untuk Mengatasi Kendala Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah

Berikut adalah beberapa langkah yang dilakukan untuk mengurangi atau mengatasi kendala yang muncul dalam pelaksanaan strategi diatas sebagai berikut:

a. Upaya dalam Strategi Jemput Bola

Strategi jemput bola menjadi salah satu strategi yang paling efektif di BMT, karena banyak nasabah, terutama pemilik tabungan harian, yang memanfaatkan layanan ini. Untuk mengatasi kendala yang muncul, karyawan perlu memperkuat niat baik dalam bekerja, dengan menjadikan pekerjaan sebagai bentuk pengabdian dan ibadah. Dengan memiliki sikap jujur, disiplin, sabar, dan teliti, karyawan akan lebih mampu menghadapi berbagai situasi dengan tenang. Selain itu, membangun jaringan kerja sama juga penting agar karyawan lebih memahami karakteristik masyarakat di setiap daerah dan dapat menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

b. Upaya dalam Strategi Edukasi

Dalam menjalankan strategi edukasi Salah satu langkah yang dilakukan adalah mengadakan kegiatan penyuluhan atau sosialisasi ke sekolah-sekolah dasar dan lembaga pendidikan lainnya. Dalam kegiatan ini, karyawan BMT memberikan penjelasan sederhana dan menarik tentang pentingnya menabung sejak dini dan memperkenalkan produk tabungan harian yang mudah diakses. Selain itu, edukasi juga dilakukan secara informal melalui komunikasi langsung antara karyawan dan nasabah ketika melakukan layanan jemput tabungan. Dalam hal itu, karyawan memanfaatkan kesempatan untuk menjelaskan kembali prosedur-

prosedur, manfaat produk, serta memberikan motivasi menabung secara konsisten. Ini menjadi cara efektif karena dilakukan secara personal dan disesuaikan dengan karakter nasabah.

Kesimpulan dari kedua upaya strategi jemput bola dan edukasi yang diterapkan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember adalah bahwa kedua strategi tersebut saling melengkapi dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Strategi jemput bola mempermudah akses nasabah terhadap layanan, khususnya dalam menabung harian, sehingga nasabah merasa dimudahkan dan dihargai. Sementara itu, strategi edukasi membantu menumbuhkan pemahaman dan kesadaran nasabah terhadap pentingnya menabung serta mengenal lebih dalam produk-produk BMT NU.

Kombinasi dari kemudahan layanan dan pemahaman yang baik membuat nasabah merasa puas dan percaya terhadap lembaga, yang akhirnya mendorong sikap loyal, yaitu tetap setia menggunakan layanan BMT NU dalam jangka panjang.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil temuan di lapangan serta analisis data yang telah dikaji melalui teori-teori yang relevan mengenai strategi pelayanan prima dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember, peneliti menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Penerapan strategi pelayanan prima oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember dalam meningkatkan loyalitas nasabah diwujudkan melalui upaya berkelanjutan dalam memberikan pelayanan terbaik serta memperlakukan nasabah secara maksimal. Hal ini tercermin dari sikap ramah, sopan, santun, serta konsistensi dalam menerapkan budaya 3S (senyum, salam, sapa) kepada setiap nasabah. Strategi pelayanan prima yang diterapkan mencakup strategi jemput bola dan strategi edukasi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah.

Secara keseluruhan, implementasi pelayanan prima di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember telah memenuhi indikator pelayanan prima yang meliputi: sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), kemampuan (*ability*), penampilan (*appearance*), dan tanggung jawab (*accountability*), yang pada akhirnya mampu menciptakan kepuasan, meningkatkan jumlah serta loyalitas nasabah, dan membentuk citra positif bagi lembaga.

2. Kendala yang dihadapi oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah berkaitan dengan penerapan strategi pelayanan prima, di mana masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi agar pelayanan yang diberikan dapat lebih optimal. Kendala dalam penerapan strategi jemput bola di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember meliputi keterbatasan sumber daya manusia, waktu yang terbatas, serta faktor cuaca yang kurang mendukung, sehingga dapat menghambat efektivitas dan kelancaran pelayanan kepada nasabah.

Kendala dalam penerapan strategi edukasi di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember antara lain adalah adanya hambatan dalam menyampaikan pemahaman mengenai keuangan syariah kepada nasabah, yang disebabkan oleh rendahnya literasi, keterbatasan waktu, serta kurangnya minat dan perhatian dari sebagian nasabah.

3. Untuk meminimalisir dampak dari berbagai kendala dalam strategi pelayanan prima, BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember mengambil langkah-langkah penyesuaian agar pelayanan tetap optimal dan mampu mempertahankan loyalitas nasabah. Upaya dalam mengatasi strategi jemput bola yaitu melakukan pendekatan langsung kepada nasabah dengan cara mendatangi untuk memberikan layanan, menyusun jadwal kunjungan secara rutin ke daerah-daerah yang sulit dijangkau, guna memperluas akses pelayanan serta meningkatkan kepuasan tanpa harus menunggu nasabah datang ke kantor.

Upaya dalam mengatasi strategi edukasi yaitu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk dan layanan, khususnya terkait keuangan syariah, dilakukan melalui kegiatan sosialisasi, penyuluhan, serta penyampaian informasi dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh seluruh kalangan nasabah

B. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang telah di paparkan di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga

Disarankan untuk terus meningkatkan disiplin kerja serta keterampilan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pembaruan terhadap strategi pelayanan yang diterapkan juga perlu dilakukan secara berkala agar dapat meminimalisir kesalahan dan memperkuat daya saing lembaga di tengah persaingan antar lembaga keuangan.

2. Bagi Karyawan

Diharapkan agar senantiasa meningkatkan kinerja secara konsisten dengan mengacu pada prinsip-prinsip pelayanan prima. Hal ini akan mendorong terciptanya produktivitas yang optimal dan standar kerja yang semakin profesional.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan agar dapat mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dengan cakupan yang lebih luas dan variabel yang lebih beragam.

Dengan demikian, hasil penelitian akan memberikan manfaat yang lebih signifikan serta mampu berkontribusi terhadap pengembangan ilmu dan peningkatan kualitas pelayanan lembaga keuangan.



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

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Arqy, Mirzam. “Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank.” *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro* 7, no. 1 (2023): 15–25.
- Alfiyah, Siti. “Analisis Strategi E-Business (Studi Kasus Di UMKM Kopi Biji Salak (KOPLAK) Di Dusun Salakan Desa Semboro Kecamatan Semboro).” *Al-Tsaman Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 1, no. 1 (2019): 61–73.
- Arifudin, Opan. *Manajemen Strategik*, Banyumas: CV. Pena Persada, 2020.
- Atmadja, Setyadi, Ferry and Sugiharto. “Strategi Pelayanan Prima Dalam Menumbuhkan Kepercayaan Jamaah Umrah Pada PT. Wisata Titian Nusantara Pelangi.” *Jurnal Manajemen Dakwah* 07, no. 01 (2019): 21-36.
- Atmaja, Jaka. “Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB.” *Jurnal Ecodemica*, 2, (2018): 54.
- Barata, Adya, Atep. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006.
- Bilqis, Luthfiyah and Ai Nunung. “Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Konsumen Schatje Kids Di Bandung.” *Value* 2, no. 1 (2021): 97–107.
- Damayani, Zahrah, Afina, Ratih Purbasari and Nurillah Jamil Achmawati Novel. “Strategi Pelayanan Prima Pengiriman Barang Pada PT. Pos Indonesia (Persero).” *Jurnal Organisasi dan Manajemen Bisnis Logistik* 01, no. 01 (2023): 87-112.
- Efendi, Munif and Sela Zakiyatul Maula. “Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Terhadap Produk (Studi Kasus KSP Modern Cabang Tegaldlimo Kab. Banyuwangi).” *Ekonomia: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2022):71-93.
- Fadli, Rijal, Muhammad. “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif.” *Humanika* 21, no. 1 (2021): 33-54.
- Faisol and Ilham. “Strategi Pemasaran Jemput Bola dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Tabungan.” *Dalwa Islamic Economic Studies* 2, no. 2 (2023): 88-97.

- Fatmasari. "Analisis Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada PT. XYZ Cabang Makassar Dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan." *AKMEN: Akutansi dan Manajemen* 5, no. 4 (2018): 265–272.
- Frimayasa, Agtovia. "Konsep Dasar Dan Strategi Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada Perusahaan Telekomunikasi Indosat Ooredoo." *Cakrawala* 17, no. 1 (2017): 65–71.
- Gofur, Hidayatul, Ibnudin, Ahmad Syathori and Didik Himmawan. "Strategi Pelayanan Prima Frontliner Pada BSI KCP Indramayu Jatibarang." *Journal of Sharia Economics and Finance* 3, no. 2 (2023): 60–70.
- Hidayatullah, M.F., Nathania Nur Rafidah and Nikmatul Masruroh. "Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik Dot.Id." *Human Falah* 10, no. 1 (2023): 129.
- Hidayatullah, Muhammad, Gusti. "Penerapan Pelayanan Prima Pada Mal Pelayanan Publik Kabupaten Hulu Sungai Utara." *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 3, no. 3 (2024): 1219–1229.
- Himmawan, Didik and Lian Meydina Aulia. "Analisis Strategi Telemarketing dan Edukasi Kepada Masyarakat Terhadap Tabungan Haji Pascamerger pada Bank Syariah Indonesia KCP Jatibarang." *Journal of Sharia, Economic, and Finance* 03, no. 02 (2024): 98-104.
- Himmawan, Didik and Lian Meydina Aulia. "Analisis Strategi Telemarketing dan Edukasi Kepada Masyarakat Terhadap Tabungan Haji Pascamerger pada Bank Syariah Indonesia KCP Jatibarang." *Journal of Sharia, Economic, and Finance* 3, no. 2 (2024): 98-104.
- Jawab, Rojali, Ahmadih and Salsabila. "Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Umroh Pada PT. Khazzanah Al –Anshary Tahun 2023," *Jurnal Manajemen Dakwah* 12, no. 1 (2024): 141-167.
- Karima, Akhlakul. "Optimalisasi Muamalat DIN Dalam Memaksimalkan Pelayanan Prima Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pangkalpinang." Skripsi, IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik, Bangka Belitung, 2024.
- Khaerunnisa, Handini. "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan nasabah." *Jurnal Studia Akutansi dan Bisnis* 1, no. 1 (2013): 47–60.
- Komalasari, Eka. "Peranan Customer Relationship Dalam Meningkatkan Loyalitas Peranan Customer Relationship Dalam Perbankan." *Jurnal Siasat*. 9, no. 2 (2021): 193-200.

- Mardi, Illaiyah, Nur. "Implementasi Pelayanan Prima (*Service Excellence*) pada Bank Muamalat KCP Pasuruan untuk Memaksimalkan Kepuasan Nasabah (Studi pada Bank Muamalat KCP Pasuruan)," *Jurnal Pendidikan Agama Islam* 3, no.1 (2025): 227-238.
- Masrohatin, Siti, Tika Puji Susanti and Yuni Cahya Kurniasih. "Analisis Strategi Pelayanan Pada Produk Kredit Umum Di PT. BPR Mitra Jaya Mandiri Pusat Kalisat," *Jurnal Gembira* 2, no.1 (2024): 156.
- Masruro, Aulia, Anisyah, and Siti Dwi Amriani. "Sistem Jemput Bola Dalam Upaya Meningkatkan Minat Menabung Pada Siswa di Situbondo." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 02, no. 11 (2023): 2863.
- Masyi'ah, Nur, Anita and Joel Yulian Sembiring "Analisis Strategi Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Pesonel Aviation Security Bandar Udara Sentani." *Jurnal Manajemen Dirgantara* 16, no. 01 (2023): 1-9.
- Mulyani, Nanda. "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Diponegoro." Skripsi, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2022.
- Mutmainnah, Mutmainnah and Siti Indah Purwaning Yuwana. "Strategi Ekonomi Syariah Dalam Meningkatkan Stabilitas Ekonomi Indonesia." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)* 4, no. 1 (2024): 1–12.
- Nurfajriani, Vera, Wiyanda, Muhammad Wahyu Ilhami, Arivan Mahendra, Rusdy Abdullah Sirodj and M Win Afgani. "Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. 17 (2024): 826-833.
- Nurlia. "Strategi Pelayanan Dengan Konsep *Service Excellent*." *Meraja Journal* 01, no. 2 (2018): 17-30.
- Nurmansyah, Burhan. *Manajemen Strategik*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2021.
- Nurohmah, Nadia, Anggi and Agung Guritno. "Analisis Determinan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kendal Weleri," *Al-bank: Journal of Islamic Banking and Finance* 3, no. 1 (2023): 34.
- Pamungkas, Ratna, Dwi. "Strategi Pelayanan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, Tbk Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Mms Kertosono, Nganjuk, Jawa Timur." *Jurnal Ilmu Manajemen*. 2, no. 3 (2016): 57.

- Penyusun, Tim. *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*. Jember: IAIN Jember, 2020.
- Putra, Misa, Andre and Fernos Jhon. "Pelaksanaan Pelayanan Prima Terhadap Kepercayaan Nasabah Di Pt. Bank Perkreditan Rakyat Jorong Kampung Tangah Pariaman." (2019): 9.
- Rahim, Rahman, Abd. and Enny Radjab. *Manajemen Strategi*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan, 2017.
- Redati, Fitria, Pingkan. "Penerapan Pelayanan Prima Pada Frontliners Guna Meningkatkan Dan Mempertahankan Jumlah Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Masaran Pasca Pandemi Covid 19." Skripsi, UIN Raden Mas Said, Surakarta, 2023.
- Riani, Ketut, Ni. "Strategi Peningkatan Pelayanan Publik." *Jurnal inovasi penelitian 1*, no. 11 (2021): 2445.
- Rifa'i, Khamdan. *Kepuasan Konsumen*. Jember: UIN KHAS Press, 2023.
- Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 81.
- Riono, S B, Dwi Harini, Muhammad Syaifulloh and Suci Nur Utami. "Analisis Pelayanan Publik Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Perkreditan Rakyat Muhadi Setia Budi (BPR MSB) Kabupaten Brebes." *Jurnal Investasi* 6, no. 2 (2020): 147-154.
- Safari, Astiah, Maskan AF, and Salasiah. "Analisis Pelayanan Prima Pada Kantor PT.PLN (Persero) Melak Kabupaten Kutai Barat." *Dedikasi* 23, no. 2 (2023): 12.
- Saputra, Muhammad. "Strategi Bank Xyz Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah," *Jurnal Ilmiah FE-UMM* 11, no. 2 (2017): 18–26.
- Sibuea, Ade, Rimelda and Elfia Sukma. "Analisis Langkah-Langkah Pendekatan Saintifik Pada Pembelajaran Tematik Terpadu Di Sekolah Dasar Menurut Para Ahli." *Journal of Basic Education Studies* 4, no. 1 (2021): 2344–2358.
- Silvia, Febi. "Pelayanan Prima Dan Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II." *Ilmu Administrasi Negara* (2018):4.
- Siregar, Selamat. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan." *Jurnal Ilmiah Methonomi* 1, no. 2 (2015):63-64.

- Subagja, Kurniawan, Iwan and Putri Herlanies Susanto. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 7, no. 1 (2019): 69-84.
- Sugiono, and Ela Masruroh. "Upaya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: BMT NU Cabang Grugugan Bondowoso)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022):561-570.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2017.
- Susanti, Ari, Yurike and Renny Oktafia. "Implementasi Pelayanan Prima Dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Customer Pada Hotel Walan Syariah Sidoarjo." *Jurnal Masharif al-Syariah* 5, no. 2 (2020): 104–116.
- Syara, Rosefiani, Ayu and Jati Handayani. "Analisis Pengaruh Dimensi Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Bri Kantor Cabang Kendal." *Keunis* 8, no. 2 (2020): 135.
- Utami, Torisa, Lis. "Analisis Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Central Asia Cabang Utama Green Garden Jakarta." *Jurnal Serasi* 19, no. 2 (2021): 103.
- Warsito, Setyaning, Windry. "Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Perkreditan Rakyat Karyajatnika Sedaya Cabang Dago Bandung." *Jurnal Sekretari dan Manajemen* 2, no. 2 (2018): 225–232.
- Wati, Yulia, Tri. "Strategi Pelayanan Prima Guna Mewujudkan Kepuasan Pelanggan Anggota Primer Koperasi Kartika Daya Mandiri Detasemen Markas Besar Angkatan Darat." *Jurnal Sumber Daya Aparatur* 04 no. 2 (2022): 1-10.
- Web BMT NU Jawa Timur, Diakses Melalui https://bmtnujatim.id/page/prestasi_bmtnu_jawa_timur 29 April, 2025.
- Wijaya, Arfianti. "Strategi: Pengertian, Tujuan, Jenis, dan Contohnya." September 17, 2023, <https://www.kompas.com/skola/read/2023/09/17/100000069/strategi--pengertian-tujuan-jenis-dan-contohnya>.

Lampiran 1



MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah
Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember.	Strategi Pelayanan Prima	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan (<i>ability</i>) 2. Sikap (<i>attitude</i>) 3. Penampilan (<i>appearance</i>) 4. Perhatian (<i>attention</i>) 5. Tindakan (<i>action</i>) 6. Tanggungjawab (<i>accountability</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informan <ol style="list-style-type: none"> a. Kepala Cabang b. Bagian Tabungan c. Teller d. Nasabah 2. Dokumentasi 3. Kepustakaan <ol style="list-style-type: none"> a. Buku b. Jurnal c. Artikel dll 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan Kualitatif jenis penelitian (lapangan resech) 2. Jenis penelitian deskriptif 3. Lokasi: KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember. 4. Pemilihan subyek penelitian: purposive 5. Metode pengumpulan data <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 6. Analisis data: Deskriptif 7. Keabsahan data: Triangulasi sumber dan teknik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana strategi pelayanan prima untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember? 2. Bagaimana kendala strategi pelayanan prima untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember? 3. Bagaimana upaya yang dilakukan KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember untuk mengatasi kendala strategi pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah?
	Loyalitas Nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian berulang secara teratur (<i>makes regular repeat purchase</i>). 2. Melakukan pembelian di luar lini produk/jasa (<i>purchase across product and service lines</i>). 3. Merekomendasikan produk (<i>refers other</i>). 4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing (<i>demonstrates an immunity to the full of the competition</i>). 			

Lampiran 2

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Moh. Yafis Shudur
 NIM : 212105010083
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan sebenarnya bahwa isi skripsi yang berjudul "Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember" hasil skripsi ini tidak terdapat unsur penjiplakan karya penelitian yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila terdapat kesalahan maka menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 20 Mei 2025

Yang Menyatakan



Moh. Yafis Shudur
 212105010083

Lampiran 3

PEDOMAN WAWANCARA

1. Pertanyaan dengan Pimpinan / Karyawan BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember
 - a. Bagaimana strategi pelayanan prima yang diterapkan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember saat ini ?
 - b. Apa saja tantangan atau kendala yang dihadapi dalam memberikan pelayanan prima untuk meningkatkan loyalitas nasabah? Dan upaya mengatasi kendala yang dihadapi?
 - c. Bagaimana pelatihan yang diberikan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan?
 - d. Bagaimana sikap karyawan saat melayani nasabah, terutama dalam kondisi ramai atau saat menghadapi keluhan?
 - e. Apakah ada standar penampilan khusus yang diterapkan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember untuk karyawannya?
 - f. Bagaimana bentuk perhatian yang diberikan karyawan terhadap kebutuhan dan keluhan nasabah?
 - g. Seberapa cepat karyawan menanggapi permintaan atau permasalahan dari nasabah?
 - h. Bagaimana karyawan menunjukkan tanggung jawabnya dalam menyelesaikan tugas pelayanan kepada nasabah?
2. Pertanyaan dengan Nasabah BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember
 - a. Sudah berapa lama Anda menjadi nasabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember ?
 - b. Apakah Anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan? Mengapa?
 - c. Seberapa sering Anda menggunakan layanan atau produk dari BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember?
 - d. Menurut Anda apakah karyawan BMT sudah memberikan informasi dengan jelas?

Lampiran 4

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- 471 /Un.22/17.a/PP.00.9/04/2025 29 April 2025
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Kepala KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember
Dusun Sumuran, Desa Klompangan, Kec. Ajung, Kab. Jember, Jawa Timur, 68175

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

Nama : Moh. Yafis Shudur
NIM : 212105010083
Semester : VIII (Delapan)
Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu



27

Lampiran 5

SURAT SELESAI PENELITIAN

**Alamat Kantor :**

Utara Kantor Kecamatan Ajung
Desa Klompangan
Kec. Ajung Kab. Jember
Kode Pos 68175
HP. 0813 3579 8884
website : www.bmtnuajung.com
e_mail : bmtnuajung85@gmail.com

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor : 2404/C-85/01/KSPPS/BMTNU/2024

Yang Bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rendi Maulana Firdaus
NIP : 2404.120821.0876
Jabatan : Kepala Cabang
Unit Kerja : KSPPS. BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Moh. Yafis Shudur
NIM : 212105010083
Fakultas : Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Universitas : Universitas Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq

Bahwa yang bersangkutan benar-benar telah selesai melaksanakan Penelitian di KSPPS. BMT NU Jawa Timur Cabang dari tanggal 29 April 2025 sampai tanggal 21 Mei 2025 dengan judul: **"Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BMT NU JAWA TIMUR Cabang Ajung."**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Jember, 22 Mei 2025

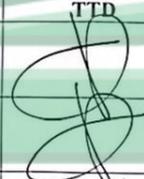
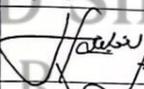
Kepala Cabang
Rendi Maulana Firdaus
NIP. : 2404.120821.0876

Lampiran 6

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Nama : Moh. Yafis Shudur
 Nim : 212105010083
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Penelitian : Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember
 Lokasi Penelitian : KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember.

No	Tanggal	Kegiatan	TTD
1.	29 April 2025	Menyerahkan surat ijin penelitian	
2.	30 April 2025	Wawancara dengan Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember	
3.	02 Mei 2025	Wawancara dengan Teller BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember	
3.	03 Mei 2025	Wawancara dengan bagian Tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember	
4.	05 Mei 2025	Wawancara dengan Nasabah BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember	
5.	22 Mei 2025	Mengurus surat keterangan selesai penelitian	

Jember, 22 Mei 2025

Kepala Cabang


 (Rendi Maulana Firdaus)

Lampiran 7

SURAT KETERANGAN TURNITIN

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 : Moh. Yafis Shudur
 NIM : 212105010083
 Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
 Judul : Strategi Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember.

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

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 22 Mei 2025
 Operator Turnitin
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

(Heras F. Q.)



Lampiran 8

SURAT KETERANGAN SELESAI BIMBINGAN



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 : Moh. Yafis Shudur
 NIM : 212105010083
 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.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 JEMBER

Jember, 20 Mei 2025
 Koordinator Prodi. Perbankan Syariah,


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



Lampiran 9

SURAT KELENGKAPAN NASKAH



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/

SURAT KETERANGAN

Kami selaku pembimbing skripsi dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Moh. Yafis Shudur
NIM : 212105010083
Program Studi/Fakultas : Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melengkapi lampiran naskah skripsi sesuai ketentuan buku pedoman akademik dan berhak diverifikasi untuk mendaftar ujian skripsi, antara lain :

No	Lampiran	Ada	Tidak
1	Lembar persetujuan Pembimbing	✓	
2	Matrik Penelitian	✓	
3	Surat Pernyataan Keaslian Bermaterai dan ditandatangani	✓	
4	Pedoman Wawancara/ Angket Penelitian	✓	
5	Surat Izin Penelitian	✓	
6	Surat Keterangan Selesai Penelitian	✓	
7	Jurnal Kegiatan Penelitian	✓	
8	Dokumentasi Penelitian (Kualitatif dan Kuantitatif Data Primer)	✓	
9	Lampiran Data Sekunder (Hasil penghitungan SPSS dll atau penelitian kuantitatif data sekunder)		✓
10	Surat keterangan screening turnitin 25% (Bagian Akademik)	✓	
11	Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	✓	
12	Mensitasi 5 artikel jurnal dosen FEBI (sesuai dengan topik penelitian)	✓	
13	Biodata	✓	

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 20 Mei 2025
Pembimbing

Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I
NIP.197608222008011015



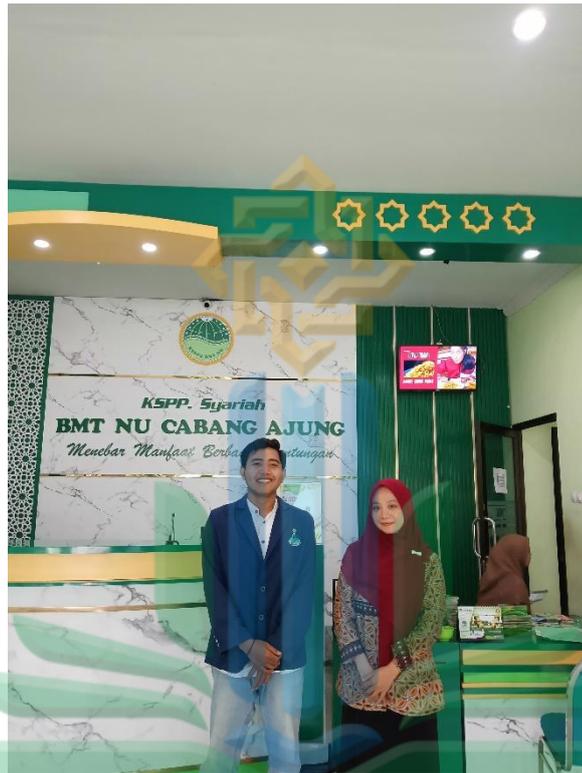
Lampiran 10

DOKUMENTASI PENELITIAN



Tampak Depan BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember

Wawancara dengan Ketua Cabang BMT NU
Jawa Timur Cabang Ajung Jember



Wawancara dengan Teller BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember



Wawancara dengan salah satu nasabah BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung Jember

Lampiran 11

BIODATA PENULIS**A. Biodata Penulis**

Nama : Moh. Yafis Shudur
 NIM : 212105010083
 TTL : Situbondo, 15 April 2002
 Alamat : Dusun Locan-cang RT/RW 03/02, Desa Paowan,
 Kecamatan Panarukan, Kabupaten Situbondo
 No.HP : 085936659705
 Email : yafisshudur15@gmail.com
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan : Ekonomi Islam
 Prodi : Perbankan Syariah

A. Riwayat Pendidikan

SD	: SDN 1 Paowan	(2009-2015)
SMP	: SMP 1 Ibrahimy Sukorejo	(2015-2018)
SMK	: SMK 1 Ibrahimy Sukorejo	(2018-2021)
Perguruan Tinggi	: UIN KH. Achmad Siddiq Jember	(2021-2025)