

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Lembaga keuangan memegang peran penting dalam kehidupan suatu negara, terutama di negara yang berkembang seperti negara Indonesia. Lembaga keuangan memiliki peran strategis yang dikarenakan memiliki fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat secara efektif dan efisien. Dengan adanya peran tersebut, kehadiran lembaga keuangan diharapkan dapat memberikan manfaat yang lebih kepada masyarakat, yaitu masyarakat bebas memilih lembaga keuangan syariah dan lembaga non syariah.¹

Perbankan syariah merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan perbankan syariah dan Unit Usaha Syariah, termasuk lembaga, kegiatan usaha, serta cara dan proses pelaksanaan kegiatan usahanya.² Berdasarkan pengertian tersebut, ada 3 pokok utama dalam perbankan syariah, yaitu kelembagaan. Kegiatan usaha, serta tata cara pelaksanaan kegiatan perbankan syariah. Secara kelembagaan, ada dua jenis bank syariah, yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).³ Seiring dengan berjalannya waktu umat Islam mengharapkan kehadiran lembaga keuangan syariah non bank yang bebas dari riba, seperti *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT). BMT merupakan lembaga keuangan syariah non bank yang lebih mengutamakan masyarakat kecil. Seperti yang kita ketahui, umat islam merupakan mayoritas penduduk Indonesia, namun masih banyak masyarakat yang tidak mampu secara finansial.

Baitul Maal wat Tamwil merupakan sebuah lembaga keuangan yang menggunakan konsep syariah dengan memadukan konsep *Maal* dan *Tamwil* didalam lembaga tersebut. Konsep *Maal* sendiri menjadi bagian dari kehidupan masyarakat serta menghimpun dana dan menyalurkan sebagian dananya untuk

¹ Abdul Haris Romdhoni Dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah", Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 4 (02), 136-147,2018, <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>

²Drs. Ismail, MBA.,Ak. *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Prenada Media Grup, 2011), 25.

³ D.R.A. Wangsawidjaja.Z.S.H.,M.H *Pembiayaan Bank Syariah*. (Jakarta: PT. Gramedia 2012), 14.

zakat, infaq dan shadaqah (ZIS) secara terus menerus. *Baitul Maal wat Tamwil* hadir ditengah masyarakat untuk menjawab keresahan masyarakat terhadap usaha kecil dan mikro yang sering kali mengalami kesulitan dalam pada mengajukan pembiayaan atau permohonan kredit dari lembaga perbankan, dengan selalu mengedepankan prinsip nilai-nilai islam didalam kegiatannya.⁴

Sebagai salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang dalam kegiatannya menyalurkan dana adalah KSPK syariah BMT NU Cabang Ganding Sumenep. BMT NU Cabang Ganding berdiri sejak pada tanggal 4 Mei 2007 telah resmi terdaftar di akte notaries dengan Nomor : 10, Badan Hukum : 188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007, SIUP : 503/6731/SIUP-K/435.114/2007, TDP : 132125200588, dan NPWP : 02.599.962.4-608.000 dengan nama Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) *Baitul Maal wat Tamwil* Nuansa Ummat yang disingkat dengan BMT NU.

Kepuasan konsumen adalah kondisi suatu produk yang dapat memenuhi harapan konsumen. Pada dasarnya tujuan bisnis yaitu untuk membuat pelanggan merasa senang dan puas. Menciptakan kepuasan pelanggan dapat memberikan banyak manfaat, termasuk hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggannya, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.⁵ BMT Nuansa Ummat Ganding sebagai usaha bisnis diindustri perbankan yang selalu mengoptimalkan kualitas layanannya untuk memuaskan konsumen yaitu dengan melayani konsumennya dengan baik. Pelayanan prima sering dikaitkan erat dengan bisnis jasa pelayanan yang bertujuan untuk memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan rasa kepercayaan kepada pelanggannya, sehingga pelanggan merasa dirinya penting dan diperhatikan dengan baik dan benar.

Menurut Drs. Daryanto, dan Drs. Ismanto Setyobudi, M.Pd. pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan. Tujuan pelayanan yang baik adalah memberikan pelayanan

⁴ Ismanto K, Pengelolaan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) (Pekalongan), 12.

⁵ Lilik Rahmawati Dan Nofiana Hidayatin, "Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Di BMT UGT SIDOGIRI CAPEM WARU", Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 04, No. 01 (April, 2014) <http://www.digilib.uinsby.ac.id>

yang dapat memuaskan pelanggan atau masyarakat dan memberikan fokus pelayanan pada pelanggan. Pelayanan yang berkualitas akan membantu meningkatkan kualitas pelayanan pemerintah, menjadikan masyarakat sebagai pelanggan dan memberikan acuan bagi perumusan standar pelayanan.⁶ Untuk mencapai suatu pelayanan yang prima pihak perusahaan haruslah memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, mampu mengerti dan memahami bahasa isyarat (*gesture*) pelanggan serta memiliki kemampuan menanggapi keluhan pelanggan secara professional.⁷

Alasan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan prima dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah pada produk tabah *Baitul Maal wat Tamwil* Nuansa Ummat Cabang Ganding Sumenep. Pada produk tabungan ini merupakan salah satu produk tabungan yang paling diminati oleh para nasabah dibandingkan produk tabungan lainnya, karena pada produk tabungan tabah ini tabungan milik nasabah bisa diambil kapan saja. Jumlah nasabah pada produk tabungan tabah terus mengalami peningkatan. Oleh karena itu bagaimana strategi pelayanan prima BMT Nuansa Ummat cabang Ganding dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada produk tabah, salah satu faktor yang menentukan loyalitas nasabah adalah kepuasan.

Menurut Fornell dalam Mouren Margaretha loyalitas adalah fungsi dari kepuasan pelanggan, rintangan pengalihan dan keluhan nasabah. Pelanggan yang puas akan dapat menggunakan pembelian berulang dimasa yang akan datang dan akan memberitahu kepada orang lain atas bagaimana perasaannya.⁸ Loyalitas pelanggan merupakan sesuatu yang diharapkan oleh setiap perusahaan, terutama perusahaan jasa seperti perbankan. Loyalitas yang tinggi dapat menunjukkan keberhasilan suatu perusahaan. Pelanggan yang loyal akan selalu melakukan

⁶ Meki Pamekas, *Pelayanan Prima*. (Jawa Tengah: Lakeisha, 2021), 1.

⁷ Arista Atmadjati, SE. MM, *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*. (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 1-2.

⁸ Kusuma Wijayanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank", Vol. 17, No. 1 (Juni, 2015): <http://www.journals.ums.ac.id>

pembelian ulang dikemudian hari, jika mereka membutuhkan produk atau jasa yang sama. Pandangan ini sejalan dengan penelitian Porral & Lang yang menunjukkan bahwa pelanggan yang loyal terhadap sebuah produk, akan berniat untuk membeli ulang produk tersebut dikemudian hari. Secara tidak langsung, loyalitas pelanggan dapat meningkatkan daya saing dari sebuah perusahaan. Loyalitas nasabah akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi keunggulan bersaing yang berkelanjutan.⁹

Nasabah yang loyal karena puas dan ingin melanjutkan hubungan pembelian, loyalitas nasabah adalah ukuran seberapa kedekatan nasabah pada suatu merek, nasabah menyukai merek, merek menjadi *top of mind* (merek pertama yang muncul) jika mengingat sebuah kategori produk, komitmen merek yang mendalam memaksa preferensi pilihan untuk melakukan pembelian, membantu nasabah mengidentifikasi perbedaan mutu, sehingga ketika berbelanja akan lebih efisien.¹⁰ Dengan adanya loyalitas nasabah ini dapat menjadi sarana promosi tersendiri bagi KSPP Syariah BMT NU Cabang Ganding Sumenep. Perusahaan yang memiliki loyalitas nasabah dapat meraih keuntungan yang tinggi, maka dari itu KSPP Syariah BMT NU Cabang Ganding Sumenep membuat loyalty program untuk mempertahankan loyalitas nasabahnya.

Tabel 1.1

Data Nasabah Produk Tabungan Tabah pada Januari - Desember 2020

No	Bulan	Jumlah Nasabah
1	Januari	20
2	Februari	20
3	Maret	35
4	April	50
5	Mei	75
6	Juni	92
7	Juli	99
8	Agustus	105

⁹ Muhammad Zakiy dan evrita Putri Azzahroh, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening", Vol. 3, No. 1 (Januari-Juni, 2017): <http://www.e-journal.unair.ac.id>

¹⁰ Taufiq Risal, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada BMT Kampoeng Syariah", (Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2019): <http://www.jurnal.uisu.ac.id>

9	September	120
10	Oktober	120
11	November	120
12	Desember	135

Sumber: Dokumen BMT NU Cabang Ganding

Dari data di atas dapat dilihat bahwa perkembangan pada produk tabungan tabah di BMT NU Cabang Ganding Sumenep dari bulan Januari-Desember 2020 selalu mengalami peningkatan yaitu dari 20-135 nasabah.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi pelayanan dalam upaya peningkatan loyalitas nasabah produk tabungan tabah di *Baitul Maal wat Tamwil* Nuansa Ummat Cabang Ganding Sumenep”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah di atas, maka dapat didefinisikan permasalahan dalam penelitian adalah :

1. Bagaimana strategi pelayanan prima dalam upaya peningkatan loyalitas nasabah produk tabungan tabah di *Baitul Maal wat Tamwil* Nuansa Ummat Cabang Ganding Sumenep?
2. Bagaimana loyalitas nasabah produk tabungan tabah di *Baitul Maal wat Tamwil* Nuansa Ummat Cabang Ganding Sumenep ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pelayanan prima dalam upaya peningkatan loyalitas nasabah produk tabungan tabah di *Baitul Maal wat Tamwil* Nuansa Ummat Cabang Ganding Sumenep
2. Untuk mengetahui Loyalitas nasabah produk tabungan tabah di *Baitul Maal wat Tamwil* Nuansa Ummat Cabang Ganding Sumenep.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis :
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan peneliti selanjutnya dalam pembahasan mengenai pelayanan prima dan loyalitas nasabah.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di dunia perbankan. Sehingga dapat memberikan manfaat sebagai sumbangan karya ilmiah terhadap mahasiswa perbankan.
2. Secara praktis :
 - a. Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi mereka yang bergelut dibidang pelayanan prima dan sebagai tambahan ilmu pengetahuan bagi penulis dan mahasiswa lainnya.
 - b. Sebagai bahan masukan bagi *Baitul Maal wat Tamwil* Nuansa Ummat Jawa Timur dalam pemberian pelayanan prima untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

E. Definisi istilah

Untuk menghindari adanya kesalahpahaman pembaca dalam memahami penelitian ini, perlu kiranya penulis memberikan pengertian secara operasional dari konsep dan istilah dari judul yaitu :

1. Strategi

Strategi adalah suatu rangkaian tindakan penentuan rencana oleh manajemen guna untuk mencapai misi dan tujuan yang diharapkan.

2. Pelayanan Prima

Pelayanan Prima adalah aktifitas seseorang guna untuk melayani dan memberikan kepuasan kepada konsumen secara langsung maupun tidak langsung.

3. Loyalitas nasabah

Loyalitas nasabah adalah bentuk kesetiaan nasabah terhadap suatu kualitas produk bank karena adanya kepuasan dari kualitas produk tersebut.

4. Tabungan tabah

Tabungan tabah adalah tabungan yang dapat mempermudah kebutuhan sehari-hari nasabah dijalankan berdasarkan akad mudharabah mutlaqah.

Dengan definisi istilah tersebut, maka yang dimaksud peneliti dengan judul "Strategi Pelayanan Dalam Upaya Peningkatan Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Tabah Di *Baitul Maal wat Tamwil* Nuansa Ummat Cabang Ganding

Sumenep” adalah cara atau langkah penerapan strategi pelayanan yang baik dalam proses perbankan dan dapat meningkatkan loyalitas nasabah produk.

F. Kajian Terdahulu

Tujuan dari kajian terdahulu untuk mendapatkan bahan perbandingan dan memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Pada bagian ini peneliti akan mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan. Berikut beberapa penelitian yang terkait dengan “Strategi Pelayanan dalam Upaya Peningkatan Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Tabah di BMT Nuansa Ummat Ganding” diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Devi Irawati dengan judul “*Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Produk Funding Di PT.BPRS Buana Mitra Perwira*”. Tahun 2018, IAIN Purwokerto. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima yang diterapkan di BPRS Buana Mitra Perwira sudah sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) perusahaan dan sesuai dengan budaya pelayanan prima yang dikembangkan berdasarkan A6, yaitu *Ability* (kemampuan), *Attitude* (sikap), *Appearance* (penampilan), *Attention* (perhatian), *Action* (tindakan), dan *Accountability* (tanggung jawab).
2. Penelitian ini yang dilakukan oleh Aliyah dengan judul “*Strategi Pelayanan PT.Bank Bukopin Tbk Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Makassar*”. Tahun 2012, Universitas Hasanuddin. Jenis penelitian ini adalah penelitian bersifat deskriptif kualitatif. Pengumpulan data yang digunakan yaitu terdiri dari data primer (observasi, dan interview (wawancara) dan data sekunder yaitu mencari data melalui studi pustaka dengan mencari dan membaca literature, buku-buku bacaan dan tulisan ilmiah yang berkaitan dan relevan dengan objek penelitian yang hendak diteliti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

tabungan Bank Bukopin dan keunggulan produk juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank Bukopin. Strategi-strategi tersebut diantaranya adalah jemput bola, bukti langsung (tangibles), keandalan, relationship marketing, keragaman produk, bunga bukopin yang relative tinggi dan bersaing, private banking dan layanan bukopin prioritas.

3. Penelitian Syifa Azka Umayya dengan judul "*Peningkatan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Lampung KCP Natar Melalui Strategi Pemasaran*". Tahun 2018, Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan teknik analisis data. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah peningkatan loyalitas nasabah pada PT. Bank Lampung KCP Natar melalui strategi pemasaran dilakukan melalui mengikat pelanggan (customer banding), pelayanan prima, dan menjaga hubungan baik dengan nasabah. Strategi pemasaran yang dilakukan diimplementasikan melalui analisis 7P.
4. Penelitian Yulia Ellawati dengan judul "*Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu*". Tahun 2017, IAIN Bengkulu. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah peran customer service pada PT BPRS Safir Bengkulu yaitu melayani nasabah dan memberikan informasi dengan menggunakan SOP. Dan peranan customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah yaitu membuat kesan yang baik kepada nasabah, berpakaian rapi, berbicara sopan, menjaga komunikasi kepada nasabah, selalu bersilaturahmi kepada nasabah baik keadaan suka ataupun duka.
5. Penelitian Imam Ma'ruf dengan judul "*Strategi Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Funding Di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap*". Tahun 2019, IAIN Purwokerto. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Kesimpulan dari penelitian ini adalah pelayanan prima yang diterapkan sudah sesuai dengan SOP

perusahaan dan sesuai dengan budaya pelayanan prima yang dikembangkan berdasarkan A6 yang diterapkan. Strategi yang digunakan pada pelayanan prima dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah pada produk funding yaitu dengan cara melayani nasabah secara cepat dan tepat.

Tabel 1.2

Hasil Perbandingan Penelitian

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Devi Irawati	Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Produk Funding Di PT. BPRS Buana Mitra Perwira	<p>a. Membahas mengenai pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah.</p> <p>b. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.</p> <p>c. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.</p>	<p>a. Penelitian ini membahas mengenai produk funding di PT. BPRS Buana Mitra Perwira.</p> <p>b. Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. BPRS Buana Mitra Perwira, Purwokerto.</p>

			d. Sumber data yang diperoleh yaitu data primer dan data sekunder.	
2.	Aliyah	Strategi Pelayanan PT. Bank Bukopin Tbk Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Makassar	<p>a. Membahas mengenai strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah.</p> <p>b. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.</p> <p>c. Sumber data yang diperoleh yaitu data primer dan data sekunder.</p>	<p>a. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Bank Bukopin Tbk, Makassar.</p> <p>b. Penelitian ini lebih mengarah kepada keunggulan produk tabungan bank bukopin.</p>
3.	Syifa Azka Umayya	Peningkatan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Lampung KCP Natar	<p>a. Membahas mengenai meningkatkan loyalitas nasabah.</p> <p>b. Sumber data yang diperoleh</p>	<p>a. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Bank Lampung KCP Natar.</p> <p>b. Penelitian ini</p>

		Melalui Strategi Pemasaran	yaitu data primer dan data sekunder.	lebih mengacu kepada strategi pemasaran.
4.	Yulia Ellawati	Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu	<p>a. Membahas mengenai meningkatkan loyalitas nasabah.</p> <p>b. Sumber data yang diperoleh yaitu data primer dan data sekunder.</p> <p>c. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.</p> <p>e. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.</p>	<p>a. Membahas mengenai peranan customer service pada PT. BPRS Safir Bengkulu.</p> <p>b. Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. BPRS Safir Bengkulu.</p>
5.	Imam Ma'ruf	Strategi Pelayanan Prima Dalam Upaya	a. Membahas mengenai pelayanan prima dalam	a. Lebih mengacu kepada Al-quran dan

		Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Funding Di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap	meningkatkan loyalitas nasabah. b. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	Hadits. b. Membahas produk funding . c. Lokasi penelitian dilakukan di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap.
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

