

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Berdirinya KSPPS BMT NU Jawa Timur (Cabang Ganding Sumenep)

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan temuan-temuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Sebelum data yang berkenaan dengan fokus masalah yang dipaparkan maka terlebih dahulu mengetahui sejarah singkat, tujuan, visi dan misi serta kondisi yang ada di BMT NU Cabang Ganding, sebagaimana berikut:

BMT NU lahir dari kondisi masyarakat yang memprihatinkan, dimana kesejahteraan mereka yang belum meningkat secara signifikan. Masyarakat Kec.Gapura Kab.Sumenep merupakan masyarakat yang pekerja keras. Dimana pasangan suami istri yang bekerja sama demi kebutuhan hidupnya, tetapi usaha yang mereka lakukan tidak meningkatkan derajat hidup mereka. Hal inilah yang membuat Nahdlatul Ulama prihatin. Karena itu, pengurus MWC. NU Gapura menyerahkan tugas terhadap lembaga perekonomian pada tahun 2003 yang menjadi ketua lembaga perekonomian saat itu memulai program penguatan ekonomi kerakyatan untuk kesejahteraan masyarakat yang mardhatillah.¹

Untuk mencapai program ini, lembaga perekonomian MWC NU Gapura melakukan serangkaian upaya yang diawali dengan adanya pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan pada 08-10 April 2003, dan dilakukan perbincangan dengan para alumni pelatihan guna untuk merumuskan model penguatan ekonomi kerakyatan pada 13 Mei 2004 dan lokakarya perencanaan pembentukan BUMNU (Badan Usaha Milik NU).² Dari Lokakarya tersebut ditemukan persoalan yang dihadapi masyarakat yaitu lemahnya dalam permodalan, lemahnya penguasaan teknologi, dan lemahnya pemasaran. Peserta lokakarya bersepakat untuk yang pertama kali dituntaskan yaitu penguatan modal

¹ Blog BMT NU Jawa Timur, diakses pada 05 Januari 2022, <http://bmtnujatim.com/blog/>.

² Blog BMT NU Jawa Timur, diakses pada 05 Januari 2022, <http://bmtnujatim.com/blog/>.

agar masyarakat kecil yang memiliki usaha dan mikro yang selama ini permodalannya diatur oleh pemodal besar dan akses permodalannya kurang.

Masyudi, selaku ketua lembaga perekonomian NU berpendapat untuk mendirikan *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT), guna sebagai lembaga keuangan yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam untuk para anggotanya. Pendapat yang dikeluarkan dari Masyudi ini dilihat dari kondisi keprihatinan masyarakat yang sebanyak 3,311 pedagang kecil yang terjerat rentenir dan tingkat bunga dari bank harian mencapai 50%. Namun, pengurus MWC NU dan peserta lokakarya menolak pendapat tersebut, dikarenakan adanya trauma di masa lalu yang beberapa kali setiap mendirikan lembaga keuangan, keuangan mereka disalahgunakan. Dan pada 01 Juni 2004 akhirnya mereka menyetujui pendapat itu untuk mendirikan *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT). Gagasan ini muncul dari keprihatinan karena semakin merajalelanya praktek rentenir. Informasi yang diperoleh Masyudi saat itu, sebanyak 3,311 pedagang kecil di wilayah Kecamatan Gapura dan sekitarnya terjerat praktik rentenir maupun “bank harian”, dengan bunga hingga 50 persen dalam satu bulan.³ Meyakinkan kembali seluruh pendiri KJKS BMT NU menjadikan tantangan tersendiri bagi semua pengurus, yang disebabkan hanya ada 22 anggota dari 36 anggota yang menyetujui dan bersedia untuk membayar simpanan anggota dan untuk modal awal hanya terkumpul Rp.400.000 saja.

Antusiasme dan semangat dari kepengurusan yang hanya 2 (dua) orang saat itu benar-benar diuji dan membutuhkan kesungguhan hati untuk meningkatkan dan mengembangkan badan usaha BMT NU yang diyakini mampu meningkatkan ekonomi usaha kecil dan mikro. Oleh karena, hampir tiap malam pengurus mendatangi rumah masyarakat di kecamatan Gapura secara *door to door* untuk menawarkan dan mengajak mereka agar menjadi anggota BMT.

Maksimal selama 2 tahun BMT NU terus melakukan upayanya dengan semangat pengorbanan tenaga, pikiran, dan waktu. Tetapi, kenyataannya tahun 2005 kondisinya tidak jauh beda dengan tahun 2004. Masyarakat belum percaya penuh untuk bergabung dan menabung, dan masih beripikir seribu kali untuk

³ Ibid.

menjadi anggota BMT NU. Mereka masih trauma dengan masalah, karena pada saat dulu pihak yang diuntungkan hanya pengurusnya saja. Disaat kami hampir putus asa, dan berbagai pertanyaan muncul dalam benak pengurus “benarkah jalan yang ditempuh dengan mendirikan BMT NU? ” jika benar, kenapa sangat susah mengembangkan BMT NU?. Pada saat itulah, ada sebuah kejadian yang tidak bisa dilupakan sepanjang sejarah hidup pengurus yaitu terdapat 4 (empat) orang ibu-ibu tua mereka pedagang ikan, pembuat tikar, pedagang bubur dan soto yang menagis disaat menerima pinjaman dari BMT NU sebesar Rp.200.000,- dengan jasa peminjaman seikhlasnya. Tangisan ibu-ibu tersebut membuat kami terharu dan kaget “ibu-ibu dikasih pinjaman kok nangis?” Tanya masyudi. Diantaranya mereka menjawab saya “menangis bukan karena sedih dapat pinjaman tapi terharu dan kaget kenapa kok baru sekarang saya dipedulikan? Padahal saya sudah bertahun-tahun tidak bisa melepaskan dari jeratan rentenir”. Tangisan ibu-ibu itulah seolah-olah menyadarkan kami bahwa perjuangan ini harus dilanjutkan, kami tidak boleh putus asa, kami harus belajar dari kegagalan selama ini, kami harus bangkit dan kami bersumpah dalam hati kecil bahwa apapun yang terjadi BMT NU harus dikembangkan walaupun banyak rintangan yang menghadang. Tangisan para pedagang kecil itulah yang menghidupkan kembali semangat pengurus. Sejak pada tahun 2006 perkembangan keberadaan BMT NU mulai terasa hingga sekarang. Hal ini terbukti pada akhir tahun buku 2006 total aset BMT NU mencapai Rp 30.361.230,17 dengan anggota 182 dan laba bersih 5.356.282.

Melihat perkembangan BMT NU pada akhir 2006, maka pengurus untuk melengkapi legal formalnya sebagai sebuah koperasi yang mendapatkan pengakuan dari pemerintah dan akhirnya 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 wa Tamwil Nuansa Umat yang disingkat dengan BMT NU.⁴

⁴ Blog BMT NU Jawa Timur, diakses pada 05 Januari 2022, <http://bmtnujatim.com/blog/>.

1. Visi, Misi dan Tujuan BMT NU Cabang Ganding Sumenep

a. Visi

Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah dan professional sehingga anggun dalam layanan, unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 kantor cabang pada tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota.

b. Misi

- 1) Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama
- 2) Menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang professional dan amanah.
- 3) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026.
- 4) Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada segment UMKM baik secara perseorangan maupun berbasis jamaah.
- 5) Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, shodaqah dan waqaf.
- 6) Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang berkualitas, professional dan memiliki integritas tinggi.
- 7) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta management yang sesuai prinsip kehati-hatian.
- 8) Menciptakan kondisi terbaik bagi SDI sebagai tempat kebanggaan dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.
- 9) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah.

c. Tujuan

Meningkatkan kesejahteraan bersama dengan berbagi keuntungan melalui kegiatan ekonomi yang menaruh perhatian pada nilai-nilai dan kaidah-kaidah

muamalah syar'iyah yang memegang teguh keadilan, keterbukan dan kehati-hatian.⁵

2. Struktur Organisasi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Ganding Sumenep

Gambar 4.1



Sumber KSPP. Syariah BMT NU Cabang Ganding

3. Produk – produk BMT NU Jawa Timur Cabang Ganding Sumenep

Dalam produk simpanan BMT NU Jawa Timur terdapat delapan jenis yaitu:⁶

a. Simpanan Anggota (SIAGA)

SIAGA merupakan simpanan anggota yang disediakan bagi masyarakat yang berminat menjadi anggota sekaligus pemilik BMT NU dengan bagi hasil yang menguntungkan yaitu 70% dari SHU menggunakan akad Musyarakah. SIAGA terdiri dari SIAGA pokok dibayar satu kali sebesar Rp. 100.000,- SIAGA wajib perbulan Rp. 20.000,- dan SIAGA Khusus dibayar kapan saja dengan setoran minimal Rp. 100.000,- SIAGA pokok dan wajib hanya dapat ditarik ketika berhenti dari ke-anggotaan sedangkan SIAGA khusus dapat ditarik sesuai dengan ketentuan berlaku.

⁵ Blog BMT NU Jawa Timur, diakses pada 05 Januari 2022, <http://bmtnujatim.com/blog/>.

⁶ Ringkasan Wawancara dengan Bapak Miftahul Arifin selaku kepala cabang di BMT NU Cabang Ganding Sumenep, (Jum'at, 7 Januari 2022, Jam 10.00-10.30 WIB)

b. Simpanan Berjangka Mudlrahah (SIBERKAH)

SIBERKAH merupakan simpanan dengan keuntungan yang berlimpah dengan bagi hasil 65%. Produk ini menggunakan akad Mudlrahah, Muthlaqah. Setoran minimal Rp. 500.000,- dengan jangka waktu minimal satu tahun.

c. Simpanan Berjangka Wadi'ah Berhadiah (SAJADAH)

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

d. Simpanan Pendidikan Fathonah (SIDIK FATHONAH)

SIDIK FATHONAH merupakan simpanan untuk siswa dan orang tua siswa yang ingin meraih cita-cita pendidikan secara sempurna dengan hasil 45% yang menguntungkan. Produk ini menggunakan Akad Mudlrahah, Muthlaqah yang dapat disetor kapan saja dan dapat ditarik pada saat tahun ajaran baru dan semesteran, setoran awal Rp. 2.500,- dan setoran selanjutnya minimal Rp. 500,-

e. Simpanan Haji dan Umroh (SAHARA)

SAHARA merupakan simpanan yang dapat mempermudah menunaikan ibadah Haji dan Umroh dengan memperoleh keuntungan yang berlimpah dengan bagi hasil 65% sebagai bekal tambahan biaya Haji dan Umroh. Produk ini menggunakan Akad Mudlrahah Muthlaqah dengan setoran awal minimal Rp. 1.000.000,-. Dan setoran selanjutnya sesuai kemampuan setoran kapan saja dan penarikan hanya dapat dilakukan ketika akan melaksanakan haji dan umrah kecuali udzur syar'i.

f. Simpanan Lebaran (SABAR)

SABAR merupakan simpanan yang bisa mempermudah untuk memenuhi kebutuhan lebaran dengan memperoleh keuntungan dari bagi hasil sebesar 55%. Menggunakan akad mudharabah muthlaqah dengan setoran awal Rp. 25.000 dan

setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-. Setoran kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan setiap bulan ramadhan.

g. Tabungan Mudlarabah (TABAH)

Produk ini merupakan tabungan yang bisa mempermudah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja. Setoran awal tabungan ini Rp. 10.000,- dan setoran selanjutnya Rp. 2.500,-. Tabungan ini juga memperoleh keuntungan dari bagi hasil sebesar 40%.

h. Tabungan Ukhrawi (TARAWI)

Tabungan sekaligus beramal tanpa kehilangan uang tabungan, karena Bagi hasil tabungan anda di sedekahkan kepada fakir miskin dan anak yatim piatu. Menggunakan akad Mudlrahah Muthlaqah dengan setoran awal Rp. 25.000,- dan selanjutnya minimal Rp. 5.000,- dengan bagi hasil 5%.

BMT NU Cabang Ganding Sumenep juga terdapat produk pembiayaan antara lain:⁷

a. Al-Qardlul Hasan

Al-Qardhu secara makna literalnya berarti *Al-Qath'u* (memotong). Dinamakan demikian karena pemberi utang (*muqrid*) memotong sebagian hartanya dan memberikannya kepada pengutang. Adapun pengertiannya secara syara' adalah memberikan harta kepada orang yang mengambil manfaatnya, lalu orang tersebut mengembalikan gantinya. Dalam bahasa lain penyerahan harta berbentuk uang untuk dikembalikan pada waktunya dengan nilai yang sama, dan hukum akad Qardh adalah sunnah (*Fiqhus Sunnah, III, Hal. 144*).

Dasar hukum bolehnya Utang-Piutang tersebut dijelaskan dalam ayat Al-Qur'an diantaranya:

مَنْ ذَا الَّذِي يُقرضُ اللهَ قرضًا حسنًا فيضًا عفاً له وله أجرٌ كريمٌ

⁷ Ringkasan Wawancara dengan Bapak Miftahul Arifin selaku kepala cabang di BMT NU Cabang Ganding Sumenep, (Jum'at, 7 Januari 2022, Jam 10.00-11.00 WIB)

Artinya: “Siapakah yang mau meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, maka Allah akan melipat gandakan (balasan) pinjaman itu untuknya dan dia akan memperoleh pahala yang banyak” (Q.S. Al- Hadid. 11)

Dan Rasulullah bersabda:

ما من مسلم يقرض مسلماً قرضاً مرتين إلا كان كصدقتها مرة

Artinya: “Tiada orang muslim yang memberikan utang kepada seorang muslimin dua kali, kecuali piutangnya bagaikan sedekah satu kali” (HR. Ibnu Majah)

Dalam Qardh (hutang-piutang) ada beberapa unsur yang harus terpenuhi; orang yang berhutang orang yang menghutangkan, ijan qabul sesuatu yang dihutangkan, sedangkan syarat yang harus terpenuhi dalam sahnya Hutang adalah

- 1) Barang yang dipinjamkan adalah bernilai harta (kekayaan), dan termasuk barang Mitsil (Barang yang memiliki kesepadanan)
- 2) Yang melakukan akad adalah orang yang mampu mengelola dan bertanggung jawab atas hartanya (*ahliyatul tabarru*). Yaitu orang yang sudah baligh, berakal, cerdas (dewasa) dan atas dasar kemuan sendiri (tidak dipaksa).
- 3) Pada waktu akad tidak boleh disyaratkan membayar lebih dari hutangnya (*Al-Fiqhul Islami Wa Adillatuhu, V, Hal. 663*). Rasulullah SAW, bersabda.

كل قرض جر منفعة فهو وجهه من وجه الربا

Artinya: “Tiap-tiap piutang yang mengambil manfaat, maka itu salah satu dari beberapa macam riba” (Riwayat: Baihaqi).

Namun Rasulullah mengajarkan kepada ummatnya untuk melunasi hutang dengan baik, bahkan sunnah hukumnya bagi yang berhutang mengganti pinjaman melebihi batas waktu yang telah ditentukan. Hal yang membedakan murabahah dengan jual beli lainnya adalah penjual harus memberitahukan kepada pembeli harga barang pokok yang dijualnya serta jumlah keuntungan yang diperoleh

hutangnya lebih dari hutang asalnya. Sebagaimana Rasulullah pernah meminjam sesuatu kepada Abu Bakar lalu beliau melunasinya dengan lebih baik.

b. Murabahah/ Ba'I Bits Tsamanil Ajil

Pengertian murabahah secara bahasa adalah bentuk mutual (bermakna: saling) dari kata ribh yang artinya keuntungan yakni pertambahan nilai modal (jadi artinya saling mendapatkan keuntungan). Menurut terminology ilmu fiqh arti murabahah adalah transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Pembayaran atas akad jual beli dapat dilakukan secara tunai maupun kredit, dan dimungkinkan terjadi tawar menawar harga dari kedua belah pihak.

4. Standar Operasional Prosedur (SOP) Tabungan Tabah BMT NU Jawa Timur Cabang Ganding Sumenep

Penjelasan prosedur dan Karakteristik Tabungan Tabah BMT NU Jawa Timur Cabang Ganding Sumenep sebagai berikut:⁸

- a. Tabah disediakan bagi anda yang ingin memiliki tabungan dengan cara penrikaina dan setoran setiap saat.
- b. Bagi hasil langsung ditambah bukukan pada setiap bulan di rekening tabah dengan nisbah bagi hasil (perbulan) 40% untuk anggota/calon anggota dan 60 % untuk BMT NU.
- c. Setoran awal pembukaan rekenng Rp.10.000,- dan selanjutnya setoran minimal Rp. 2.500,-
- d. Saldo minimal setiap penarikan Rp.10.000,-
- e. Biaya pembukaan rekening Rp.5.000,-

B. PAPARAN DATA

Setelah penelitian melakukan penelitian pada BMT NU Cabang Ganding Sumenep dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi secara langsung, maka dalam bab ini akan menjelaskan sejumlah hasil penelitian

⁸ Ringkasan Wawancara dengan Bapak Miftahul Arifin selaku kepala cabang di BMT NU Cabang Ganding Sumenep, (Jum'at, 7 Januari 2022, Jam 10.00-10.30 WIB)

mengenai Strategi Pelayanan Dalam Upaya Peningkatan Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Tabah Di *Baitul Maal Wat Tamwil* Nuansa Ummat Cabang Ganding Sumenep.

1. Strategi Pelayanan Prima Dalam Upaya Peningkatan Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Tabah Di *Baitul Maal Wat Tamwil* Nuansa Ummat Cabang Ganding Sumenep.

Untuk mendukung penelitian yang dilakukan mengenai strategi pelayanan BMT NU Cabang Ganding Sumenep, maka penelitian melakukan observasi langsung ke lapangan. Berdasarkan apa yang peneliti dapatkan dilapangan dengan menggunakan metode wawancara terhadap dengan beberapa informan, observasi, dan dokumentasi. Maka peneliti akan memaparkan data dari hasil penelitian.

Strategi pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan loyalitas nasabah hendaknya menekankan posisi nasabah. Namun, sebelum membahas strategi pelayanan ada kalanya kita harus membahas strategi pemasaran karena sebelum kita melayani nasabah kita harus mampu memasarkan produk yang kita jual yaitu dengan cara melaksanakan strategi pemasaran.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Strategi pemasaran tidak diperuntukkan bagi usaha berskala besar saja. Usaha kecilpun juga membutuhkan strategi pemasaran untuk mengembangkan usahanya, karena sering kali pada saat kondisi kritis justru usaha kecillah yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat. Dalam memasarkan produk tabungan mudharabah tersebut BMT NU memerlukan strategi pemasaran yang baik dan tepat. .

Dalam menyusun strategi pemasaran lembaga keuangan harus mampu mengidentifikasi pasar yang menguntungkan di masa sekarang dan di masa yang akan datang, mampu menilai kebutuhan nasabah di masa kini dan yang akan datang, menciptakan sasaran pengembangan bisnis dan membuat rencana untuk mencapai sasarnya, dan mempromosikan produknya dengan baik agar diterima oleh masyarakat serta tercapainya tujuan pemasaran.

Menurut Bapak Miftahul Arifin, S.Pd.I selaku Kepala Cabang di BMT NU Cabang Ganding Sumenep mengatakan bahwa:

“Strategi pemasaran yang digunakan disini yaitu dengan memudahkan BMT NU dalam mencapai target kegiatan pemasaran yang telah dirumuskan di BMT NU Cabang Ganding Sumenep melakukan perumusan dalam memilih dan menetapkan pasar sasarnya dengan menetapkan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, proses, dan pelayanan prima. Dimana hal tersebut sangat membantu proses pemasarannya kita yaitu dengan menggunakan 4P yaitu *Product* dengan cara BMT NU Cabang Ganding menyebarkan brosur-brosur, promosi melalui media sosial, terjun langsung kepada masyarakat dengan memberikan penjelasan tentang produk yang ada kepada masyarakat. Bahwasanya produk tabah tersebut dapat dibuka oleh perorangan, penyeteran dan penarikannya bisa dilakukan kapan saja. Yang kedua yaitu *Price* atau harga dimana system pembagian berdasarkan prinsip syariah dan dinyatakan dalam nisbah yang disepakati oleh kedua belah pihak. Yang ketiga yaitu *Place*. Dimana untuk tempat kita dilakukan di BMT NU Cabang Ganding yaitu terkait dengan tersedianya produk-produk yang ada di BMT NU Cabang Gnading, Yang keempat yaitu *Promotion* atau promosi yaitu dilakukan secara Online dan secara Offline.”⁹

Menurut Ibu Ulfatul Hasanah selaku Bagian Pemasaran di BMT NU Cabang Ganding Sumenep.

”Dalam strategi pemasaran, bagaimana cara menanamkan rasa kepercayaan kepada nasabah yang benar-benar amanah dan tanggung jawab. Ketika kita sudah dipercayai oleh masyarakat maka dengan sendirinya mereka akan datang kepada kita. Tentu saja, menanamkan rasa kepercayaan terhadap masyarakat membutuhkan proses. Oleh karena itu, kita sebagai pengelola harus bekerja dengan jujur, giat dan ikhlas. Nah, dalam pemasaran kita harus menguasai bidangnya terlebih dahulu istilahnya sebelum kita bertempur, kita harus menguasai bidangnya itu seperti apa cenderungnya kemana sekiranya

⁹ Miftahul Arifin, Kepala Cabang BMT NU Cabang Ganding, Wawancara Langsung, di Kantor, (Senin, 10 Januari 2022, jam 09.00-09.45 WIB)

masyarakat ini langsung bergabung. Setelah itu, kami terjun ke masyarakat untuk melakukan pendekatan kepada masyarakat, dan juga mempromosikan produk kami yaitu memberikan penjelasan dengan jujur dan amanah serta sesuai dengan kebenaran yang ada.”¹⁰

Bapak Khairil Anwar selaku bagian tabungan di BMT NU Cabang Ganding

Sumenep mengatakan bahwa:

“Dalam penerapan strategi pemasaran BMT NU Cabang Ganding menurut saya sudah terlaksana dengan baik maksimal khususnya dibidang promosi. Pada bidang ini kita menggunakan media sosial dan door to door. Media sosial mempunyai peranan dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat luas. Sehingga dapat menyebabkan banyak masyarakat mengenal produk di BMT NU Cabang Ganding. Dan menurut saya juga salah satu promosi yang efektif yaitu promosi dari mulut ke mulut, seseorang akan cenderung lebih percaya dengan cerita-cerita yang tersebar melalui mulut ke mulut. Apalagi kalau yang cerita itu nasabah sendiri. bukan orang yang bekerja disini, tentunya mereka akan lebih percaya dengan nasabah disini. Misalkan saya yang menceritakan produk saya ke calon nasabah, apa mungkin mereka akan langsung percaya, mereka malah tidak akan percaya, karena saya disitu mempromosikan produk saya. Lain cerita jika yang cerita itu nasabah disini, dia menceritakan pengalamannya saat menjadi nasabah, menceritakan kelebihan-kelebihan yang dimiliki di BMT NU Cabang Ganding Sumenep yang tujuan awalnya lebih efektif dalam mempengaruhi calon nasabah.”¹¹

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, ada beberapa hal yang menggambarkan pentingnya strategi pemasaran. Perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk memudahkan BMT NU Cabang Ganding Sumenep dalam memasarkan produk, menarik masyarakat untuk menjadi nasabah dan mempertahankan loyalitas nasabah lama. Selain itu dengan dilakukannya strategi pemasaran yang baik dan tepat dapat dipastikan pemasaran suatu produk jasa yang ada di BMT NU Cabang Ganding Sumenep dapat dengan mudah di terima oleh para calon nasabah serta pemasaran suatu produk jasa di BMT NU Cabang Ganding juga dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan visi misi perusahaan. Sehingga hal tersebut dapat berdampak pada meningkatnya jumlah nasabah di BMT NU Cabang Ganding Sumenep. Selain itu, perumusan strategi tersebut mengacu dengan bauran pemasaran 4P yaitu *Product, Price, Place,*

¹⁰ Ulfatul Hasanah, Bagian Pemasarn BMT NU Cabang Ganding, Wawancara Langsung, di Kantor, (Senin, 10 Januari 2022, jam 09.50-10.30 WIB)

¹¹ Khairil Anwar, Bagian Tabungan Cabang BMT NU Cabang Ganding, Wawancara Langsung, di Kantor, (Senin, 10 Januari 2022, jam 10.45-11.45 WIB)

Promotion, People, Proses, Physical Evidence, dan Costumer Servis yang akan memberikan arah dalam melakukan kegiatan pemasarannya dalam BMT NU Cabang Ganding Sumenep

Strategi Pemasaran sudah dilakukan dan sudah ditetapkan maka selanjutnya yaitu kita harus melakukan strategi pelayanan. BMT NU Cabang Ganding telah melihat hal-hal tersebut sehingga menerapkan strategi-strategi pelayanan yang dapat meningkatkan loyalitas nasabahnya. Strategi pelayanan yang diterapkan BMT NU Cabang Ganding yaitu menerapkan layanan antar jemput tabungan.

Berikut pemaparan data dari hasil wawancara terhadap Bapak Miftahul Arifin, S.Pd.I selaku Kepala Cabang di BMT NU Cabang Ganding Sumenep.

“Saat ini Pada BMT NU Cabang Ganding ini mempunyai strategi pelayanan tersendiri untuk peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Untuk mengukur kualitas layanan sendiri itu kami menggunakan metode CARTER dimana terdiri dari kepatuhan, jaminan, kehandalan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Menurut saya pelayanan merupakan strategi utama, karena dengan adanya pelayanan prima akan berdampak terhadap kinerja kami di BMT NU Cabang Ganding. Strategi dan bentuk pelayanan yang kami lakukan yaitu strategi pelayanan sarana dan prasarana, strategi pemasaran, dan strategi pelayanan antar jemput tabungan. Untuk layanan antar jemput tabungan ini dapat memudahkan nasabah yang ingin menabung di BMT NU Cabang Ganding. Dimana Pengambilan dana yang dilakukan oleh karyawan BMT NU Cabang Ganding kepada nasabahnya. Dengan adanya kemudahan bagi nasabah diharapkan agar nasabah menjadi puas, tidak akan berpindah ke Bank dan Koperasi lain dan akan tetap loyal kepada BMT NU Cabang Ganding”.¹²

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Ulfatul Hasanah selaku Bagian Pemasaran di BMT NU Cabang Ganding Sumenep.

¹² Miftahul Arifin, Kepala Cabang BMT NU Cabang Ganding, Wawancara Langsung, di Kantor, (Senin, 10 Januari 2022, jam 09.00-09.45 WIB)

“Pelayanan dan etika sangat penting bagi nasabah karena dengan adanya pelayanan dan etika yang baik akan menciptakan simpati dari nasabah. Artinya BMT harus memperlakukan nasabah dengan sebaik mungkin. Dengan adanya strategi berusaha merangkul dan menjalin hubungan emosional yang lebih dekat kepada nasabah, maka akan lebih berkesinambungan antara kami pihak BMT NU Cabang Ganding dengan nasabah, dimana mereka akan merekomendasikan kepada yang lainnya. Jadi ada dua sisi yang akan kami dapatkan yaitu nasabah yang loyal dan calon nasabah yang potensial.”¹³

Bapak Khairil Anwar selaku bagian tabungan juga menyampaikan hal yang sama beliau menyampaikan pendapatnya yaitu:

“kami menyadari bahwa pelayanan merupakan landasan dasar agar BMT NU Cabang Ganding ini dapat tumbuh secara berkesinambungan. Menurut saya, pelayanan prima itu sangat penting, karena itu merupakan hal wajib yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan dengan baik. Kita memberikan pelayanan prima harus menyesuaikan kondisi nasabah itu sendiri, jadi kita harus bisa membuat nasabah kita menjadi nyaman. Dan menurut saya juga dalam melayani nasabah itu lebih baik mengutamakan kekeluargaan dan tidak terlalu mengacu pada prosedur yang ada, jadi kita itu harus benar-benar bisa untuk menyesuaikan kondisi dengan nasabah. Strategi pelayanan yang kami jalani saat ini yaitu berusaha menjalin hubungan yang lebih dekat kepada nasabah dan memberikan pelayanan ekstra kepada nasabah-nasabah kami, kami juga harus mendengarkan semua bentuk keinginan nasabah dan berusaha untuk memberi solusi.”¹⁴

Hal ini sejalan dengan pemaparan dari salah satu nasabah yaitu Nanik beliau berargumen sebagai berikut:

“Ibu nanik merupakan salah satu nasabah BMT NU Cabang Ganding yang berprofesi sebagai IRT. Beliau sudah menjadi nasabah di BMT NU Cabang Ganding kurang lebih 3 tahun. Ibu nanik ini mengatakan bahwa mengambil produk tabungan tabah, alasan mengambil produk tabungan tabah karena produk ini merupakan produk tabungan unggulan atau yang paling banyak diminati di BMT NU Cabang Ganding. Beliau menabung di setiap harinya, kecuali pada hari minggu dikarenakan BMT NU Cabang Ganding sedang tutup. Hal ini disebabkan adanya kemudahan yang diberikan oleh BMT NU Cabang Ganding untuk mengambil langsung dana tabungannya ketempat ibu nanik. Menurut ibu nanik keunggulan dari strategi pelayanan yang sudah diberikan yaitu dapat mempermudah saya dan nasabah lainnya untuk menabung dan menarik tabungannya tanpa harus datang langsung ke BMT NU

¹³ Ulfatul Hasanah, Bagian Pemasarn BMT NU Cabang Ganding, Wawancara Langsung, di Kantor, (Senin, 10 Januari 2022, jam 09.50-10.30 WIB)

¹⁴ Khairil Anwar, Bagian Tabungan Cabang BMT NU Cabang Ganding, Wawancara Langsung, di Kantor, (Senin, 10 Januari 2022, jam 10.45-11.45 WIB)

Cabang Ganding. Karakter dari pelayanan BMT NU Cabang Ganding ini melayani dengan ikhlas dan tidak mengenal waktu”¹⁵

Ibu Karimah sebagai nasabah juga meluapkan pendapatnya sebagai berikut:

“Ibu Karimah merupakan nasabah di BMT NU Cabang Ganding yang berprofesi sebagai IRT. Beliau menjadi nasabah baru pada september 2021. Beliau mengatakan bahwa mengambil jenis produk tabungan tabah. Beliau juga mengatakan bahwa memilih tabungan ini dikarenakan sangat membantu mempermudah dirinya untuk menabung. Ibu karimah juga mengatakan bahwa dirinya sangat senang terhadap pelayanan yang sudah diberikan oleh BMT NU Cabang Ganding ini. Menurut beliau pelayanannya sangat baik kepada setiap nasabahnya dan selalu senyum, sapa dan salam.”¹⁶

Ibu Simah sebagai nasabah juga meluapkan pendapatnya sebagai berikut:

”Ibu Simah merupakan nasabah di BMT NU Cabang Ganding yang berprofesi sebagai pedagang yang berada di pasar Ganding Sumenep. Beliau sudah menjadi nasabah sejak tahun 2018 hingga sekarang. Ibu simah ini juga mengambil produk tabungan yang sama yaitu produk tabungan tabah. Menurut beliau sistem pelayanannya yaitu sistem layanan antar jemput. Hal ini disebabkan karena Ibu Simah mempercayai dana tabungannya untuk disimpan di BMT NU Cabang Ganding Sumenep, alasannya dikarenakan adanya slip tanda saya menabung pada tanggal tersebut dan memiliki pelayanan yang baik dan sopan dalam melayani nasabahnya.”¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan strategi utama, karena dengan adanya pelayanan prima akan berdampak terhadap pertumbuhan kinerja di BMT NU Cabang Ganding Sumenep. Dan konsep layanan prima sendiri yang diterapkan dalam kinerja BMT NU Cabang Ganding Sumenep yaitu meliputi sikap, perhatian, dan tindakan. Karena dengan sikap yang baik, sopan santun, ramah kepada nasabah akan memberikan kesan yang baik. Yang kedua perhatian, bagaimana bentuk perhatian kita kepada nasabah, seperti kita harus mengerti

¹⁵ Nanik, Nasabah, Ruang Tamu, (Senin, 10 Januari, 2022, jam 13.10-13.45)

¹⁶ Karimah, Nasabah, Ruang Tamu, (Senin, 10 Januari, 2022, jam 14.30-15.15)

¹⁷ Simah, Pasar Ganding Sumenep, (Senin, 10 Januari, 2022, jam 13.50-14.25)

apa yang diinginkan nasabah. yang ketiga tindakan, tindakan ini tidak hanya melayani nasabah dengan tuntas, tetapi bisa juga mencatat apa yang menjadi kebutuhan dan keluhan nasabah. Pelayanan dan etika juga sangat penting bagi nasabah agar dapat terciptanya simpati dari nasabah. Strategi pelayanan yang diterapkan di BMT NU Cabang Ganding Sumenep yaitu memberikan pelayanan ekstra kepada nasabahnya, mendengarkan semua bentuk keinginan nasabah dan memberikan layanan antar jemput tabungan. Dengan diterapkannya layanan antar jemput dapat memudahkan nasabah untuk menabung tanpa harus datang ke BMT. Keunggulannya menggunakan sistem antar jemput yang mana kapanpun dan dimanapun nasabah butuh para karyawan BMT selalu siap siaga untuk melayaninya, dan bisa mempermudah masyarakat dalam transaksi menabung dan menarik tabungannya. Dan sistem antar jemput tabungan ini sudah diterapkan sejak lama di BMT NU cabang Ganding. Nasabah banyak yang merasakan bahwa dirinya dilayani dengan baik oleh BMT NU Cabang Ganding dan mempercayai dana tabungannya untuk disimpan di BMT NU Cabang Ganding Sumenep, dikarenakan dengan adanya slip tanda menabung pada tanggal tersebut. Dengan adanya strategi pelayanan prima yang berusaha untuk merangkul dan menjalin hubungan emosional yang lebih dekat ke nasabah maka akan lebih berkesinambungan antara BMT dengan nasabah, mereka akan merekomendasikan ke yang lain, jadi ada dua sisi yang kami dapatkan, nasabah yang loyal dan mendapatkan calon nasabah yang potensial.

2. Bagaimana loyalitas nasabah produk tabungan tabah di *Baitul Maal wat Tamwil* Nuansa Ummat Cabang Ganding Sumenep

Peningkatan loyalitas nasabah adalah suatu hal yang harus dicapai pada BMT NU Cabang Ganding Sumenep untuk menjadikan BMT NU Cabang

Ganding Sumenep lembaga jasa keuangan yang mampu bersaing dengan yang lainnya, dan peningkatan loyalitas BMT NU Cabang Ganding Sumenep di terapkan dalam strategi pemasaran dalam hal ini melalui mengikat pelanggan. Pelayanan yang baik kepada nasabah merupakan aspek strategi dalam menanamkan persaingan dan mempertahankan citra baik BMT NU Cabang Ganding Sumenep dimata masyarakat luas. Pelayanan dan etika pegawai bank sangat penting bagi nasabah karena dengan pelayanan dan etika yang baik dan benar akan menciptakan simpati baik dari nasabah maupun dari pesaing jasa keuangan lainnya. pelayanan merupakan daya penarik bagi calon nasabah untuk menjadi nasabah dan juga akan meningkatkan loyalitas nasabah pada BMT NU Cabang Ganding Sumenep. Karena loyalitas pelanggan sangat di butuhkan bagi BMT NU Cabang Ganding Sumenep.

Konsekuensi kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah dan juga konsumen. Bagi bisnis, kepuasan di pandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar.

Menurut Ibu Nanik selaku nasabah di BMT NU Cabang Ganding Sumenep mengatakan bahwa:

“Saya sudah kurang lebih 3 tahun menjadi nasabah di BMT NU Cabang Ganding ini. manfaat yang saya dapatkan dan saya rasakan, saya masih bisa menyekolahkan anak saya dan memenuhi kebutuhan keluarga saya. Selama saya menjadi nasabah disini saya tidak pernah merasa kurang, semua yang saya butuhkan tercukupi disini, saya tidak merasakan kekurangan apapun. Selain pelayanannya yang cepat, karyawannya juga ramah dan sigap membantu nasabah saat di butuhkan. Dan yang istimewa dari pelayanan di BMT NU Cabang Ganding Sumenep adalah perlakuannya terhadap nasabah, dimana tidak ada kesenjangan antara karyawan dan nasabah, juga tidak ada yang di perlakukan berbeda, semua nasabah di perlakukan dengan perlakuan yang sama.”¹⁸

Hal serupa juga di katakan oleh Simah selaku nasabah di BMT NU Cabang Ganding Sumenep mengatakan bahwa;

“Saya bisa dibilang orang yang lumayan sibuk dikarenakan saya berdagang di pasar sampai sore hari. Jadi saya jarang datang ke kantor BMT NU Cabang Ganding Sumenep. Alhamdulillah dengan adanya

¹⁸ Nanik, Nasabah, Ruang Tamu, (Senin, 10 Januari, 2022, jam 13.10-13.45)

pelayanan yang sangat baik yaitu pelayanan antar jemput tabungan membuat saya lebih mudah sekali untuk menabung. Dengan adanya pelayanan ini membuat saya merasa puas , dan ada yang lebih penting yang membuat saya yakin dan puas terhadap BMT NU Cabang Ganding ini yaitu diberikannya tanda slip pada setiap saya menabung dan untuk kerahasiaan data nasabah juga terjamin aman, jadi saya sangat percaya terhadap BMT NU Cabang Ganding Sumenep ini.”¹⁹

Hal serupa juga di katakana oleh Karimah selaku nasabah di BMT NU Cabang Ganding Sumenep beliau mengatakan bahwa:

“Saya merasakan bahwa karyawan BMT NU sangat ramah, pelayanannya juga sangat cepat, penuh kesabaran dan penuh ketelatenan. Meskipun saat berkunjung ke BMT NU Cabang Ganding saat sedang ramai nasabah, saya juga tidak pernah merasa bosan karena memang saya akui bahwa ruangan BMT NU Cabang Ganding ini tidak luas tetapi meskipun begitu saya cukup merasa nyaman ketika melakukan transaksi disini. Karena pelayanan yang sudah saya dapatkan sesuai dengan harapan saya, saya cukup senang untuk melakukan transaksi di BMT NU Cabang Ganding Sumenep.”²⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan para nasabah hal tersebut dikuatkan ketika peneliti melakukan observasi, dimana peneliti mengamati keseluruhan kinerja karyawan di BMT NU Cabang Ganding Sumenep. Peneliti mengamati pelayanan di BMT NU Cabang Ganding Sumenep. Selama proses pengamatan peneliti melihat bahwa karyawan BMT NU Cabang Ganding Sumenep yang lainnya memberikan pelayanan yang baik. Mereka menggunakan bahasa yang sopan ketika berbicara dengan nasabah, berlaku sopan dan juga melayani dengan cepat. Peneliti juga mengamati penampilan dari pegawai BMT NU Cabang Ganding Sumenep. Seluruh pegawai BMT NU Cabang Ganding Sumenep khususnya wanita sudah memakai pakaian yang sesuai dengan syariat islam. Selain mengamati pegawai BMT NU Cabang Ganding Sumenep peneliti juga mengamati nasabah yang sedang melakukan transaksi, karena senang atau tidaknya nasabah dapat terlihat dari ekspresi atau mimik wajah seseorang dan peneliti menemukan bahwa nasabah terlihat senang tidak ada raut kekecewaan dari mereka.

Loyalitas nasabah merupakan sebuah sikap atau perilaku yang menjadi motivasi perilaku untuk melakukan pembelian produk atau jasa dari suatu

¹⁹ Simah, Nasabah, Ruang Tamu, (Senin, 10 Januari, 2022, jam 14.30-15.20 WIB)

²⁰ Karimah, Nasabah, Ruang Tamu, (Senin, 10 Januari, 2022, jam 13.50-14.25)

perusahaan yang menyertakan aspek perasaan di dalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang dengan konsistensi yang tinggi, namun tidak hanya membeli berulang-ulang pada suatu produk barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan yang menawarkan produk atau jasa tersebut.

Menurut Bapak Miftahul Arifin, S.Pd.I selaku Kepala Cabang di BMT NU Cabang Ganding Sumenep mengatakan bahwa:

“Kami dari pihak BMT harus menjaga hubungan baik dengan nasabah, BMT NU Cabang Ganding Sumenep berfungsi sebagai lembaga keuangan dan kami juga sebagai pihak BMT harus mampu mempertahankan nasabah lama dan nasabah dapat mempercayai BMT NU sebagai lembaga jasa keuangan. Disini BMT NU Cabang Ganding Sumenep harus pandai dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Menurut saya, lebih sulit mempertahankan nasabah lama daripada nasabah baru. BMT NU Cabang Ganding Sumenep berupaya untuk menjalin hubungan baik dengan para nasabahnya. Tingkat kelayakan nasabah kami dapat melihatnya dari intensitas nasabah saat melakukan transaksi ke BMT NU Cabang Ganding. Artinya, nasabah yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap BMT NU Cabang Ganding Sumenep, maka semakin sering nasabah melakukan transaksi, Dengan tumbuhnya rasa percaya dalam diri nasabah, bisa dikatakan nasabah loyal terhadap BMT NU Cabang Ganding Sumenep”²¹

Menurut Ibu Ulfatul Hasanah selaku Bagian Pemasaran di BMT NU Cabang Ganding Sumenep.

“Ada beberapa faktor yang harus di lakukan agar dapat mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu yang pertama, kita harus memberikan perhatian lebih dengan kata lain pihak BMT harus bisa melihat dan mengatasi segala kebutuhan, harapan maupun permasalahan yang terjadi dan dihadapi oleh nasabah, dengan tujuan diharapkan agar nasabah merasa puas terhadap BMT dan agar nasabah bisa balik lagi dan dapat melakukan transaksi ulang. Faktor kedua, yaitu kepercayaan. Kepercayaan harus timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua pihak saling percaya. Apabila kepercayaan antara nasabah sudah terjalin, maka usaha untuk membinanya akan lebih mudah. Faktor ketiga yaitu perlindungan, Disini BMT NU harus dapat memberikan perlindungan kepada pelanggannya, baik berupa kualitas produk, pelayanan maupun complain. Faktor keempat, yaitu kepuasan. yaitu keseluruhan

²¹ Miftahul Arifin, Kepala Cabang BMT NU Cabang Ganding, Wawancara Langsung, di Kantor, (Senin, 10 Januari 2022, jam 09.00-09.45 WIB)

penilaian berdasarkan kegunaan fasilitas dan sumber daya yang dimiliki agar nasabah dapat memanfaatkannya kapan saja.”²²

Bapak Khairil Anwar selaku bagian tabungan di BMT NU Cabang Ganding

Sumenep mengatakan bahwa:

“Untuk membangun loyalitas nasabah bukanlah suatu hal yang mudah, disini kita sebagai penyedia jasa keuangan harus memberikan kepuasan kepada nasabah dengan cara memberikan kebutuhan yang di inginkan kepada nasabah agar keinginan dan harapan nasabah terpenuhi agar nasabah tidak pindah ke jasa keuangan lainnya. Mempertahankan nasabah agar tetap loyal bisa kita lakukan secara individu. Maksudnya, bisa dengan menjalin silahturrahmi, memberikan pelayanan yang terbaik. Dan jika dengan ada nasabah yang sudah jarang bertransaksi dilakukan pendekatan lagi dengan nasabah tersebut dengan memberikan informasi yang mungkin dibutuhkan oleh nasabah tersebut.”

Berdasarkan beberapa hasil wawancara dengan karyawan dan nasabah BMT NU Cabang Ganding Sumenep harus dapat melihat dan mengatasi segala kebutuhan, harapan maupun permasalahan yang di hadapi oleh nasabah. Dengan perhatian ini, di harapkan nasabah akan puas terhadap BMT NU Cabang Ganding Sumenep dan melakukan transaksi ulang. Faktor kedua, yaitu kepercayaan. Kepercayaan timbul dari proses yang lama sampai kedua belah pihak saling percaya. Apabila kepercayaan sudah terjalin antara nasabah dan BMT NU Cabang Ganding Sumenep, maka usaha untuk membinanya akan lebih mudah. Faktor ketiga yaitu perlindungan. BMT NU Cabang Ganding Sumenep harus dapat memberikan perlindungan kepada pelanggannya. Baik berupa kualitas produk pelayanan, dan komplek. Faktor keempat, yaitu kepuasan. Keseluruhan penilaian berdasarkan kegunaan fasilitas dan sumber daya yang dimiliki agar nasabah dapat memanfaatkannya kapan saja.

C. Temuan Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan mengumpulkan data dan kemudian memaparkannya sesuai dengan yang di peroleh di lapangan, sehingga peneliti menemukan beberapa hal sebagai bentuk temuan penelitian. Beberapa hasil temuan meliputi sebagai berikut;

²² Ulfatul Hasanah, Bagian Pemasarn BMT NU Cabang Ganding, Wawancara Langsung, di Kantor, (Senin, 10 Januari 2022, jam 09.50-10.30 WIB)

1. Strategi Pelayanan Prima Dalam Upaya Peningkatan Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Tabah Di *Baitul Maal Wat Tamwil* Nuansa Ummat Cabang Ganding Sumenep.

Perkembangan di dunia bisnis semakin kompetitif menyebabkan perubahan besar dalam persaingan, pemasaran, dan pengelolaan sumber daya manusia sehingga perlu adanya peningkatan kinerja manajemen perusahaan tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan peningkatan suatu kinerja, BMT NU Cabang Ganding perlu melakukan pengukuran kinerja untuk mencapai sasaran.

Setiap aktivitas hidup terikat dalam aturan syariah yang penuh dengan nilai-nilai moral dan etika. Dalam hal ini perlu adanya pengukuran pelayanan. Untuk dimensi kualitas layanan bagi perusahaan yang berbasis syariah dapat adaptasi dari model CARTER. Model CARTER tersebut telah diterapkan pada bank-bank syariah, salah satunya BMT NU Cabang Ganding Sumenep. BMT NU Cabang Ganding Sumenep merupakan salah satu lembaga keuangan yang memberikan solusi keuangan yang amanah yang berfokus pada perbankan syariah, menyediakan layanan syariah bagi nasabahnya, dan memberikan kemudahan dalam bertransaksi.

Pelayanan merupakan strategi utama karena dengan adanya pelayanan prima akan berdampak terhadap pertumbuhan kinerja di BMT NU Cabang Ganding Sumenep. BMT NU Cabang Ganding Sumenep merupakan salah satu lembaga keuangan yang peduli dengan sebuah pemberian pelayanan yang baik. Dengan adanya berbagai pelayanannya yang memudahkan bagi nasabahnya, menjadikan BMT NU Cabang Ganding Sumenep mampu membentuk pelayanan yang prima.

Pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik yang memiliki faktor penting dalam keberhasilan suatu perusahaan. Dengan memberikan strategi pelayanan prima yang terbaik maka akan menimbulkan rasa puas dan peningkatan nasabah hingga pada akhirnya reputasi yang baik akan tercipta. BMT NU Cabang Ganding Sumenep selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua anggotanya yang menggunakan jasa BMT NU Cabang Ganding Sumenep serta selalu berusaha memperbaiki kekurangan. BMT NU Cabang Ganding Sumenep memberikan berbagai macam strategi pelayanan yang memberikan pelayanan

prima yang dilakukan ialah strategi pelayanan sarana dan prasarana, strategi pemasaran, dan strategi pelayanan antar jemput tabungan.

Strategi pelayanan sarana dan prasarana BMT NU Cabang Ganding dalam memberikan kenyamanan pada nasabahnya, seperti kenyamanan di dalam kantor, kebersihan lingkungan kantor, dan ketenangan agar nasabah merasa nyaman berada di kantor BMT NU Cabang Ganding Sumenep. Karyawan harus mampu berkomunikasi dengan baik terhadap nasabah dan mampu menciptakan rasa kekeluargaan agar terjalin rasa saling menghargai.

Strategi pemasaran penting untuk dilakukan agar dapat menarik masyarakat untuk menggunakan produk atau jasa yang ada di dalam BMT NU Cabang Ganding Sumenep. Pemasaran ini merupakan hal yang sederhana namun juga harus dilakukan. Dengan adanya strategi pemasaran, nama BMT NU Cabang Ganding akan semakin dikenal oleh masyarakat. Setiap karyawan BMT NU Cabang Ganding menjelaskan secara langsung mengenai produk-produk yang ada, agar masyarakat bisa terpengaruh oleh produk-produk yang ditawarkan.

Strategi pelayanan antar jemput tabungan, strategi ini dilakukan oleh BMT NU Cabang Ganding Sumenep agar dapat mempermudah nasabah yang ingin melakukan transaksi tidak perlu datang ke kantor, karyawan akan menghampiri para nasabah setiap harinya kecuali pada hari minggu. Pelayanan ini sangat berdampak positif kepada BMT NU Cabang Ganding Sumenep, pelayanan antar jemput tabungan ini dilakukan secara rutin, sehingga nasabah dapat mengetahui jumlah tabungannya. Oleh karena itu, nasabah memiliki rasa percaya yang tinggi terhadap BMT NU Cabang Ganding Sumenep. Sistem layanan antar jemput tabungan ini sudah diterapkan sejak lama di BMT NU Cabang Ganding Sumenep. Konsep pelayanan yang digunakan BMT NU Cabang Ganding Sumenep ialah konsep pelayanan prima A3, yaitu *attitude* (sikap), *attention* (perhatian), dan *action* (tindakan)

Tabel 4.1

Indikator A3, yaitu *attitude* (sikap), *attention* (perhatian), dan *action* (tindakan)

No	Indikator	Yang Diterapkan BMT NU Cabang Ganding
1.	<i>Attitude</i> (sikap)	a. Karyawan BMT NU Cabang Ganding berpenampilan sopan. b. Mempunyai sikap yang ramah terhadap para nasabahnya. c. Mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaannya. d. Selalu ingin menjaga martabat dan nama baik BMT NU Cabang Ganding Sumenep.
2.	<i>Attention</i> (perhatian)	a. Karyawan BMT NU Cabang Ganding melayani nasabah dengan cepat, tepat dan ramah. b. BMT NU Cabang Ganding selalu mendengarkan dan memahami kebutuhan para nasabahnya.
3.	<i>Action</i> (tindakan)	a. Karyawan BMT NU Cabang Ganding selalu mencatat apa yang dibutuhkan nasabahnya b. Karyawan BMT NU Cabang Ganding selalu menegaskan kembali yang sudah dibutuhkan oleh nasabahnya. c. Karyawan BMT NU Cabang Ganding selalu mengucapkan

		terimakasih kepada nasabahnya dengan harapan nasabah akan menjadi nasabah tetap.
--	--	--

2. Bagaimana Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Tabah Di *Baitul Maal wat Tamwil* Nuansa Ummat Cabang Ganding Sumenep

Loyalitas nasabah adalah kunci sukses dari suatu usaha BMT NU Cabang Ganding Sumenep dalam menjalin hubungan antara BMT NU Cabang Ganding Sumenep terhadap nasabahnya. Loyalitas nasabah merupakan komitmen nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten pada masa yang akan datang. Loyalitas nasabah juga merupakan aset penting yang senantiasa dipertahankan, karena pada dasarnya nasabah yang loyal akan memberikan keuntungan tersendiri bagi setiap lembaga keuangan termasuk BMT NU Cabang Ganding Sumenep. Meningkatkan loyalitas nasabah merupakan suatu hal yang harus dicapai oleh BMT NU Cabang Ganding Sumenep, terutama terhadap loyalitas tabungan tabah, guna untuk menjadikan BMT NU Cabang Ganding ini menjadi suatu lembaga keuangan yang mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

Ada beberapa faktor yang dilakukan BMT NU Cabang Ganding Sumenep agar dapat mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu yang pertama, kita memberikan perhatian lebih dengan kata lain pihak BMT harus bisa melihat dan mengatasi segala kebutuhan, harapan maupun permasalahan yang terjadi dan dihadapi oleh nasabah, dengan tujuan diharapkan agar nasabah merasa puas terhadap BMT dan agar nasabah bisa balik lagi dan dapat melakukan transaksi ulang. Faktor kedua, yaitu kepercayaan. BMT NU Cabang Ganding selalu menjaga kepercayaan nasabah, karena hal tersebut merupakan faktor terpenting yang harus dilakukan, karena posisi kitalah yang menjaga uang nasabah, maka dari itu sebagai pihak BMT NU Cabang Ganding yang sudah diberikan tanggung jawab harus bisa menjaga dan membangun kepercayaan nasabah. Apabila kepercayaan antar nasabah sudah terjalin, maka usaha untuk membinanya akan lebih mudah. Faktor

ketiga yaitu perlindungan, Disini BMT NU harus dapat memberikan perlindungan kepada pelanggannya, baik berupa kualitas produk, pelayanan maupun complain. Faktor keempat, yaitu kepuasan. yaitu keseluruhan penilaian berdasarkan kegunaan fasilitas dan sumber daya yang dimiliki agar nasabah dapat memanfaatkannya kapan saja.

Seperti yang sudah dijelaskan beberapa faktor yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Ganding dalam menjaga kepercayaan nasabah, yaitu memberikan pelayanan yang terbaik, memberikan perlindungan kepada nasabah, dan selalu menjaga kepuasan nasabah, karena begitu cara BMT NU Cabang Ganding Sumenep untuk menumbuhkan dan menjaga kepercayaan dari nasabah. Dan apabila nasabah telah percaya kepada kita BMT NU Cabang Ganding Sumenep maka dengan sendirinya nasabah akan menjadi lebih loyal terhadap BMT NU Cabang Ganding Sumenep, seperti melakukan transaksi secara terus-menerus, tidak berpindah ke bank lainnya, mengambil produk dari satu, melakukan transaksi secara terus menerus, dan merekomendasikannya kepada orang lain.

b. Pembahasan

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan mengumpulkan data dan kemudian memaparkannya sesuai dengan yang diperoleh dilapangan, sehingga peneliti menemukan beberapa hal sebagai bentuk temuan penelitian. Beberapa hal temuan penelitian meliputi sebagai berikut.

1. Strategi Pelayanan Prima Dalam Upaya Peningkatan Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Tabah Di *Baitul Maal Wat Tamwil* Nuansa Ummat Cabang Ganding Sumenep.

Pelayanan bagi dunia perbankan adalah kunci yang membedakan suatu bank dengan pesaing-pesaingnya, sehingga dapat memegang peran penting dalam pencapaian tujuannya. Pada dunia perbankan ini sangat terkait erat dengan rasa kepercayaan, layanan dan hubungan yang dekat dengan nasabah. Strategi pelayanan tidak lepas dari cakupan komunikasi, yaitu bagaimana membangun citra perusahaan mengembangkan hubungan yang baik antara perusahaan dan nasabahnya.

Usaha yang dilakukan BMT NU Ganding Sumenep untuk memuaskan dan mempertahankan para nasabahnya salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanannya. Dengan pelayanan yang memuaskan nasabah akan meningkatkan kesetiiaanya kepada BMT NU Cabang Ganding Sumenep. Hubungan pelayanan dengan nasabah tidak dapat dipisahkan satu sama lain, oleh karena itu kita harus menjaga citra dan kredibilitas perusahaan agar tidak mengecewakan nasabah.

Untuk memenuhi kebutuhan peningkatan suatu kinerja, BMT NU Cabang Ganding perlu melakukan pengukuran kinerja untuk mencapai sasaran, dikarenakan saat ini perkembangan di dunia bisnis semakin kompetitif sehingga perlu adanya peningkatan kinerja. Dalam hal ini perlu adanya pengukuran pelayanan. Untuk dimensi kualitas layanan BMT NU Cabang Ganding dapat adaptasi dari model CARTER. Model CARTER tersebut telah diterapkan pada BMT NU Cabang Ganding Sumenep, dimana terdiri dari *compliance* (kepatuhan), *assurance* (jaminan), *reliability* (kehandalan), *tangible* (bukti fisik), *emphathy* (empati) dan *responsiveness* (daya tanggap).

Strategi sarana dan prasarana yang diterapkan oleh BMT NU Cabang Ganding Sumenep termasuk dalam dimensi kualitas layanan *tangible* (bukti fisik). Karena pada dimensi ini menjelaskan penampilan fisik yang termasuk didalamnya sarana dan prasarana. Perusahaan yang dapat di andalkan keadaan lingkungan sehingga menampilkan pelayanan yang diberikan oleh pembeli jasa. Dan di BMT NU Cabang Ganding Sumenep sendiri sudah memberikan fasilitas yang baik, membuat brosur yang menarik, dan peralatan yang digunakan juga sangat baik.

Strategi pemasaran di BMT NU Cabang Ganding Sumenep menerapkan metode kualitas layanan *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), dan *responsiveness* (daya tanggap). Pada *reliability* (kehandalan) yang dimaksud adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. BMT NU Cabang Ganding Sumenep pada metode ini memberikan pelayan yang terbaik pada pelayanan pertama kali dan mempunyai berbagai produk dan layanan yang diberikan. Sedangkan pada metode *assurance* (jaminan) adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keinginan yang didalamnya termasuk komunikasi variabel dan tertulis antara karyawan dan

nasabah. Pada metode ini BMT NU Cabang Ganding Sumenep sudah memberikan karyawan yang sangat mengetahui mengenai produk-produk yang sudah disediakan, pihak BMT NU Cabang Ganding Sumenep juga memberikan saran produk yang sesuai dengan yang diinginkan para calon nasabahnya, dan juga mempunyai karyawan yang sopan dan ramah. Dan untuk metode *responsiveness* (daya tanggap) adalah suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. BMT NU Cabang Ganding Sumenep pada metode ini menerapkan para karyawannya untuk menanggapi permintaan nasabahnya dengan segera, cepat dan efisien dalam pelayanannya serta para karyawan juga akan selalu siap bersedia untuk membantu para nasabahnya.

Strategi antar jemput tabungan, pada strategi ini BMT NU Cabang Ganding Sumenep menerapkan metode kualitas pelayanan *compliance* (kepatuhan), *emphaty* (empati). *compliance* (kepatuhan) ini yang diterapkan di BMT NU Cabang Ganding Sumenep sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip islam, dimana tidak ada bunga yang diambil ataupun diberikan pada tabungan dan juga ketersediaan produk investasi bagi hasil. Sedangkan untuk metode kualitas pelayanan metode *emphaty* (empati) pada strategi ini BMT NU Cabang Ganding memiliki karyawan yang selalu memberikan perhatian yang baik terhadap nasabah yang pada saat karyawan menjemput tabungan para nasabahnya.

Strategi pelayanan yang dilakukan dalam meningkatkan loyalitas nasabah BMT NU Cabang Ganding Sumenep menerapkan berbagai macam strategi pelayanan yaitu strategi pelayanan sarana dan prasarana, strategi pemasaran, dan strategi pelayanan antar jemput tabungan. Dengan adanya strategi yang sudah diberikan terhadap nasabah sehingga dapat memberikan kepuasan bagi nasabahnya. Kepuasan nasabah merupakan faktor sangat penting untuk diperhatikan.

2. Bagaimana loyalitas nasabah produk tabungan tabah di *Baitul Maal wat Tamwil Nuansa Ummat Cabang Ganding Sumenep*

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan setelah membandingkan hasil yang sudah dirasakan. Tercipta kualitas pelayanan pasti akan tercipta kepuasan pengguna layanan. Kualitas layanan ini memberikan berbagai manfaat, termasuk

membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan dan nasabahnya, memberikan dasar yang baik agar terbentuknya loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah yang dilakukan BMT NU Cabang Ganding Sumenep seperti memenuhi apa yang dibutuhkan nasabah, menjaga hubungan baik dengan nasabah, memberikan pelayanan yang sangat baik, bersikap ramah dan sopan santun, cepat, memberikan motivasi dan pengetahuan kepada para nasabah dan lain sebagainya sehingga para nasabah merasa sangat puas dengan pelayanan yang sudah diberikan.

Loyalitas nasabah adalah perilaku yang mendorong untuk membeli produk atau jasa dari suatu perusahaan yang memberikan aspek perasaan di dalamnya, terutama yang melakukan pembelian ulang dengan konsistensi yang tinggi, tetapi tidak hanya pada waktu tertentu saja dan juga mempunyai komitmen dan sikap positif terhadap perusahaan yang sudah menyediakan produk atau jasa tersebut. Loyalitas nasabah memegang peranan penting dalam sebuah perusahaan, dapat mempertahankan nasabah berarti dapat meningkatkan kinerja keuangan dan menjaga perusahaan tetap layak. Ini adalah alasan utama dari sebuah perusahaan untuk dapat menarik dan mempertahankan nasabah. Upaya dalam memperoleh nasabah yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, dari mencari calon nasabah yang potensial sampai memperoleh rekan kerja sama. Loyalitas pada BMT NU Cabang Ganding Sumenep bukan ditentukan lamanya waktu menjadi nasabah, tetapi nasabah juga harus mempertahankan volume transaksinya. Ada beberapa cara yang dilakukan oleh BMT NU cabang Ganding dalam meningkatkan loyalitas nasabah, yaitu berkomunikasi yang baik antara BMT dengan para nasabah, maksudnya berkomunikasi layaknya seorang teman kerja sendiri bukan seperti pegawai dengan nasabah. Cara tersebut dapat diyakini untuk bisa memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah.

