

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Lembaga keuangan telah berperan sangat besar dalam pengembangan dan pertumbuhan masyarakat industri modern. Produksi berskala besar dengan kebutuhan investasi yang membutuhkan modal yang besar tidak mungkin dipenuhi tanpa bantuan lembaga keuangan. Lembaga keuangan merupakan tumpuan bagi para pengusaha untuk mendapatkan tambahan modalnya melalui mekanisme kredit dan menjadi tumpuan investasi melalui mekanisme *saving*. Sehingga lembaga keuangan telah memainkan peranan yang sangat besar dalam mendistribusikan sumber-sumber daya ekonomi di kalangan masyarakat, meskipun tidak sepenuhnya dapat mewakili kepentingan masyarakat yang luas.<sup>1</sup>

Untuk mewujudkan sistem keuangan yang adil dan efisien, maka setiap tipe dan lapisan masyarakat harus terwadahi keinginannya dalam berinvestasi dan berusaha, sesuai dengan kemampuan dan keinginan mereka. Sistem keuangan Islam harus memfasilitasi hal tersebut. Hal ini sesuai dengan ajaran Islam yang diperuntukkan untuk sekalian alam (*rahmatan lil alamin*), dan prinsip bekerja sesuai dengan kemampuan. Perbankan, baik konvensional ataupun Islam hanya memberikan fasilitas kepada masyarakat yang memiliki modal relatif kecil dan risk averter.<sup>2</sup> Pada prinsipnya, dalam sistem keuangan Islam, Lembaga-lembaga keuangan non bank yang diperlukan memiliki peran yang hampir sama. Perbedaan

---

<sup>1</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta : UII Press, 2004), 47-48.

<sup>2</sup> Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2015), 7.

terletak pada prinsip dan mekanisme operasionalnya. Dengan penghapusan prinsip bunga, baik dalam mekanisme investasi langsung ataupun tak langsung dan pasar uang antar bank, praktek sistem bebas bunga atau bagi hasil akan lebih mudah untuk diterapkan secara integral. Dari perkembangan saat ini, diketahui bahwa terdapat dua jenis lembaga keuangan perbankan syariah yaitu Bank Muamalah Indonesia (BMI) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), sedangkan lembaga keuangan syariah non perbankan yang diimplementasikan dalam bentuk Asuransi Takaful (AT), Baitul Maal wa Tamwil (BMT), Unit Simpan Pinjam Syariah dan Koperasi Pondok Pesantren (Kopotren) di berbagai wilayah Indonesia.<sup>3</sup> Hadirnya Lembaga keuangan seperti Bank Syariah, Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), dan lembaga keuangan non bank, Asuransi Takaful (AT), Unit Simpan Pinjam Syariah, dan juga BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*), menjadikan pilihan atau langkah baru untuk masyarakat dalam bertansraksi maupun mengelola keuangan mereka dengan aman tanpa bunga (riba) yang dilarang dalam agama islam.

Dalam perkembangan perekonomian tentunya tidak dapat dipisahkan dari dunia persaingan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk memuaskan pelanggannya dengan menciptakan produk atau jasa yang berkualitas sesuai dengan keinginan dan juga kebutuhan para pelanggan ataupun konsumen<sup>4</sup>, khususnya lembaga keuangan syariah. Tentunya sebagai lembaga keuangan yang menyediakan layanan jasa keuangan, perbankan syariah juga perlu meningkatkan

---

<sup>3</sup> Syamsuir, "Lembaga Keuangan Islam Non Bank," *Jurnal Islamika*, Volume 15, No 1, (Tahun 2015): 90.

<sup>4</sup> Alfi Syahri Lubis, Nur Rahmah Andayani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam," *Journal of Business Administration*, Vol 1, No 2, (September 2017): 233.

kualitas operasionalnya agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan konvensional lainnya, agar konsumen maupun nasabah pengguna produk-produk perbankan tetap menggunakan jasa yang ditawarkan dalam lembaga tersebut. Loyalitas menjadi tujuan utama banyak perusahaan karena berkaitan dengan kelangsungan hidup merek atau bahkan perusahaan itu sendiri. Loyalitas didefinisikan sebagai komitmen konsumen untuk melakukan bisnis dengan perusahaan, dan berulang kali membeli produk atau layanan perusahaan, juga pada saat yang sama merekomendasikan produk atau layanan kepada teman atau kolega.<sup>5</sup>

Untuk menciptakan loyalitas terhadap konsumen atau pelanggan, sebuah perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran adalah cara untuk memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dilihat sebagai salah satu landasan yang digunakan untuk menyusun rencana suatu perusahaan. Mengingat luasnya permasalahan yang ada di dalam perusahaan, maka perlu adanya perencanaan yang komprehensif untuk memandu segmen-segmen perusahaan dalam mengembangkan usahanya.<sup>6</sup>

Didalam strategi pemasaran tentunya penerapan layanan yang baik dan berkualitas akan menjadikana pelanggan ataupun konsumen merasa puas sehingga mereka akan melakukan *repurchase intention* yang merupakan sebuah penilaian individu terhadap pembelian suatu layanan yang dilakukan secara berulang kali,

---

<sup>5</sup> Yayuk Yuliana, "Upaya Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Pendekatan Kualitatif Pada Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Di Fakultas Ekonomi Umn Al Washliyah Medan T.A 2013/2014," *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, Vol. 2. No. 2 (2017):319.

<sup>6</sup> Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 29, No.1, (Desember 2015): 60.

dan ingin selalu terlibat dalam aktivitas di masa yang akan datang dengan penyedia layanan dan segala bentuk pelayanan yang akan diambil. Nilai untuk membeli kembali suatu produk atau jasa akan muncul ketika pelanggan merasa bahwa jasa yang diterimanya bisa memberikan kepuasan terhadap diri pelanggan tersebut. Bila pelanggan puas pada pembelian pertama, maka pembelian berikutnya cenderung akan dilakukan secara berulang-ulang pada satu merek.<sup>7</sup> Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi masyarakat (pelanggan) penerima layanan.<sup>8</sup>

Kualitas pelayanan tentunya memiliki dimensi atau ukuran dalam operasionalnya, menurut Zeithaml mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *reability*, *responsive*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*. *Reability* dalam pelayanan juga di definisikan sebagai kemampuan mewujudkan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat dipercaya. Hal ini berarti organisasi jasa memberikan pelayanan yang tepat, secara cepat, dan menghargai semua pihak. *Responsive* berarti keinginan atau kesiapan karyawan untuk memberikan pelayanan. *Assurance* berhubungan dengan dimensi pengetahuan, kompetensi, dan kesopanan dari para pemberi jasa, dan kemampuannya untuk memberikan pelayanan yang jujur, meyakinkan dan terpercaya. *Emphaty* yang dimaksud dalam kualitas pelayanan adalah perhatian yang diberikan oleh pemberi jasa kepada

---

<sup>7</sup> Rahman Mulyawan, *Birokrasi dan Pelayanan Publik*, (Sumedang: Unpad Press, 2016 ), 47.

<sup>8</sup> *Ibid.*,48.

penerima jasa. Sedangkan tangibles mencakup tersedianya bukti fisik dalam pelayanan seperti fasilitas fisik.<sup>9</sup>

Untuk menciptakan suatu pelayanan yang prima (*service excelent*) maka dibutuhkan tenaga kerja ataupun karyawan yang andal dalam menangani berbagai persoalan dan permasalahan dari pelanggan ataupun konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan pemberi jasa atau layanan. Suatu layanan yang baik tentunya mendapatkan jaminan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk pengembalian harga pembelian atau mengadakan perbaikan terhadap produk yang rusak setelah pembelian, selain itu respon dan cara pemecahan masalah (*Response to and Remedy of Problems*) yang merupakan sikap dari karyawan dalam menanggapi keluhan serta masalah yang dihadapi oleh pelanggan, akan menjadikan pelanggan ataupun pengguna layanan tertarik dan akan melakukan penggunaan ataupun pembelian terhadap produk dan pelayanan yang ditawarkan.<sup>10</sup>

Dalam dunia perbankan kualitas pelayanan sangatlah penting untuk membangun loyalitas nasabah (*Building layalti*). Mengembangkan nasabah supaya lebih setia, berarti meningkatkan penerimaan bank. Begitu juga pada lembaga keuangan non bank berbasis syariah yaitu BMT, *Baitul Maal Wattamwil* (BMT) sendiri merupakan lembaga keuangan non bank berbasis syariah yang isisnya berintikan *bayt al-mal wa at-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, BMT juga dapat menerima titipan

---

<sup>9</sup> D. Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 180-181.

<sup>10</sup> Seta A. Wicaksana, Siti Sarah Ardani, *Psikologi Pelayanan: Kunci Pelayanan Prima Di Masyarakat 5.0*, (Riau: Dd Publising, 2022), 7.

zakat, infak, shodaqoh, serta menyalurkan sesuai dengan peraturan dan amanatnya. BMT merupakan lembaga ekonomi atau lembaga keuangan syariah non perbankan yang bersifat informal karena lembaga ini didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM).<sup>11</sup>

KSPPS BMT Cabang Galis Pamekasan merupakan balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *baitul maal wa tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu KSPP Syariah BMT NU Cabang Galis Pamekasan juga dapat menerima titipan zakat, infaq, sadaqah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya. KSPP. Syariah BMT NU Cabang Galis Pamekasan merupakan lembaga ekonomi atau lembaga keuangan syariah non perbankan yang bersifat informal karena lembaga ini didirikan oleh kelompok swadaya masyarakat (KSM). KSPPS BMT NU Cabang Galis berdiri sejak tahun 2015 yakni pada tanggal 02 Juni 2015.<sup>12</sup>

Produk SIAGA (Simpanan Anggota) merupakan produk simpanan yang ada di KSPPS BMT Cabang Galis Pamekasan, sebagai lembaga yang bergerak dalam bidang jasa keuangan KSPPS BMT Cabang Galis Pamekasan, bergantung pada besar jumlah anggota yang menyimpan/meminjam serta melakukan pembiayaan. Banyaknya anggota yang melakukan transaksi di KSPPS BMT Cabang Galis Pamekasan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga tersebut guna peningkatan jumlah anggota dan juga menanamkan rasa percaya

---

<sup>11</sup> Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wattamwil*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 23.

<sup>12</sup> Titin, Customer Service BMT NU Cabang Galis, *Wawancara Langsung* (03 November 2022)

anggota dan masyarakat agar dapat menggunakan jasa dari KSPPS BMT Cabang Galis Pamekasan dalam hal menyimpan/meminjam ataupun melakukan pembiayaan terhadap usahanya.<sup>13</sup>

**Gambar 1. 1 Grafik Pertambahan Anggota**



Sumber: Titin, *Customer Service* BMT NU Cabang Galis

Dimulai dari sejak berdirinya BMT NU Cabang Galis sampai dengan sekarang, total masyarakat yang menjadi anggota di BMT NU Cabang Galis tercatat sebanyak 3.922 anggota yang dari tahun pendirian hingga tahun sekarang.<sup>14</sup> Dilihat dari grafik pertumbuhan anggota kenaikan maupun penurunan yang terjadi bisa disebabkan oleh banyak faktor, namun, bisa saja terdapat kemungkinan bahwa faktor yang paling utama adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak lembaga terhadap para anggota. Keputusan untuk menjadi anggota ataupun setia menjadi anggota dapat juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan gabungan dari nilai dan kepuasan. Nilai mencerminkan sejumlah manfaat yang dipersepsikan oleh pelanggan, nilai meningkat seiring

<sup>13</sup> *Ibid.*,

<sup>14</sup> Titin, *Customer Service* BMT NU Cabang Galis, *Wawancara Langsung* (03 November 2022)

dengan meningkatnya kualitas dan pelayanan. Kepuasan sendiri mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tidak dapat memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas.<sup>15</sup>

Dari pemaparan data di atas penulis tertarik untuk meneliti tentang bagaimana kualitas layanan yang diberikan oleh BMT NU Cabang Galis, serta strategi apa yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Galis dalam meningkatkan kualitas layanan produk SIAGA untuk meningkatkan kepuasan anggotanya ditambah faktor-faktor apa saja yang mendukung dan yang menghambat dalam penerapan strategi tersebut akan di bahas dalam judul penelitian “ Strategi Peningkatan Kualitas Layanan

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana kualitas pelayanan produk SIAGA yang diberikan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis?
2. Strategi apa sajakah yang dilakukan KSPPS BMT NU Cabang Galis dalam meningkatkan kualitas layanan produk SIAGA untuk meningkatkan kepuasan Anggota?
3. Faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat penerapan strategi yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis untuk meningkatkan kualitas layanannya dalam meningkatkan kepuasan Anggota?

---

<sup>15</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi ke-13 Jilid 1*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), 14.

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan produk SIAGA yang diberikan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis
2. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan KSPPS BMT NU Cabang Galis dalam meningkatkan kualitas layanan produk SIAGA untuk meningkatkan kepuasan Anggota
3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat penerapan strategi yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis untuk meningkatkan kualitas layanannya dalam meningkatkan kepuasan Anggota

### **D. Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi pembaca baik secara teoritis ataupun secara praktis.

1. Kegunaan secara teoritis

Sebagai kontribusi dalam pemikiran bagi peneliti selanjutnya mengenai rujukan ataupun pengetahuan dalam meningkatkan pengetahuan mengenai kualitas layanan khususnya pengetahuan tentang “Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Produk Siaga (Simpanan Anggota) Pada KSPPS BMT NU Cabang Galis”.

2. Kegunaan Praktis

Selain kegunaan secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat juga berguna secara praktis diantaranya:

a. Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini berguna bagi peneliti dalam hal menambah wawasan dan juga ilmu serta dapat menjadi tantangan guna mengasah kemampuan dalam mencari, mengobservasi, mengolah data, dan juga memaparkan data menjadi pengalaman tersendiri bagi peneliti. Mengasah pengetahuan didunia perbankan khususnya pada sebuah kualitas pelayanan.

b. Bagi BMT NU Cabang Galis

Dapat menjadi rujukan ataupun tolak ukur sejauh apa pelayanan yang diberikan khususnya pada produk SIAGA (Simpanana Anggota) terhadap kepuasan anggota yang menggunakan produk tersebut. Menjadi bahan evaluasi kedepannya bagi lembaga untuk terus meningkatkan layanan terhadap anggota pengguna produk di BMT NU Cabang Galis khususnya pada produk SIAGA.

c. Bagi Civitas Akademika IAIN Madura

Dapat menjadi sumbangan pemikiran dan juga referensi serta wawasan bagi mahasiswa/i IAIN Madura dalam mengeksplorasi pengetahuan khususnya didunia perbankan.

**E. Definisi Istilah**

Sebagai batasan dari judul yang akan diteliti pada penelitian ini, agar tidak terjadi kesalahan dalam penafsiran maka, perlu dijelaskan secara singkat istilah-istilah yang berkenaan pada judul “ *Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Produk Siaga (Simpanan Anggota) Terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT NU Cabang Galis* “

1. Strategi: suatu rencana perusahaan yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>16</sup>
2. Pelayanan: suatu tindakan ataupun usaha dalam memperoleh kepuasan pelanggan.<sup>17</sup>
3. Kualitas Layanan: pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.<sup>18</sup>
4. Kepuasan Nasabah: tingkat perasaan konsumen terhadap apa yang diterima dan yang diharapkannya.<sup>19</sup>

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Kajian penelitian terdahulu merupakan deskripsi ringkas mengenai kajian atau penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu seputar masalah yang akan diteliti. Sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan pengulangan atau duplikasi kajian yang telah ada, beberapa peneliti yang meneliti tentang strategi peningkatan kualitas layanan diantaranya:

Imam Kholilur Rohman, dengan judul penelitian “Strategi Peningkatan Mutu Pelayanan Dalam Usaha Menghimpun Dana Masyarakat di BMT NU Cabang Larangan”. Metode penelitian yang digunakan kualitatif. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa mutu pelayanan yang diterapkan oleh BMT NU Cabang

---

<sup>16</sup> Amirullah, *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 4.

<sup>17</sup> Daryanto, Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), 108.

<sup>18</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press, 2019), 62.

<sup>19</sup> *Ibid.*, 82.

Larangan Pamekasan sangat baik yaitu dengan menanamkan nilai-nilai islami dengan mengedepankan kejujuran, loyalitas dan kenyamanan bersama.<sup>20</sup>

M. Arif, dengan judul penelitian “Layanan Gadai di BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan”, metode penelitian yang digunakan kualitatif. Hasil penelitian implementasi *compliance* pada produk gadai sesuai dengan syariat islamm dengan biaya sewa 2%, implementasi *assurance* dengan memberikan pelayanan yang sopan dan ramah, implementasi *reability* dengan memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan akurat, implementasi *tangibility* dengan melengkapi fasilitas berupa AC dan CCTV, implementasi *Emphaty* dengan selalu berusaha memahami keinginan dan juga kebutuhan anggota, implementasi *responsiveness* dengan selalu siap dan bersedia merespon permintaan nasabah dengan baik.<sup>21</sup>

Helen Anggi Immami, dengan judul penelitian “Pemasaran Syariah Pada Pembiayaan Gadai Emas di BMT NU Cabang Galis Pamekasan”, metode penelitian yang digunakan kualitatif, hasil penelitian BMT NU Cabang Galis Pamekasan selalu mementingkan etika-etika dan moral yang sesuai dengan syariat islam, hasil implementasi tersebut meningkatkan jumlah anggota tiap tahunnya.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Imam Kholilur Rohman, “Strategi Peningkatan Mutu Pelayanan Dalam Usaha Menghimpun Dana Masyarakat di BMT NU Cabang Larangan”(Skripsi, IAIN Madura, Pamekasan, 2021).

<sup>21</sup>M. Arif, “Layanan Gadai di BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan” (Skripsi, IAIN Madura, Pamekasan, 2021)

<sup>22</sup>Helen Anggi Immami, “Pemasaran Syariah Pada Pembiayaan Gadai Emas di BMT NU Cabang Galis Pamekasan” (Skripsi, IAIN Madura, Pamekasan, 2021)

**Tabel 1. 1 Kajian Terdahulu**

**Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

Nama peneliti (tahun)	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Imam Kholilur Rohman (2021)	Strategi Peningkatan Mutu Pelayanan Dalam Usaha Menghimpun Dana Masyarakat di BMT NU Cabang Larangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Metode yang digunakan kualitatif</li> <li>- Dimensi kualitas layanan <i>reliability, responsiveness, assurance, empathy, serta tangible.</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objek yang diteliti</li> <li>- mutu pelayanan yang diterapkan oleh BMT NU Cabang Larangan Pamekasan sangat baik yaitu dengan menanamkan nilai-nilai islami dengan mengedepankan kejujuran, loyalitas dan kenyamanan bersama</li> </ul>
M. Arif (2021)	Layanan Gadai di BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Metode penelitian kualitatif</li> <li>- Dimensi kualitas layanan <i>reliability, responsiveness, assurance, empathy, serta tangible.</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objek yang diteliti</li> <li>- Hasil penelitian implementasi <i>compliance</i> pada produk gadai sesuai dengan syariat islamm dengan biaya sewa 2%, implementasi <i>assurance</i> dengan memberikan pelayanan yang sopan dan ramah, implementasi <i>reability</i> dengan memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan akurat, implementasi <i>tangibility</i> dengan melengjapi</li> </ul>

			<p>fasilitas berupa AC dan CCTV, implementasi <i>Emphaty</i> dengan selalu berusaha memahami keinginan dan juga kebutuhan anggota, implementasi <i>responsiveness</i> dengan selalu siap dan bersedia merespon permintaan nasabah dengan baik</p>
Helen Anggi Immami (2021)	Pemasaran Syariah Pada Pembiayaan Gadai Emas di BMT NU Cabang Galis Pamekasan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Metode penelitian kualitatif</li> <li>- Lokasi atau objek penelitian</li> </ul>	<p>Hasil penelitian BMT NU Cabang Galis Pamekasan selalu mementingkan etika-etika dan moral yang sesuai dengan syariat islam, hasil implementasi tersebut meningkatkan jumlah anggota tiap tahunnya</p>