

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

BMT atau *Baitul Maal wa Tamwil* adalah salah satu Lembaga atau industri keuangan syariah yang berkembang signifikan karena fungsi dari BMT yang sebagai pendorong keuangan mikro sehingga banyak diminati oleh masyarakat. Saat ini BMT tidak sulit untuk dicari karena BMT berada hampir di setiap daerah perkotaan maupun di pedesaan dan juga tempat-tempat aktifitas masyarakat seperti di pasar, dengan tujuan untuk menjangkau wilayah lokal yang lebih luas. Baitul Maal wa Tamwil (BMT) terdiri dari dua istilah yakni *Baitul maal* dan *Baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih ditujukan untuk pengumpulan dana serta menyalurkan asset non-laba seperti zakat, infaq, shodaqah. Sedangkan *Baitul tamwil* menggerakkan pengumpulan dana dan persebaran dana yang bersifat *profitable*. Selanjutnya aktifitas tersebut menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari BMT sebagai salah satu lembaga pembantu kebutuhan publik dengan berlandaskan syariah islam.¹

Perlu dicatat bahwa BMT bukanlah lembaga pemerintah atau lembaga independen yang dapat bekerja sendiri. BMT tidak akan berjalan efektif karena lembaga ini membutuhkan dukungan dari banyak pihak, baik pemerintah maupun swasta. Poin utama dukungan BMT adalah dari pihak masyarakat. BMT merupakan salah satu dari Lembaga Keuangan Non Bank, yang dimana pada masa perkembangannya tidak dapat dihindari dari penilaian masyarakat yang tidak hanya

¹ Heri Sudarso, *Bank Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 96

terfokus pada kuantitas seperti bagi hasil, tetapi telah berkembang pada aspek kualitas baik produk maupun layanan. Menyebabkan lembaga-lembaga perlu terus berupaya agar mampu memberikan kualitas nan terbaik kepada pelanggannya, upaya ini membuat nilai atau kualitas menjadi salah satu komponen yang perlu memperoleh pengamatan lebih dari manajemen perusahaan dalam melaksanakan rencana operasinya. Konsumen pasti akan berupaya memperoleh produk yang berasal dari lembaga yang bisa memberikan pelayanan nan unggul kepadanya, yang artinya citra nilai perusahaan nan bagus ialah dilihat dari tanggapan pemakai jasa atau konsumen bukan dari sisi fasilitator jasa.² Secara umum, konsumen berkeinginan memperoleh negoisasi nan sesuai dengan kebutuhan dan layanan yang memuaskan keinginan mereka dan kerap kali konsumen menciptakan opsi berlandaskan taksiran mereka.

Kebiasaan publik yang telah menggunakan jasa dan pelayanan selama ini adalah salah satu diantara sekian banyaknya aspek yang membuat tolak tarik dalam pertumbuhannya, akan tetapi disisi lain konsep Islam yang melekat erat dalam prosedur dan mekanisme operasional juga membentuk keunggulan yang khas, maka dari itu dalam perkembangannya mencapai operasional nan luas untuk publik. Perkembangannya juga tidak lepas dari strategi yang dilakukan dalam hal promosi serta peningkatan kualitas layanan dari produk-produk yang ada di dalamnya.

Pelayanan sebenarnya ialah sebaris aktivitas, demikian pelayanan adalah metode pelayanan berproses secara teratur dan berkelanjutan mencakup segala aktivitas individu. Meonir menyampaikan bahwa penerapan pelayanan bisa

² Nurul Laily Abdulloh Putri dan Wahyu Dwi Warsitasari, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Merger*, Vol. 6, No. 1, 2022, 123

ditaksir, sehingga bisa ditentukan kriteria nan bagus dalam kondisi jangka waktu yang dibutuhkan ataupun hasilnya, dengan adanya kriteria manajemen bisa mempersiapkan, memantau dan menyurvei aktivitas pelayanan, agar hasil akhir memenuhi keinginan bagian-bagian yang memperoleh layanan.³ Wahlers menyampaikan bahwa kriteria kualitas layanan yang tepat dan akurat adalah aspek penting yang berdampak pada keunggulan kompetitif jika kriteria tersebut dipersiapkan dan dilaksanakan dengan rapi, karena kualitas layanan adalah nilai yang dapat ditaksir dalam layanan.⁴

Kualitas pelayanan adalah aspek penting bagi kesuksesan suatu bank sebagai perusahaan jasa, saat ini memenuhi keinginan konsumen melalui kualitas pelayanan yang efektif telah menjadi salah satu tanggung jawab bank.⁵ Kualitas pelayanan adalah tahap kejayaan yang diinginkan dan penanganan atas tahap kejayaan tersebut untuk memuaskan konsumen. Kualitas pelayanan adalah penilaian kognitif jangka panjang konsumen pada pemberian jasa suatu perusahaan.⁶ Persepsi kualitas pelayan ini adalah suatu perputaran secara merata, konsisten, dalam memperbaiki pemahaman manusia dalam melaksanakan atau mengusahakan tindakan tindakannya yang berkenaan dengan cara aktif, beroperasi secara berkesinambungan di dalam memuaskan tujuan, hasrat, dan keperluan. Sesuai dengan teori “*Quality*” yang dinyatakan oleh Marcel bahwa kejayaan suatu aktivitas jasa ditetapkan oleh kualitas. Meonir menyampaikan bahwa penerapan

³ Nurul Adimah, dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Vol. 3, No. 2, Juli 2022, Hal. 179

⁴ James L. Wahlers, *Competitive Factors and Performance Measurement : Applying the Theory of Constraints to Meet Customers Needs*. International Journal of Production Economics, 1994, 229-240

⁵ Mutiara Elok Ayuni & Maulidiah Amalina Rizqi, *Strategi Marketing Guna Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PD. BPR Bank Jombang (PERSERODA)*, Vol. 5, No. 1, Desember 2022, 112

⁶ Anwar Prabu Mangakunegara, *Peilaku Konsumen* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012), 83

pelayanan bisa ditaksir, sehingga bisa ditentukan kriteria nan bagus dalam kondisi jangka waktu yang dibutuhkan ataupun hasilnya, dengan adanya kriteria manajemen bisa mempersiapkan, memantau dan menyurvei aktivitas pelayanan, agar hasil akhir memenuhi keinginan bagian-bagian yang memperoleh layanan.⁷

Wahlers menyampaikan bahwa kriteria kualitas layanan yang tepat dan akurat adalah aspek penting yang berdampak pada keunggulan kompetitif jika kriteria tersebut dipersiapkan dan dilangsungkan dengan rapi, karena kualitas layanan adalah nilai yang dapat ditaksir dalam layanan.⁸ Kualitas adalah penghargaan teratas dari aktivitas pelayanan. Perlu dimengerti pula bahwa kualitas tidak boleh dianggap sebagai suatu bentuk padat cuma dari kualitas produk dan jasa semata melainkan kualitas mencakup seluruh bagian organisasi.⁹ Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen menyatakan diperoleh enam dimensi yang menetapkan kualitas pelayanan dianalisis dari perspektif konsumen yakni kepatuhan (*compliance*), jaminan (*assuramce*), keandalan (*reability*), bukti fisik (*tangible*), kepedulian (*emphaty*), dan daya tanggap (*responsiveness*).

Persepsi kualitas pelayanan telah menjadi aspek yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu organisasi. *Service quality* tidak hanya diambil oleh lembaga pelaksana jasa-jasa profitabel tetapi juga telah dimanfaatkan oleh lembaga-lembaga pemerintahan yang selama ini mampu terhadap desakan atau paksaan kualitas pelayanan masyarakat yang sempurna, dengan demikian trik agar perusahaan tetap

⁷ Nurul Adimah, dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Vol. 3, No. 2, Juli 2022, Hal. 179

⁸ James L. Wahlers , *Competitive Factors and Performance Measurement : Applying the Theory of Constraints to Meet Customers Needs*. International Journal of Production Economics, 1994, 229-240

⁹ Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi Ketiga, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), 198

dikenal ialah kesanggupan perusahaan untuk melindungi konsumennya (retensi). Apabila pelanggan menghindar (defeksi), maka eksistensi perusahaan tidak dibutuhkan lagi, dan sebaliknya, oleh karena itu perusahaan perlu mendeteksi sikap dari pelanggannya. Apresiasi pemasar terhadap sikap pelanggan, dapat membantu untuk dapat mempengaruhi dan memperbaiki sikap nasabah dari yang negatif ke arah yang positif.¹⁰ Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara mencocokkan apresiasi atau penilaian dari para nasabah. Jasa atau layanan yang diterima sesuai dengan yang diinginkan nasabah, maka kualitas pelayan dipersepsikan atau dinilai efektif, begitupun sebaliknya apabila jasa atau layanan yang diterima tidak sesuai dengan yang diinginkan nasabah maka kualitas pelayanan dipersepsikan atau dinilai cacat.

Sasaran pokok dari pelayanan yang disampaikan oleh seluruh karyawan dan pimpinan ialah untuk menaikkan kuantitas nasabahnya baik secara kuantitas dan kualitas, dengan adanya kualitas pelayanan yang efektif maka terciptalah kepuasan nasabah atau konsumen yang baik pula. Intinya sasaran perusahaan ialah mewujudkan kepuasan para pelanggannya. Terwujudnya kepuasan konsumen dapat menyajikan beberapa keuntungan, antara lain ikatan antara perusahaan dengan nasabah menjadi harmonis, menjadikan dasar yang baik bagi pembeli ulang dan terwujudnya kesetiaan nasabah.¹¹

Kepuasan nasabah adalah suatu hal yang dirasakan dengan tanggapan mereka masing-masing saat mereka menjalankan kesepakatan dengan produsen atau bagian penyedia layanan, atau bisa juga didefinisikan dari pengertian para ahli

¹⁰ Nik Haryati dan Diyanus Abdul Baqi, *Strategi Service Quality Sebagai Media Dalam Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, Vol. 1, No. 2, Desember 2019, 101

¹¹ Kasmir, *Customer Service Excellent*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017), Hal. 235

dimana kepuasan nasabah adalah hasil (*outcome*) dari produsen yang dirasakan para konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa, sesuai keinginan nasabah atau lebih dari keinginan nasabah.¹²

Saat ini perhatian pada kepuasan pelanggan menjadi sangat besar dalam melangsungkan layanan baik pada konsumen dalam ataupun luar, bagian penyedia dan pemberi layanan harus selalu berusaha untuk menunjuk sasaran pokok pelayanan yakni kepuasan nasabah (*consumer satisfaction*) atau kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Kita sebagai bagian yang melayani tidak akan mengetahui apakah konsumen yang kita layani puas atau tidak, karena yang dapat merasakan kepuasan dari suatu layanan hanyalah konsumen yang berkaitan. Tingkat kepuasan diperoleh biasanya sangat berkaitan dengan kriteria kualitas barang dan jasa yang mereka nikmati, serta layanan lain yang berupa layanan pra-jual, saat transaksi, dan purna jual.¹³ Kepuasan pelanggan adalah suatu yang abstrak namun dapat ditakar. Mengukur kepuasan pelanggan adalah suatu hal yang penting yang harus dijalankan oleh suatu Lembaga, karena dengan mengetahui dari tingkatan kepuasan pelanggan maka perusahaan atau Lembaga dapat mengetahui apakah ada kesenjangan dari mutu atau kualitas yang diinginkan pelanggan dengan mutu atau kualitas yang diterima nasabah untuk menjaga kepuasan anggota KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan perlu menjaga kepercayaan dimata para anggotanya. Kepercayaan ini dibangun melalui kualitas pelayanan oleh seluruh petugas layanan, komunikasi yang dikemas dengan gaya komunikasi yang tepat dan sesuai dengan kondisi, dan terjaminnya keamanan untuk anggota.

¹² Nasfi dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*, Vol. 4, No. 1, Januari-Juni 2020, 24

¹³ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2003),

Konteks kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah dua hal yang harus diamati oleh industri. Opini Schnoor dalam Tjiptono, pelayanan yang berkualitas akan menyajikan kepuasan pada pelanggan yang akan menyajikan fondasi yang efektif bagi pembelian ulang dan terwujudnya kesetiaan konsumen serta adanya rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut, sehingga akan terwujudnya konsumen yang baru. Industri yang gagal memenuhi pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Pelanggan yang tidak puas akan mengadakan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan, oleh karena itu setiap industri jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan tatanan kualitas sedemikian rupa sehingga pelayanan dapat memuaskan para konsumennya.¹⁴ Pelayanan yang disampaikan merupakan suatu kepuasan untuk konsumen agar tetap setia dalam menggunakan produk dan jasa yang didistribusikan baik berbentuk produk penghimpunan dana maupun produk penyaluran dana (pembiayaan), maka kesetiaan konsumen sangat bergantung pada pelayanan yang diberikan.¹⁵

Kualitas pelayanan adalah perolehan dari persepsi dalam benak konsumen. Bagian lembaga harus menyajikan pelayanan yang baik yang dibutuhkan dan diharapkan oleh nasabahnya, karena kualitas pelayanan merupakan aspek terpenting dalam menentukan puas tidaknya seorang nasabah. Tanpa tetap menyajikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, mustahil akan memberikan perasaan puas seperti apa yang diharapkan oleh anggotanya dan hal tersebut akan

¹⁴ Engkur, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di DKI Jakarta*, Vol. 14, No. 01, April 2018, 24

¹⁵ *Ibid*, 20

menghambat KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan akan hidup dan berkembang.

KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang berada di Kabupaten Pamekasan yang berlokasi di Dusun Tomang Match, RT/RW 02/029, Desa Blumbungan, Kec. Larangan, Kab. Pamekasan, yang dimana bisa dikatakan letak kantor tersebut lumayan strategis karena berada di dekat tempat aktifitas masyarakat setiap harinya yaitu pasar blumbungan. KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan ini telah beroperasi dan menjalankan usahanya, hingga pada bulan Mei 2024 KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan memiliki jumlah anggota sebanyak 5.939 anggota¹⁶. Salah satu faktor pencapaian tersebut yaitu penerapan kualitas pelayanan maupun sarana pelayanan yang di berikan KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan bisa dikatakan efektif, yang dimana fasilitas yang disediakan memadai, ruang tunggu yang nyaman, lingkungan yang bersih dan rapi, tetapi untuk sarana pendukung yaitu tempat parkir yang bisa dikatakan terbatas atau kurang luas untuk menampung kendaraan anggota ketika sewaktu-waktu banyak anggota yang berdatangan ke kantor KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan, karena kita tidak bisa memprediksi kapan banyak anggota yang akan berdatangan.¹⁷

Berlandaskan pada paparan diatas peneliti tertarik untuk meninjau tentang bagaimana implementasi *service quality* dalam meningkatkan kepuasan anggota KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan dengan menggunakan metode kualitatif untuk mengetahui lebih detail tentang penerapan *service quality* di KSPPS BMT

¹⁶ Silviana Yuliasari, Staff Layanan KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan, Wawancara Langsung (9 Mei 2024)

¹⁷ *Observasi*, KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan, (9 Mei 2024)

NU Jatim Cabang Larangan. Berasaskan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul ***“Implementasi Service Quality dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan”***.

B. Fokus Penelitian

Dari uraian latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka fokus penelitian pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana sistem *service quality* di KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan?
2. Bagaimana implementasi *service quality* di KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan?
3. Apakah sistem *service quality* dapat meningkatkan kepuasan anggota KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan?

C. Tujuan Penelitian

Dari fokus penelitian diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sistem *service quality* KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan.
2. Untuk mengetahui bagaimana implementasi *service quality* di KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan.
3. Untuk mengetahui apakah sistem *service quality* dapat meningkatkan kepuasan anggota KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diinginkan sebagai salah satu dalam menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta dijadikan referensi tentang implementasi *service quality* dalam meningkatkan kepuasan anggota KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai saran serta masukan dalam pengimplementasian kualitas pelayanan (*service quality*) dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini berguna untuk memberikan informasi terkait pentingnya melakukan peningkatan kualitas pelayanan (*service quality*) dalam sebuah lembaga perbankan dan sebagai masukan berupa materi tentang bagaimana pengimplementasian dari kualitas pelayanan (*service quality*) dalam meningkatkan kepuasan anggota.
- b. Sebagai saran dan masukan dalam meningkatkan kepuasan anggota, khususnya dalam bidang kualitas pelayanan (*service quality*) dalam meningkatkan kepuasan anggota.

E. Definisi Istilah

1. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Menurut Feigenbaum, kualitas (*quality*) adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*).¹⁸ Menurut Philip Kotler, pelayanan atau *service* ialah aktivitas atau kegunaan yang dapat disampaikan oleh suatu aspek ke

¹⁸ M. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, Cetakan Ke II, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), Hal. 3

aspek lain yang pada intinya tidak berbentuk dan tidak juga berakhir kepemilikan entitas.¹⁹

Service quality atau kualitas pelayan adalah pencapaian dalam upaya melayani semua yang dibutuhkan oleh konsumen atau nasabah. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai suatu perbuatan yang sering dijalankan untuk pemuasan keinginan nasabah akan produk/jasa yang melampaui keinginan nasabah.²⁰

2. Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler & Keller kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari mencocokkan hasil kinerja yang diterima atas suatu produk dengan keinginannya.²¹

Kepuasan pelanggan ialah keadaan dimana tidak ada perbedaan antara keinginan dengan kenyataan yang diterima, sehingga terlaksananya kepuasan atas hasil yang didapatkan. Kepuasan dari setiap pelanggan menjadi ketertarikan khusus karena dapat dijadikan penilaian dalam menumbuhkan penjualan maupun pemanfaatan layanan jasa.²²

F. Penelitian Terdahulu

Terkait penelitian terdahulu, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah ditelusuri oleh peneliti dan sebagai pendukung, pembanding antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu, diantaranya sebagai berikut:

¹⁹ Boediono, *Pelayan Prima Perpajakan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), Hal. 11

²⁰ Karolus Putra Setiadi & Leonard Andrie Manafe, *Penerapan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada PT Etos Suryanusa*, Vol. 4, No. 1, Juli 2021, Hal. 24

²¹ Mohammad Dimiyati, dkk, *Membangun Kepuasan Nasabah Berbasis Dimensi Banking Service Quality (Studi Bank Syariah di Kabupaten Jember)*, Vol. 14, No. 1, Februari 2020, Hal. 117

²² Novi Erawati, & Ivo Novitaningtyas, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah PT BPR Bank Bapas 69 Pengguna Mobil Kas Keliling di Kabupaten Magelang*, Vol. 4, No. 2, Juni-September, 2022, Hal. 43

Pertama, Imam Ghazali dengan Judul “Analisis Strategi Pelayanan dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Anggota di BMT NU Cabang Camplong”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa BMT NU Cabang Camplong memberikan 3 bentuk pelayanan diantaranya pelayanan antar jemput bola, pelayanna online, pelayanan dikantor, dan untuk kepuasan yang dirasakan oleh para anggota BMT NU Cabang Camplong yaitu para anggota lebih condong merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh BMT NU Cabang Camplong yang mana terlihat dari banyaknya anggota yang aktif menabung setiap harinya.²³

Kedua, Mu’tadi dengan judul “Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan BMT NU Cabang Tanah Merah Bangkalan Melalui Perspektif *Hifdzul Mal*”. Berdasarkan Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pelayanan BMT NU Cabang Tanah Merah Jawa Timur sudah sangat baik sebab terdapat tiga pelayanan yang diterapkan di BMT NU Cabang Tanah Merah yaitu sistem pelayanan di kantor, sistem pelayanan onlinen, dan juga sistem pelayanan jemput bola, dan menurut perspektif Hifdzul Mal harta nasabah BMT NU Cabang Tanah Merah Jawa Timur sudah merasa aman dengan sistem pengelolaan yang tidak melanggar dari aturan yang terdapat di dalam Hifdzul Mal, sehingga nasabah merasa sangat puas pada pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT NU Cabang Tanah Merah Jawa Timur.²⁴

Ketiga, Ferry Khoirul Nizam dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada BMT NU Jawa Timur Cabang Proppo, Pamekasan)”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa

²³ Imam Ghazali, *Analisis Strategi Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Anggota di BMT NU Cabang Camplong*, Skripsi, IAIN Madura, 2020, Hal. 64

²⁴ Mu’tadi, *Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan BMT NU Cabang Tanah Merah Jawa Timur Melalui Perspektif Hifdzul Mal*, Skripsi, UIN Sunan Ampel, 2019, Hal. 81

pelayanan di BMT NU Jawa Timur Cabang Proppo terhadap para nasabah menawarkan tiga pelayanan yaitu pelayannya di kantor, pelayanan online, dan pelayanan lapangan. Sistem pelayanan BMT NU Jawa Timur Cabang Proppo sudah sangat baik sebab terdapat pelayanan yang menarik , seperti sistem pelayanan online dan juga sisitem pelayanan jemput bola dan nasabah merasa aman dengan pengelolaan yang begitu efektif sehingga nasabah merasa sangat puas pada pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT NU Jawa Timur Cabang Proppo.²⁵

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Ini Dengan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti / Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Imam Ghazali, (Analisis Strategi Pelayanan dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Anggota di BMT NU Cabang Camplong).	Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada kajian teori atau varibel penelitian, membahas tentang Pelayanan dan Kepuasan Anggota, dan juga menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada tempat atau objek penelitian. Pada penelitian terdahulu objek penelitiannya di BMT NU Cabang Camplong. Sedangkan pada penelitian ini, di KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan

²⁵ Ferry Khoirul Nizam, *Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada BMT NU Jawa Timur Cabang Proppo, Pamekasan)*, Skripsi, IAIN Madura,, 2021, Hal. 60

2	Mu'tadi, (Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan BMT NU Cabang Tanah Merah Bangkalan Melalui Perspektif <i>Hifdzul Mal</i>).	Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada kajian teori atau varibel penelitian, membahas tentang Pelayanan dan Kepuasan, dan juga menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel penelitian, dan tempat atau objek penelitian. Penelitian terdahulu membahas melalui perspektif <i>Hifdzul Mal</i> dan objek penelitiannya pada BMT NU Cabang Tanah Merah Bangkalan. Sedangkan pada penelitian sekarang membahas menggunakan model CARTER dan objek penelitiannya pada KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan.
3	Ferry Khoirul Nizam, (Analisis Kualitas Pelayanan dalam	Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada kajian teori atau variabel,	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada kajian pustaka atau

	<p>Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada BMT NU Jawa Timur Cabang Proppo, Pamekasan)).</p>	<p>yang dimana sama-sama membahas tentang Kualitas Pelayanan, dan metode yang digunakan metode penelitian kualitatif.</p>	<p>variabel penelitian, tempat atau objek penelitian. Penelitian terdahulu membahas tentang Loyalitas Nasabah, dan objek penelitiannya di BMT NU Jawa Timur Cabang Proppo. Sedangkan penelitian membahas tentang Kepuasan Anggota, dan objek penelitiannya di KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan.</p>
--	---	---	---

Sumber: Ferry Khoirul Nizam, Analisis Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada BMT NU Jawa Timur Cabang Proppo, Pamekasan), Skripsi, IAIN Madura, Imam Ghazali, Analisis Strategi Pelayanan dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Anggota di BMT NU Cabang Camplong, Skripsi, IAIN Madura, Mu'tadi, Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan BMT NU Cabang Tanah Merah Jawa Timur Melalui Perspektif Hifdzul Mal, Skripsi, UIN Sunan Ampel, Data diolah, 2024