

**ANALISIS PENERAPAN *SERVICE EXCELLENCE* DAN
SERVICE RECOVERY DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN NASABAH DI BAITUL MAAL WA TAMWIL
(Studi Kasus BMT Bina Insan Sejahtera Kecamatan Kroya
Kabupaten Cilacap)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin
Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

MELLY EVA SUKMAWATI

NIM. 1917202079

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
PROF.KH.SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Melly Eva Sukmawati

NIM : 1917202079

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul skripsi : Analisis Penerapan Service Excellence dan Service Recovery dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Baitul Maal Wa Tamwil (Studi Kasus BMT Bina Insan Sejahtera Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap).

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sebelumnya.

Purwokerto, 10 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,



Melly Eva Sukmawati

NIM. 1917202079

PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**Analisis Penerapan Service Excellence dan Service Recovery Dalam
Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di Baitul Maal Wa Tamwil (Studi Kasus BMT
Bina Insan Sejahtera Kroya Kabupaten Cilacap)**

Yang disusun oleh Saudara **MELLY EVA SUKMAWATI NIM 1917202079** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat, 20 Oktober 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Sekretaris Sidang/Penguji

Rini Meliana, S.E., M.Ak.
NIP. 19940713 202012 2 016

Pembimbing/Penguji

Rahmini Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 19701224 200501 2 001

Purwokerto, 24 Oktober 2023

Mengetahui/Mengesahkan
Pdt. Dekan



Dr. H. Jamiat Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Melly Eva Sukmawati NIM. 1917202079 yang berjudul:

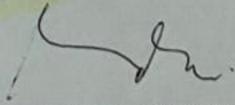
**PENERAPAN SERVICE EXCELLENCE DAN SERVICE RECOVERY
UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S. E.)

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 10 Oktober 2023

Pembimbing,


Rahmini Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 191701224 200501 2 001

**ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF SERVICE EXCELLENCE
AND SERVICE RECOVERY IN INCREASING CUSTOMER
SATISFACTION IN BAITUL MAAL WA TAMWIL (Case Study of BMT Bina
Insan Sejahtera Kroya Cilacap)**

Melly Eva Sukmwati
NIM.1917202079

E-mail: mellyeva111@gmail.com

*Department of Islamic Banking, Faculty of Islamic
Economics and Business State Islamic University
Peof.K.H/Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT.

A good company is able to fulfill the wishes of customers, in meeting the needs of customers a company must have made a mistake. In the application of service excellence and service recovery at BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap there is still a lack of communication, a long response to action or a lack of speed in handling complaints, not fully handling customer complaints. Service excellence and service recovery determine satisfaction and foster a great sense of loyalty to customers to stay afloat, because customer satisfaction is the level where the perceived performance is in accordance with what is expected by the customer.

This research uses a qualitative approach. The data collection techniques were obtained from observation, interview, and documentation techniques. Furthermore, the data will be analyzed including three components, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The last step will test the validity of the data using source triangulation and technique triangulation.

The results of the research BMT Bina Insan Sejahtera has implemented service excellence and service recovery. The application of service excellence, namely being able to adjust customer needs, being calm in dealing with customers, looking according to applicable procedures, giving attention to customers, responsive and responsible performance actions to carry out trust and honesty. The application of service recovery, namely distributive justice, is able to provide trustworthy services according to customer needs, procedural justice is able to receive input from customers, interacional justice is able to provide the best service, but there is still a lack of communication between customers and employees so that misunderstandings occur. Based on the SWOT matrix, the strategy to increase customer satisfaction at BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap is seen from strength factors greater than weakness factors and opportunities greater than threat factors. With conditions like this BMT Bina Insan Sejahtera is able to compete with other financial institutions.

Keywords: Service Excellence, Service Recovery, Customer Satisfaction

ANALISIS PENERAPAN *SERVICE EXCELLENCE* DAN *SERVICE RECOVERY* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DI BAITUL MAAL WA TAMWIL (Studi Kasus BMT Bina Insan Sejahtera Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap)

Melly Eva Sukmawati

NIM.1917202079

E-mail: mellyeva111@gmail.com

Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H.

Saiffudin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Perusahaan yang baik mampu memenuhi keinginan nasabah, dalam memenuhi kebutuhan nasabah suatu perusahaan sudah pasti pernah melakukan kesalahan. Dalam penerapan *service excellence* dan *service recovery* di BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap masih ada kurangnya komunikasi, respon tindakan lama atau kurang cepat mengatasi keluhan, belum sepenuhnya menangani komplain nasabah. *Service excellence* dan *service recovery* menentukan kepuasan dan menumbuhkan rasa loyal yang besar terhadap nasabah agar tetap bertahan, karena kepuasan nasabah merupakan tingkatan dimana anggapan kinerja sesuai yang diharapkan nasabah

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data diperoleh dari teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya data akan dianalisis meliputi tiga komponen, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Langkah terakhir data akan di uji keabsahannya menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil dari penelitian BMT Bina Insan Sejahtera sudah menerapkan *service excellence* dan *service recovery*. Penerapan *service excellence* yakni mampu menyesuaikan kebutuhan nasabah, bersikap tenang menghadapi nasabah, berpenampilan sudah sesuai prosedur yang berlaku, memberikan perhatian kepada nasabah tindakan kinerja yang cepat tanggap dan bertanggung jawab mengemban amanah dan jujur. Penerapan *service recovery* yakni *distributive justice* mampu memberikan pelayanan yang amanah sesuai kebutuhan nasabah, *procedural justice* mampu menerima masukan dari nasabah, *interacional justice* mampu memberikan pelayanan terbaik, tetapi masih kurang komunikasi antara nasabah dan karyawan sehingga terjadi kesalahpahaman. Berdasarkan matriks SWOT strategi untuk meningkatkan kepuasan nasabah di BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap dilihat dari faktor-faktor kekuatan lebih besar dibanding faktor kelemahan serta peluang lebih besar dibandingkan dengan faktor ancaman. Dengan kondisi seperti ini BMT Bina Insan sejahtera mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

Kata Kunci: *Service Excellence*, *Service Recovery*, Kepuasan Nasabah

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhan mu lah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah, 6-8)



PERSEMBAHAN

Dengan segenap cinta, ketulusan dan keikhlasan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmat sehat sehingga saya bisa mengerjakan skripsi ini dengan lancar.
2. Diri saya sendiri yang sudah mau berjuang sekuat tenaga sampai dititik ini dan melawan rasa sakit serta malas untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Orang yang paling saya sayangi dan cintai yaitu kedua orang tua saya Bapak Paryo dan Ibu Wasirah, yang selalu mengiringi langkah penulis dengan untaian doa beserta curahan kasih sayang. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, umur panjang dan selalu diberikan rezeki yang barokah.
4. Terimakasih kepada Ibu Hj. Rahmini Hadi S.E M.si yang selalu sabar memberikan bimbingan dan arahannya dalam penulisan skripsi ini.
5. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya teman-teman seperjuangan jurusan Perbankan Syariah B angkatan 2019 yang selalu membantu, memberikan motivasi, berbagi keceriaan, dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terimakasih banyak sehingga terwujud skripsi ini.
6. Dan terimakasih untuk semua orang yang sayang dan mendoakan keberhasilan saya, semoga doa baik kembali kepada kalian.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada surat pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain ‘....	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعقد بين	Ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

3. Ta' marbutah di Akhir Kata Bila Dimatikan Ditulis h

حبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al auliā'</i>
---------------	---------	--------------------------

b. Apabila ta' marbutah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah dan dhammah ditulis *t*.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jāhiliyah
2.	Fathah + ya'mati	Ditulis	A
	تانس	Ditulis	Tansā
3.	Kasrah + ya'mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karim
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	نروض	Ditulis	Furūd

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya'mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaulun

7. Vokal Pendek Yang Berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أأعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
أأعين شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

8. Kata sandang alif + lam

a. Apabila diikuti huruf qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”

القرآن	Ditulis	Al-Qur'an
القياس	Ditulis	Al-Qiyas

b. Apabila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya dengan menghilangkan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	<i>dżawī alfurūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl asSunnah</i>

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan segala kenikmatan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa tanggung jawab dan sebaik mungkin. Shalawat serta salam tercurahkan selalu kepada baginda Nabi Agung Muhammad SAW beserta para pengikutnya atas syafaat beliau sehingga kehidupan manusia menjadi lebih baik. Dengan mengucap Alhamdulillah rabbil'alamin atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul "Analisis Penerapan *Service Excellence* Dan *Service Recovery* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Baitul Maal Wa Tamwil (Studi Kasus BMT Bina Insan Sejahtera Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap)". Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak yang turut mensukseskan selesainya skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag. M.M., Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Hj. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak. selaku koordinator program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Hj. Rahmini Hadi SE,M,Si,.dosen pembimbing yang tak kenal lelah memberikan masukan dan arahan kepada penulis sampai bisa terselesaikan.
9. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Guruh selaku Manajer, Suparno selaku *Customer Service*, Ahmad Fauzi selaku *Marketing* dan seluruh karyawan BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap yang telah membantu dalam proses penelitian ini.
11. Paryo ayah saya, Wasirah ibu saya dan adiku Fakhri Muffid Ramadhani, serta keluarga besar tercinta terima kasih atas doa, support dan motivasi untuk penulis.
12. Untuk diri saya sendiri, terimakasih sudah mau berjuang dan bertahan sampai saat ini dan mampu berada dititik ini.
13. Teman-teman Perbankan Syariah B angkatan 2019 terima kasih telah berjuang bersama selama di bangku perkuliahan.
14. Teruntuk NIM 1917402224, terimakasih atas dukungan dan energi semangatnya yang selalu menemani dan menghibur saya, menjadi tempat keluh kesah saya selama proses penyusunan skripsi.
15. Sahabat terbaik saya Zenita Alif, Ardha Risqinanda Asidqia, Shinta Wakhidah, Sulis Dwiyanti, Zahwa Amelia Rahayu, Aina Dwi Wibowo, Novita Setyo Putri, Fanny Aprilia, Twy Melvia Ardiana dan Aprilia Farahita. Terima kasih sudah saling mendukung dalam mengerjakan skripsi, terima kasih sudah mendoakan, memberi dukungan penuh, tempat berkeluh kesah, dan selalu direpotkan penulis.

Purwokerto, 10 Oktober 2023

Melly Eva Sukmawati
NIM. 1917202079

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	6
D. Kajian Pustaka.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Kualitas Pelayanan	14
B. <i>Service Excellence</i>	17
C. <i>Service Recovery</i>	20
D. Kepuasan Nasabah	23
E. Landasan Teologis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Tempat Dan Waktu Penelitian	32
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	32
D. Sumber Data.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data	33

F. Teknik Analisis Data.....	35
G. Uji Keabsahan Data.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	39
1. Sejarah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap.....	39
2. Visi Misi.....	40
3. Struktur Organisasi.....	40
4. Produk-Produk.....	42
B. Penerapan <i>Service Excellence</i> dan <i>Service Recovery</i> BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap.....	43
1. <i>Service Excellence</i> di BMT Bina Insan Sejahtera.....	43
2. <i>Service Recovery</i> di BMT Bina Insan Sejahtera.....	48
C. Strategi Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap.....	50
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	:	Jumlah Nasabah.....	4
Tabel 1.2	:	Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2.1	:	Matrik SWOT.....	26
Tabel 4.1	:	Matrik Analisis SWOT.....	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	: Struktur Organisasi.....	40
Gambar 4.2	: Area Parkir BMT.....	46
Gambar 4.3	: Ruang Tunggu BMT.....	53
Gambar 4.4	: Tampak Depan BMT.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	:	Pedoman Wawancara.....	64
Lampiran 2	:	Dokumentasi Foto Penelitian.....	99



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan perekonomian mempengaruhi kehidupan masyarakat meningkatkan status sosial dan ekonomi masyarakat berakibat pada perubahan perilaku dan gaya hidup mereka. Perubahan tersebut pada akhirnya mempengaruhi selera kepuasan terhadap suatu produk. Masyarakat menginginkan produk dan layanan berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Kustin, 2019). Dalam persaingan dunia bisnis seperti sekarang di dalam zaman globalisasi pelanggan merupakan faktor yang paling penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Pelanggan harus dijaga agar tetap memakai produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Perusahaan harus memberikan sesuatu yang lebih bagi pelanggannya melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan itu sendiri. Pelanggan harus dibuat puas atas produk atau penggunaan jasa yang dipakainya agar mereka selalu setia menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan.

Menurunnya keuntungan yang diterima oleh perusahaan selain kesalahan manajemen dalam menjalankan perusahaannya bisa disebabkan oleh kekurangpekaan para petinggi perusahaan dalam melihat keinginan dan kebutuhan para konsumennya terhadap produk yang dihasilkan atau jasa yang ditawarkan juga tidak tahu cara memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga keinginan dan kebutuhannya terpenuhi dan ia merasa puas melebihi apa yang dapat diberikan oleh pesaing (Zein,2010).

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat

kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang. Salah satu usaha untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah dengan mengembangkan pelayanan pelanggan yang optimal atau pelayanan prima (*service excellence*).

Pada hakekatnya *service excellence* (pelayanan prima) bertitik tolak pada upaya pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada pelanggan. Upaya memberikan pelayanan terbaik dapat diwujudkan dengan mencurahkan segala kemampuan dalam bersikap, berpenampilan, memberikan perhatian, bertindak, dan bertanggung jawab secara baik dan terkoordinasi (Sheila, 2020). Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah "*excellent service*" yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan. Sederhananya, pelayanan prima (*excellent service*) adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan (Nurlia, 2018).

Dalam memenuhi keinginan *customer* tersebut, suatu organisasi/perusahaan sudah pasti pernah melakukan suatu kesalahan. Dan apabila suatu perusahaan belum pernah menyediakan waktu untuk khawatir dan memikirkan akan kesalahan yang akan terjadi, artinya perusahaan tersebut belum menyediakan waktu untuk mempertimbangkan apa yang harus dilakukan untuk menyelamatkan situasi apabila terjadi kesalahan. Setiap perusahaan berusaha melakukan yang terbaik dalam bisnisnya termasuk mengetahui siapa pelanggan maupun calon pelanggannya, mengetahui tidak hanya apa yang mereka harapkan dari suatu pelayanan tetapi juga kemungkinan apa yang mereka harapkan dari perusahaan pada saat terjadi kesalahan. Dengan kata lain, suatu kerangka kerja pelayanan pada setiap perusahaan harus memenuhi harapan pelanggan akan *service recovery*. Jadi sasaran *service recovery* adalah

identifikasi customer dengan permasalahan dan selanjutnya menyelesaikan masalah tersebut dengan tujuan membuat customer menjadi puas (Nurhayati, 2010).

Alasan peneliti memilih BMT Bina Insan Sejahtera Kecamatan Kroya yaitu pertama BMT bina sejahtera yang cukup digandrungi masyarakat Kroya, Dan sudah berdiri sejak 2015 sudah 9 tahun yang lalu, kedua BMT Bina Insan Sejahtera mampu bertahan agar tetap menjaga eksistensi agar diminati masyarakat sekitar, ketiga BMT Bina Insan Sejahtera menghadapi tantangan suprastruktur berupa SDM yang sesuai kualifikasi standar belum maksimal karena tempatnya di desa dan sebagian masyarakat belum paham mengenai *service excellence* dan *service recovery* itu sangat penting untuk membangun loyalitas nasabah.

Menurut bapak Guruh manajer BMT Bina Insan Sejahtera sebagai narasumber menjelaskan bahwa BMT Bina Insan Sejahtera berdiri sejak tahun 2015 sebelumnya masih koperasi dengan melalui proses perjuangan sangat panjang untuk mendirikan koperasi sebagai bentuk pembangunan masyarakat agar dapat terbantu dan mendisiplinkan masyarakat agar rajin menabung. Bina artinya “membangun insan artinya manusia untuk pemberdayaan mencapai titik kesejahteraan Grafik setiap tahunnya nasabah terus bertambah. Produk unggulan BMT Bina Insan Sejahtera yaitu produk simpanan menuju sejahtera digandrungi masyarakat, Kroya, Binangun, Nusawungu dan Adipala. Nasabah datang dengan kebutuhan berbeda-beda, ada yang kondisional datang ke BMT atau setoran menabung yang membutuhkan pelayanan secara khusus ke pasar ke tempat usaha. Meskipun BMT Bina Insan Sejahtera diminati masyarakat wilayah kroya tidak terlepas dari kegagalan dan ketidakpuasan nasabah. BMT Bina Insan Sejahtera terletak di lingkungan yang mayoritas masyarakatnya adalah pelaku usaha UMKM. BMT Bina Insan Sejahtera ini hadir sebagai salah satu solusi untuk mengatasi masalah ekonomi para pelaku UMKM tersebut tanpa memberatkan salah satu pihak.

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah

Tahun	Jumlah Nasabah	Nasabah Aktif
2015	52	52
2016	201	201
2017	289	289
2018	432	429
2019	612	598
2020	734	712
2021	821	803
2022	1068	987
2023	1237	1196

Sumber : Jumlah Nasabah BMT Bina Insan Sejahtera

Berdasarkan data jumlah nasabah aktif dari BMT Bina Insan Sejahtera sampai sekarang 2023 berjumlah 1196 nasabah dilihat dari tahun ketahun meningkat tetapi ada jumlah nasabah yang tidak aktif setiap tahunnya. Menurut bapak Suparno *service excellence* yang diberikan BMT Bina Insan sejahtera sudah cukup baik namun terkadang ada kendala kurangnya komunikasi yang baik antara *customer service* dengan nasabah sehingga terjadi kesalahpahaman, seperti hal lain diungkapkan oleh Ibu Siti NA respon tindakan lama atau kurang cepat dalam mengatasi keluhan. *Service recovery* dalam BMT Bina Insan Sejahtera menyesuaikan kebutuhan nasabah. Dalam setiap usaha pasti ada yang menurut bapak Suparno ketidakpuasan itu sering terjadi karena kurang komunikasi. Kendala nya di BMT ini ketika terlalu banyak permintaan contoh nasabah meminta pembiayaan yang cukup besar BMT secara kas belum memadai, juga BMT Bina Insan Sejahtera belum sepenuhnya menangani komplain yang diajukan nasabah. Namun, pada dasarnya pihak BMT berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabahnya.

Hubungan *service excellence* dengan *service recovery* saling berkaitan karena jika keduanya baik maka nasabah puas akan kualitas layanan. *Service excellence* dan *service recovery* menentukan kepuasan

dan menumbuhkan rasa loyal yang besar terhadap nasabah agar tetap bertahan, karena kepuasan nasabah merupakan tingkatan dimana anggapan kinerja sesuai yang diharapkan nasabah. Upaya memberikan layanan terbaik ini dapat diwujudkan dengan A6 dasar pelayanan prima (*service excellence*) yaitu Kemampuan (*Ability*), Sikap (*Attitude*), Penampilan (*Appelarancel*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Tanggung Jawab (*Accountability*) (Barata-2003). Adapun *service recovery* mengenai *distributive justice, procedural justice, interactional justice* (Robbins-2021)

Dalam hal tersebut peneliti akan melihat dan menganalisis *service excellence* atau pelayanan prima sudah sesuai atau belum serta melihat bagaimana mereka mengatasi pemulihan layanan (*service rcovery*) dari nasabah sudah terealisasi atau masih ada yang perlu dibenahi, agar nasabah mendapatkan kepuasan. Pembaharuan penelitian peneliti membahas variabel yang menimbulkan dampak satu sama lain, keterkaitan antara *service excellence* dan *service recovery* jadi bagaimana tentang pelayanan prima yang ada di BMT Bina Insan Sejahtera akan berkaitan dengan permintaan pemulihan layanan. Apabila kinerja sesuai dengan harapan nasabah, maka nasabah akan puas dengan harapan dan kinerja pelayanan. Dengan adanya penelitian ini akan menjadikan evaluasi bagi kinerja BMT Bina Insan Sejahtera menjadikan yang lebih baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengulasnya dalam bentuk tulisan berupa tugas akhir dengan judul “**Analisis Penerapan *Service Excellence* dan *Service Recovery* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Baitul Maal Wa Tamwil (Studi Kasus BMT Bina Insan Sejahtera Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap)**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan *Service Excellence* dan *Service Recovery* di BMT Bina Insan Sejahtera?
2. Bagaimana strategi untuk meningkatkan kepuasan nasabah terhadap *Service excellence* dan *Service Recovery* di BMT Bina Insan Sejahtera?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan kegiatan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui penerapan *Service Excellence* dan *Service Recovery* di BMT Bina Insan Sejahtera?
- b. Untuk mengetahui strategi dalam meningkatkan kepuasan nasabah terhadap *Service Excellence* dan *Service Recovery* BMT Bina Insan Sejahtera?

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan, pengalaman bagi penulis serta dapat berguna di waktu yang akan datang, dan sebagai syarat kelulusan.

2) Bagi Perusahaan

Bagi bmt bina insan sejahtera bisa menjadi bahan evaluasi kinerja lembaga keuangan syariah pada umumnya dan juga dapat meningkatkan kualitas sdm perusahaan tersebut.

b. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pustaka acuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi penulis maupun pembaca yang berguna untuk membantu penelitian berikutnya.

D. Kajian Pustaka

Penelitian Terdahulu

1. Jurnal Tepak Manajemen Bisnis, karya Rudi Elfis, Alvi Purwanti Alwie, Machasin, Universitas Riau, 2019, dengan judul “Pengaruh Service Excellent Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Jasa Raharja Cabang Riau”. Hasil penelitian Secara langsung *Service Excellent* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, semakin baik pola majemen penerapan *ServiceExcellent* (pelayanan prima) dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah yang mengajukan klaimen di Jasa Raharja maka hal ini dapat meningkatkan Loyalitas Nasabah. Secara langsung Kepuasan Nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, semakin baiknya rasa Kepuasan Nasabah yang mengajukan klaimen di Jasa Raharja, sehingga akan semakin meningkatkan Loyalitas Nasabah tersebut kepada Jasa Raharja. Secara tidak langsung *Service Excellent* melalui Kepuasan Nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Besarnya pengaruh *Service Excellent* sesudah adanya variabel intervening (Kepuasan Nasabah) lebih besar daripada sebelum adanya variabel intervening (Kepuasan Nasabah) terhadap Loyalitas Nasabah (Elfis, 2019).
2. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Perbankan karya Asiyah Sarahditya, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banking School, 2017, dengan judul “*Analisis Service Recovery Sebagai Strategi Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank BTN Kantor Cabang Depok)*”. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai service recovery terhadap kepuasan nasabah BTN Kantor Cabang Depok, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut, pertama *distributive justice* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Kantor Cabang Depok, kedua *procedural justice* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Kantor Cabang Depok, ketiga *Interactional justice* memiliki

pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Kantor Cabang Depok (Sarahditya, 2017).

3. Jurnal Perbankan Syariah, karya Nurul Laily Abdulloh Putri, Wahyu Dwi Warsitasari (2022), yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *Merger*”. Dengan hasil pembahasan bahwasanya kualitas layanan dan kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca merger, hal ini dikarenakan baik H1 maupun H2 diterima. Dan kedua variabel tersebut secara simultan juga berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pasca merger pada Bank Syariah Indonesia (BSI). Menurut (Tjiptono dan Chandra et al., 2005) terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik atau memuaskan dan sebaliknya jika layanan yang diterima lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka kualitas layanan akan dipersepsikan buruk (putri, 2022).
4. Jurnal kajian Multidisiplin, karya Luccy Avrindy Ragilia Putri, Bambang Irawan, Elok Sri Utami (2019), yang berjudul " Pengaruh *Service Recovery* terhadap *customer satisfaction* pada hotel royal Jember" Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *service recovery* memiliki kecenderungan mempengaruhi *customer satisfaction*. Hal tersebut membuktikan bahwa *service recovery* yang telah diberikan oleh pihak Hotel Royal Jember saat para tamu mengalami keluhan seperti menangani masalah dengan cepat dan tepat, perilaku karyawan yang tetap memberikan pelayanan dengan baik dan ramah pada para tamu yang melakukan *complain* dan penanganan keluhan yang dilakukan oleh pihak Hotel Royal Jember telah bersifat adil bagi kedua belah pihak hotel telah mampu membuat tamu yang awalnya kecewa atas

keluhannya menjadi menjadi puas karena merasa mendapatkan pelayanan yang sesuai harapannya(Putri, 2019)

5. Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Karya Mutmainatur Rohmah, Universitas Brawijaya (2017). yang berjudul “Analisis Pengaruh *Service Excellence* dan *Service Recovery* Terhadap *Customer Satisfaction* Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Melalui JNE”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *service excellence*(X1) dan variabel *service recovery* (X2) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel *customer satisfaction*(Y) PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang. Sehingga dapat diketahui variabel *service excellence* (x1) dan variabel *service recovery* (X2) dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh dominan terhadap *Customer Satisfaction*(Y) di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang adalah variabel *Service recovery* (X2) yang memiliki koefisiensi *regresi* paling besar(MumainaturRohmah, 2018)

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

NO	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Pembeda Penelitian
1.	Jurnal Tepak Manajemen Bisnis, karya Rudi Elfis, Alvi Purwanti Alwie, Machasin, Universitas Riau, 2019, dengan judul “Pengaruh <i>Service Excellent</i> Terhadap <i>Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Jasa Raharja Cabang</i>	Hasil penelitian Secara langsung <i>service excellent</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, semakin baik pola majemen penerapan <i>service excellent</i> (pelayanan prima) dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah yang mengajukan klaimen di Jasa Raharja maka hal	Persamaan menggunakan variabel <i>service excellence</i> . Perbedaanya adalah skripsi ini hanya membahas tentang <i>service excellence</i> tidak ada <i>service recovery</i> yang akan digunakan dalam penelitian ini dengan metode penelitian yang

	<i>Riau</i> ".	ini dapat meningkatkan Loyalitas Nasabah. Secara langsung Kepuasan Nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, semakin baiknya rasa Kepuasan Nasabah yang mengajukan klaimen di Jasa Raharja, sehingga akan semakin meningkatkan Loyalitas Nasabah tersebut kepada Jasa Raharja. Secara tidak langsung <i>Service Excellent</i> Kepuasan Nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Besarnya pengaruh <i>Service Excellent</i> adanya variabel intervening (Kepuasan Nasabah) lebih besar daripada sebelum adanya variabel intervening (Kepuasan Nasabah) terhadap Loyalitas Nasabah.	berbeda yaitu kuantitatif. dan objek penelitian yang berbeda.
2.	Jurnal Ekonomi, Manajemen, Perbankan karya Asiyah Sarahditya, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banking School, 2017, dengan	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai <i>service recovery</i> terhadap kepuasan nasabah BTN Kantor Cabang Depok, dapat diambil kesimpulan	Persamaanya menggunakan variabel <i>service recovery</i> Perbedaanya adalah skripsi ini hanya membahas tentang <i>service recovery</i> tidak ada

	<p>judul “<i>Analisis Service Recovery Sebagai Strategi Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank BTN Kantor Cabang Depok)</i>”.</p>	<p>sebagai berikut, pertama <i>distributive justice</i> memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Kantor Cabang Depok, kedua <i>procedural justice</i> memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Kantor Cabang Depok, ketiga <i>Interactional justice</i> memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Kantor Cabang Depok.</p>	<p><i>service excellence</i> yang akan digunakan dalam penelitian ini dengan metode penelitian yang berbeda yaitu kuantitatif. dan objek penelitian yang berbeda.</p>
3.	<p>Jurnal Perbankan Syariah, karya Nurul Laily Abdulloh Putri, Wahyu Dwi Warsitasari (2022), yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia pasca Merger”.</p>	<p>Dengan hasil pembahasan bahwasanya kualitas layanan dan kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca merger, hal ini dikarenakan baik H1 maupun H2 diterima. Dan kedua variabel tersebut secara simultan juga berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pasca merger pada Bank Syariah Indonesia (BSI). Menurut (Tjiptono dan Chandra et al., 2005) terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu <i>expected</i></p>	<p>Persamaannya menggunakan variabel kepuasan nasabah. Perbedaannya adalah skripsi ini hanya membahas tentang kepuasan nasabah tidak ada <i>service excellence</i> dan <i>service recovery</i> yang akan digunakan dalam penelitian ini dengan metode penelitian yang berbeda yaitu kuantitatif. dan objek penelitian yang berbeda.</p>

		<p><i>service</i> dan <i>perceived service</i>. Apabila layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik atau memuaskan dan sebaliknya jika layanan yang diterima lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka kualitas layanan akan dipersepsikan buruk.</p>	
4.	<p>Jurnal kajian Multidisiplin, karya Luccy Avrindy Ragilia Putri, Bambang Irawan, Elok Sri Utami (2019), yang berjudul "Pengaruh <i>Service Recovery</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> pada hotel royal Jember".</p>	<p>Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa <i>service recovery</i> memiliki kecenderungan mempengaruhi <i>customer satisfaction</i>. Hal tersebut membuktikan bahwa <i>service recovery</i> yang telah diberikan oleh pihak Hotel Royal Jember saat para tamu mengalami keluhan seperti menangani masalah dengan cepat dan tepat, perilaku karyawan yang tetap memberikan pelayanan dengan baik dan ramah pada para tamu yang melakukan complain dan penanganan keluhan yang dilakukan oleh pihak Hotel Royal Jember telah bersifat adil bagi kedua belah</p>	<p>Persamaanya menggunakan variabel <i>service recovery</i>. Perbedaanya adalah skripsi ini membahas tentang <i>service recover</i> tidak ada <i>service excellence</i> yang akan digunakan dalam penelitaian ini dengan metode penelitian yang berbeda yaitu kuantitatif. dan objek penelitian yang berbeda.</p>

		<p>pihak hotel telah mampu membuat tamu yang awalnya kecewa atas keluhannya menjadi menjadi puas karena merasa mendapatkan pelayanan yang sesuai harapannya.</p>	
5.	<p>Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Karya Mutmainatur Rohmah, Universitas Brawijaya (2017). yang berjudul “Analisis Pengaruh <i>Service Excellence</i> dan <i>Service Recovery</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Melalui JNE”.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>service excellence</i> (X1) dan variabel <i>service recovery</i> (X2) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel <i>customer satisfaction</i> (Y) PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang. Sehingga dapat diketahui variabel <i>service excellence</i> (X1) dan variabel <i>service recovery</i> (X2) dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh dominan terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (Y) di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang adalah variabel <i>Service Recovery</i> (X2) yang memiliki koefisiensi regresi paling besar.</p>	<p>Persamaanya menggunakan variabel <i>service excellence</i>. dan <i>service recovery</i>.</p> <p>Perbedaanya adalah skripsi penelitaian ini dengan metode penelitian yang berbeda yaitu kuantitatif. dan objek penelitian yang berbeda.</p>

Sumber: Data Sekunder



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut (Kotler, 2008) adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli atau konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang loyal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan Tjiptono, (2001). Sehingga definisi kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen Tjiptono, (2007). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atau pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut Lewis & Booms Tjiptono dan Chandra, (2005) kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Layanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sudah terjadinya transaksi. Pada umumnya layanan yang berkualitas tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan dan pelayanan secara nyata yang diterima anggota. Apabila pelayanan yang dirasakan atau diterima sesuai dengan apa yang diharapkan, kualitas pelayanan dapat diasumsikan baik atau memuaskan. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang dirasakan atau diterima tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, kualitas pelayanan diasumsikan buruk atau tidak memuaskan. Untuk dapat menilai bagaimana mutu pelayanan publik yang diberikan oleh aparat birokrasi, sekiranya perlu adanya kriteria dimensi yang menunjukkan suatu pelayanan publik yang diberikan itu dapat dikatakan baik atau buruk. Ukuran kualitas layanan tidak hanya ditentukan oleh penyedia layanan saja akan tetapi justru lebih banyak ditentukan oleh para pengguna layanan, dalam hal ini adalah masyarakat. Menurut Zeithaml & Berry (1988:46) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: *Tangible, Reliability Responsiveness, Assurance, and Empathy* (Dahlan, 2023).

1. Bukti fisik (*Tangible*)

Bukti fisik merupakan suatu *service* yang bisa dilihat, bisa dicium dan bisa diraba, maka aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. *Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan.

2. Keandalan (*Reliability*)

Reliability merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan dan penanganan keluhan pelanggan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain

5. Empati (*Empathy*)

Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan atau kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*access*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan (Lubis, 2017).

B. *Service Excellence*

Service excellence adalah kepedulian perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan pelanggannya, agar mereka selalu loyal terhadap perusahaan tersebut. *service excellence* berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan pihak pelanggannya (konsumen). Selain memberikan kepuasan kepada konsumen, *service excellence* bertujuan memberi kepercayaan bagi konsumen, menjaga konsumen merasa diperhatikan akan kebutuhan dan keinginannya, serta menjaga dan menumbuhkan loyalitas konsumen (Simamora J. M., 2021).

Service excellence adalah sebuah konsep yang menggambarkan ada komitmen penyedia jasa untuk mempersembahkan kualitas pelayanan terbaik yang sesuai (atau bahkan lebih dari) harapan pengguna jasa. Dalam prinsip mengedepankan sikap mengutamakan penerima layanan (Rahrjo, 2021).

Menurut Barata upaya memberikan layanan terbaik ini dapat diwujudkan apabila kita dapat menonjolkan konsep A6 dasar pelayanan prima (*service excellence*) yaitu Kemampuan (*Ability*), Sikap (*Attitude*), Penampilan (*Appearance*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Tanggung Jawab (*Accountability*) (Barata, 2003).

1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan (*Ability*) Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan khusus yang mutlak diperlukan untuk mendukung program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan bekerja, melakukan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan hubungan masyarakat sebagai alat untuk membina hubungan di dalam dan di luar organisasi atau masyarakat. Sebagai karyawan dari perusahaan *property*, tentunya harus memiliki pengetahuan tentang produk yang sedang dipasarkan. Seperti contohnya divisi sales *marketing* yang wajib mengetahui diluar kepala terkait berbagai macam product yang dipasarkan juga dengan benefit yang akan didapat. Sebagai seorang sales, kemampuan komunikasi sangat diperlukan karena setiap harinya tim sales akan bertemu dengan orang-orang baru yang tentunya dari setiap orang memiliki karakter yang berbeda. Untuk itu tim sales perlu menajamkan *skill* komunikasinya agar konsumen mudah mengerti dengan apa yang dijelaskan serta ditawarkan oleh perusahaan.

2. Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah perilaku yang perlu dikelola ketika berhadapan dengan pelanggan. Sikap dapat berupa perilaku yang santun dan rukun, berpikiran positif, sikap berakal dan logis serta memiliki empati.

Dalam melayani pelanggan, karyawan tentunya harus memiliki sikap atau *attitude* yang baik kepada calon konsumen maupun konsumen yang datang. Contohnya seperti petugas *Customer Service* ketika konsumen datang petugas *Customer Service* harus segera menyapa dengan ramah tamah, sebutkan nama konsumen jika sudah pernah kenal sebelumnya. Namun jika belum petugas *Customer Service* dapat menyapa konsumen dengan sebutan Bapak/Ibu, Selamat Pagi/Siang/Sore, apakah yang dapat kami bantu?.

3. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan (*Appearance*) adalah penampilan seseorang baik yang bersifat fisik saja maupun fisik atau non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain. Dalam dunia kerja penampilan perlu diperhatikan, bagi saya dengan berpakaian yang baik ketika bekerja akan memunculkan rasa percaya diri. Baiknya jika bekerja menggunakan pakaian yang sopan dan formal seperti kemeja/blouse, blazer, rok/celana kerja, ataupun dress formal. Saat memilih pakaian usahakan tidak menggunakan warna yang mencolok berlebihan.

4. Perhatian (*Attention*)

Perhatian (*Attention*) ialah kepedulian penuh kepada pelanggan baik dalam mempertimbangkan kebutuhan serta keinginan pelanggan, memahami kritik dan saran, mendengarkan dan memahami dengan sungguh-sungguh kebutuhan pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku pelanggan dan memberikan perhatian penuh kepada pelanggan. Memberi perhatian kepada konsumen sangat diperlukan, karena hal tersebut merupakan bentuk kepedulian perusahaan kepada konsumen. Seperti contohnya saat hari-hari besar atau hari Raya memberikan bentuk perhatian kepada konsumennya dengan cara membagikan gift souvenir kepada konsumen yang merayakan hari-hari besar keagamaan. Tidak hanya saat hari besar saja, ketika konsumen ada yang berulang tahun management akan memberikan hadiah kecil sebagai bentuk

ucapan kepada konsumen. Memberi perhatian tidak hanya berupa barang materil saja, petugas seperti divisi Sales Marketing selalu menjaga komunikasinya dengan konsumen. Konsumen akan selalu diberikan informasi terupdate mengenai perkembangan BMT Bina Insan Sejahtera sehingga konsumen tau sejauh mana progress BMT.

5. Tindakan (*Action*)

Tindakan (*Action*) adalah berbagai aktivitas aktual yang harus dilakukan saat melayani pelanggan, antara lain seperti mencatat setiap pesanan pelanggan, mencatat kebutuhan pelanggan, mengetahui kebutuhan pelanggan, memenuhi kebutuhan pelanggan, dan mengungkapkan rasa terima kasih dengan harapan pelanggan akan datang kembali. Saat konsumen membutuhkan sesuatu terkait informasi, hendaknya petugas yang menerima informasi segera membantu untuk memberikan informasi/solusi terkait kebutuhan konsumen. Tindakan yang cepat, akan membuat konsumen merasa terbantu dan diperhatikan untuk memecahkan permasalahannya.

6. Tanggung Jawab (*Accountability*).

Tanggung Jawab (*Accountability*) Tanggung Jawab (*Accountability*) adalah suatu sikap sikap bias terhadap pelanggan yang mewakili beberapa bentuk kepedulian untuk menghindari atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan. Pendapat lain menyebutkan bahwa konsep pribadi pelayanan prima meliputi unsur-unsur kepribadian, penampilan, perilaku, komunikasi, pengetahuan, dan penyampaian. Sebagai manusia kita harus memiliki sikap tanggung jawab, tidak hanya saat bekerja saja namun sikap bertanggung jawab harus diimplementasikan pada kesehariannya. Contoh sikap tanggung jawab kepada konsumen ialah jika konsumen memiliki komplain terhadap produk, maka kita perlu mendengarkan (Rahmaniar, 2023).

C. Service Recovery

Zeithaml and Bitner (2000) mendefinisikan pemulihan jasa sebagai tindakan-tindakan khusus yang perlu dilakukan untuk meyakinkan

pelanggan sehingga mereka dapat menerima dengan tingkat alasan tertentu atas kegagalan jasa atau selama proses penyampaian jasa secara normal terjadi gangguan/kekacauan. Pemulihan layanan berkaitan dengan proses mengatasi kegagalan layanan, lebih khusus, pemulihan layanan dapat dianggap sebagai perhatian pada penanganan keluhan yang produktif dan mencakup semua tindakan yang diambil oleh penyedia layanan untuk mencoba menyelesaikan masalah yang dimiliki pelanggan dengan perusahaan mereka.

Tax and Brown (1998) mengemukakan bahwa pemulihan jasa dipersepsikan oleh pelanggan dalam tiga bentuk tindakan dan perlakuan yang adil dalam hal hasil yang adil, prosedur yang adil dan interaksi yang adil. Pendapat senada dikemukakan Schoefer and Ennew (2003) menggunakan kerangka keadilan yang dipersepsikan untuk memeriksa keluhan kepada operator tur perjalanan wisata dan menemukan bukti untuk ketiga dimensi persepsi keadilan yang berdampak pada evaluasi konsumen tentang cara penanganan keluhan dan pemulihan layanan. Hasil pengaduan (keadilan distributif) jelas penting, begitu pula sistem untuk menangani pengaduan (keadilan prosedural) dan perilaku staf (keadilan interaksional). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pemulihan layanan adalah "serangkaian tindakan responsif yang dilakukan penyedia layanan sebagai pengakuan atas kegagalan layanan yang telah disampaikan dengan tujuan memperbaiki keadaan, meminimalisir kesalahan yang sama terjadi, menjaga reputasi perusahaan dan retensi pelanggan."

Kegagalan layanan memiliki potensi untuk memiliki dampak negatif yang signifikan pada organisasi. Dalam pariwisata, kata-kata negatif dari mulut ke mulut pelanggan perlu menjadi perhatian khusus karena pentingnya rekomendasi pribadi. Pemulihan layanan yang efektif dapat menangkal banyak hasil negatif yang terkait dengan kegagalan layanan dan memang beberapa peneliti telah menunjukkan adanya apa yang disebut paradoks pemulihan layanan (*service recovery paradox*) yang menunjukkan bahwa pemulihan layanan yang sangat baik dapat mengarah

pada tingkat kepuasan kumulatif yang lebih tinggi daripada yang ada sebelum kegagalan layanan (Bafadhal, 2022). Menurut Robbins, pemulihan layanan keadilan organisasional menjadi tiga, yaitu keadilan distributif, keadilan prosedural, dan keadilan interaksional:

1. *Distributive Justice*

Distributive justice merupakan hal yang berkaitan dengan hasil tindakan perusahaan untuk melakukan pemulihan pelayanan dengan memberikan kompensasi. Keadilan distributif pada umumnya ditangani dengan hasil yang diberikan kepada konsumen selama pemulihan pelayanan, yang meliputi imbalan berupa uang seperti pengembalian dana atas kegagalan pelayanan yang dialami, potongan harga, kupon dan bebas biaya, serta pemasangan dan substitusi barang.

2. *Procedural Justice*

Procedural justice mengacu berdasarkan lima elemen yang dibuat oleh perusahaan pada saat terjadinya kegagalan pelayanan yaitu pengendalian proses, pengendalian keputusan, aksesibilitas, waktu dan kecepatan, dan fleksibilitas. Keadilan procedural mengacu pada keadilan yang dirasakan oleh konsumen seperti kebijakan, prosedural, dan kriteria yang digunakan oleh pengambil keputusan untuk pemulihan layanan yang berarti persepsi konsumen tentang keadilan untuk beberapa tahapan prosedur dan proses yang dilakukan untuk memulihkan kegagalan pelayanan. *Procedural justice* juga merupakan persepsi konsumen dari proses yang sistematis dan tepat di perusahaan dalam memecahkan masalah layanan atau mengelola keluhan konsumen, dan hal tersebut termasuk kedalam kebijakan dan disiplin perusahaan termasuk ketepatan waktu, ketepatan pendekatan, fleksibilitas, prosedur, kontrol hasil, kebijakan yang tepat, dan juga pelaksanaan metode yang tepat untuk isi spesifik *procedural justice* dalam pemulihan pelayanan.

3. *Interactional Justice*

Interactional justice dalam pemulihan pelayanan berkaitan dengan cara perusahaan menangani konsumen yang mengalami kegagalan pelayanan, hal tersebut dapat mengevaluasi pengalaman penanganan dan tanggapan dari perusahaan menangani keluhan dan komplain konsumen selama proses pemulihan pelayanan. Terdapat cara tertentu yang disarankan untuk *interactional justice* dalam pemulihan layanan yaitu sopan santun, rasa hormat, tertarik, mendengarkan dengan hati-hati, usaha, percaya, penjelasan, empati, permintaan maaf, dan komunikasi yang tepat kepada konsumen yang menyampaikan keluhan atas kegagalan pelayanan yang dialami (Pakpahan, 2022).

D. Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler (2012) kepuasan pelanggan/konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapannya. Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan bisa dikatakan memuaskan. Begitu pula dengan nasabah pada suatu bank syariah. Nasabah juga akan merasakan puas atas pelayanan yang mereka terima jika pelayanan tersebut melebihi dari pelayanan yang mereka harapkan.

Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa Perbankan. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas pelayanan kepada para nasabah adalah hal penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan. Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih

sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan nasabah. Nasabah suatu bank juga cenderung akan merasa puas apabila keuntungan yang mereka peroleh dari bertransaksi dengan produk-produk bank, melebihi atau setidaknya sama dengan apa yang mereka harapkan sebelumnya (Febriana, 2016).

Strategi untuk meningkatkan kepuasan nasabah peneliti menggunakan Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan adalah bahwa dalam proses perencanaan tersebut, suatu institusi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran kedepan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan institusi. Dengan analisa SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan.

Menurut Freddy Rangkuti (2006) penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (*strengths*) dan kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (*opportunities*) serta ancaman-ancaman (*threats*) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi. *Strengths* (kekuatan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan. *Weaknesses* (kelemahan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi.

Matriks SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) adalah ringkasan atau rumusan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) (Rengkyu, 2006).

1. *Strengths* (kekuatan)

Strengths adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

2. *Weakness* (kelemahan)

Weakness adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan

3. *Opportunities* (peluang)

Opportunities adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan-kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

4. *Threats* (ancaman)

Threats adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan (Mashuri, 2020)

Tabel 2.1 Matrik SWOT

Internal	STRENGTH-S	WEAKNESSES-W
Eksternal	Catatan kekuatan-kekuatan internal perusahaan	Catatlah kelemahan-kelemahan internal Perusahaan
OPPORTUNITIES-O	SO strategis	WO
Catatlah peluang-peluang eksternal Perusahaan	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk Memanfaatkan peluang	Strategis Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS-T	ST strategis	WT strategis
Catatlah ancaman-ancaman eksternal Perusahaan	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk Mengatasi ancaman	Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber. Jurnal Ilmiah Edunomika

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa matriks SWOT yaitu:

1. Strategi SO (*Strength and Opportunity*).

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Inilah yang merupakan strategi agresif positif yaitu menyerang penuh inisiatif dan terencana. Strategi yang memanfaatkan kekuatan agar peluang yang ada bisa dimanfaatkan. Data program atau kegiatan yang akan dilaksanakan, kapan waktunya dan dimana dilaksanakan, sehingga tujuan organisasi akan tercapai secara terencana dan terukur. Dalam strategi SO, organisasi mengejar peluang-peluang dari luar dengan mempertimbangkan kekuatan organisasi.

2. Strategi ST (*Strength and Threats*)

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman yang terdeteksi. Strategi ini dikenal dengan istilah strategi diversifikasi atau strategi perbedaan. Maksudnya, seberapa besar pun ancaman yang ada, kepanikan dan ketergesa-gesaan hanya memperburuk suasana, untuk itu bahwa organisasi yg memiliki kekuatan yang besar yang bersifat independen dan dapat digunakan sebagai senjata untuk mengatasi ancaman tersebut. Dan mengidentifikasi kekuatan dan menggunakannya untuk mengurangi ancaman dari luar.

3. Strategi WO (*Weakness and Opportunity*).

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan dalam organisasi. Dalam hal ini perlu dirancang strategi turn around yaitu strategi merubah haluan. Peluang eksternal yang besar penting untuk diraih, namun permasalahan internal atau kelemahan yang ada pada internal organisasi lebih utama untuk dicarikan solusi, sehingga capaian peluang yang besar tadi perlu diturunkan skalanya sedikit. Dalam hal ini kelemahan-kelemahan organisasi perlu diperbaiki dan dicari solusinya untuk memperoleh peluang tersebut.

4. Strategi WT (*Weakness and Threats*)

Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi WT adalah strategi yang diterapkan kedalam bentuk kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Karena dalam kondisi ini, organisasi yang sedang dalam bahaya, kelemahan menimpa kondisi internal dengan ancaman dari luar juga akan menyerang. Bila tidak mengambil strategi yang tepat, maka kondisi ini bisa berdampak buruk bagi citra dan eksistensi organisasi kedepan, Yang perlu di lakukan adalah bersama seluruh elemen organisasi merencanakan suatu kegiatan untuk mengurangi kelemahan organisasi, dan

menghindar dari ancaman eksternal (Andriyanto, 2017)

E. Landasan Teologis

1. Kualitas Pelayanan Dalam Prespektif Islam

Meskipun setiap agama mendorong munculnya sikap melayani di setiap orang, agama Islam memberi penekanan khusus tentang sikap ini. Dalam Islam, pilar sikap melayani adalah berbuat ihsan kepada orang lain. Al-Qur'an menyuruh manusia untuk berbuat ihsan kepada orang lain sebagaimana Allah telah berbuat baik kepada manusia. Dalam konteks Tafsir Kontemporer, Quraish Shihab menekankan keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi. Sikap ihsan yang menjiwai setiap aktivitas pelayanan harus dilandasi dengan ilmu kualitas pelayanan yang benar. Tanpa pengetahuan kualitas pelayanan yang benar, sikap ihsan kita tidak akan tepat sasaran. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang benar tentang bagaimana cara mempraktikkan pelayanan yang baik, seperti yang dijelaskan dalam QS. Al Imron ayat 159 yang berbunyi:

فَمَا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ لَئِنَّ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Terjemahan:

Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal (QS.Al-Imron 159)

Dalam ayat di atas dijelaskan bahwa hikmah yang dapat diambil dari ayat tersebut adalah tentang penerapan pelayanan pada bank syariah diantaranya:

1. Karyawan harus mempunyai sifat lemah lembut pada saat melayani para nasabahnya. Konsep kelembutan sangat cocok dipraktekkan pada pelayanan bank syariah, karena konsep ini telah dibuktikan oleh Rasulullah dalam dakwahnya. Inilah metode marketing handal (dakwah) yang diterapkan Rasulullah SAW yang menjadikan Madinah dan Habsyi menjadi tempat kondusif untuk umat islam, padahal yang memasukkan dakwah islam pertama kali kesana adalah para sahabat, bukan Rasulullah. Akan tetapi Para sahabat ini dibekali ilmu pelayanan oleh Rasulullah SAW sehingga menjadi da'i yang unggul.
2. Karyawan juga harus menerapkan sifat pemaaf seperti yang sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Sifat pemaaf bisa diterapkan dalam pelayanan perbankan syariah, contoh apabila ada nasabah yang melakukan comlain dan marah-marah karyawan harus memaklumi hal tersebut. Karyawan harus memiliki mental yang kuat, memiliki kesabaran yang tinggi dan memiliki sifat pemaaf untuk menghadapi para nasabahnya.
3. Bila ada permasalahan dengan nasabahnya harus diupayakan agar bisa diselesaikan dengan jalan musyawarah. Dengan adanya musyawarah pertikaian antara kedua belah pihak (pihak bank & nasabah) bisa dihindarai dan diatasi.
4. Pada akhirnya karyawan harus tawakal artinya pelayanan terhadap nasabah sudah diberikan secara maksimal oleh para karyawan terkait hasilnya hanya Allah yang menentukan. Wujud dari tawakal tersebut disamping memberikan layanan yang maksimal juga melalui do'a kepada Allah SWT (Kurniawan, 2020).

2. Kepuasan Nasabah Dalam Prespektif Islam

Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan qana'ah. Kepuasan dalam Islam (qana'ah) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniyah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang konsumen Muslim bersikap adil. Konsep kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang

melahirkan rasa syukur kepuasan pelanggan dalam Islam berarti menerima dengan ikhlas kondisi yang dialami, baik itu dalam keadaan kaya dan miskin. Kepuasan pelanggan dalam Islam mendorong pelanggan untuk bersikap adil dan mencapai keseimbangan hidupnya. Memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Sebagaimana dijelaskan dalam ayat al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَجِدُوا شِعَارَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا
الْقُلُوبَ وَالْأَيْمَانَ الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ
فَاعْصُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاَنُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ
تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا
اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Terjemahan : Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (QS. Al-Maidah: 2).

Dalam sebuah hadist dikatakan bahwa: “Orang yang menunjukkan (sesama) kepada kebaikan, ia bagaikan mengerjakannya” (HR. Muslim). Maksud hadist di atas adalah diibaratkan orang berilmu membantu orang lain dengan ilmunya, orang kaya membantu dengan kekayaannya. Dan hendaknya kaum muslimin menjadi satu tangan dalam membantu orang yang membutuhkan. Jadi, seorang mukmin setelah mengerjakan suatu amal shalih, berkewajiban membantu orang lain dengan ucapan atau tindakan yang memacu semangat orang lain untuk beramal (Nurhadi, 2018)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian adalah sebuah proses kegiatan yang bertujuan untuk mengetahui sesuatu secara teliti, kritis dalam mencari fakta-fakta dengan menggunakan langkah-langkah tertentu. Untuk mencari yang baru manusia melakukan suatu analisa dan pengamatan dan ketika analisa dan pengamatan tersebut (Fitria, 2021).

Penelitian termasuk bagian penting dari suatu pengetahuan guna memainkan peran penting dalam pembangunan ilmu pengetahuan. Bungin (2001) menguraikan, bahwa penelitian menempatkan posisi yang paling urgen di dalam ilmu pengetahuan, artinya untuk mengembangkan dan melindunginya dari kepunahan. Dalam hal ini, fungsi penelitian mempunyai kemampuan untuk meng-upgrade ilmu pengetahuan sehingga tetap up-to-date, canggih, aplikatif, dan aksiologis bagi masyarakat.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dimana di lapangan peneliti berupaya menginterpretasikan fakta yang relevan secara menyeluruh di lapangan. Biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan orang-orang di tempat penelitian. Penelitian kualitatif mengkonsumsikan realita sebagai sesuatu yang dapat dilihat dari sudut pandang yang berbeda (Mashrukin, 2014)

Penelitian kualitatif dilakukan dengan karakteristik yang mendeskripsikan fakta atau suatu keadaan yang sebenarnya, namun laporan yang dibuat harus memperhatikan interpretasi ilmiah agar bagus hasilnya. Melalui penelitian kualitatif Basrowi & Suwandi (2008: 2) menuturkan bahwa peneliti dapat mengenali subjek, merasakan apa yang dialami subjek dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian kualitatif didalamnya melibatkan peneliti sehingga akan paham mengenai konteks dengan situasi dan setting fenomena alami sesuai yang sedang diteliti. Dari setiap fenomena merupakan sesuatu yang unik, berbeda dengan yang

lainnya karena berbeda konteksnya. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami kondisi suatu konteks dengan mengarahkan pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu konteks yang alami (natural setting), tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya yang di lapangan studi (Fadli, 2021).

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BMT Bina Insan Sejahtera yang terletak di Jl. Serayu RT 02 RW 02 Desa Karangmangu Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap waktu pelaksanaannya Oktober 2022-Selesai.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Menurut Amirin subjek penelitian merupakan seseorang atau sesuatu yang mengendainya ingin diperoleh keterangan atau orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi dan situasi kondisi latar penelitian. Bisa di sebut juga orang yang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan (Lutfiyah, 2017). Subjek pada penelitian ini adalah Karyawan BMT Bina Insan Sejahtera dan Nasabah Bina Insan Sejahtera.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang dapat menjawab maupun menjelaskan tentang suatu keadaan sesungguhnya dari objek tersebut sehingga dapat menggambarkan tujuan dari suatu penelitian (Andrew, 2021). Adapun penelitian ini berfokus pada Service Excellence dan Service Recovery dimana peneliti menganalisis penerapannya di BMT Bina Insan Sejahtera guna meningkatkan kepuasan nasabah.

D. Sumber Data

Menurut Hermawan, (2005) data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini menggunakan dua jenis yaitu data primer dan data sekunder, yaitu:

a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari hasil observasi dan wawancara kepada karyawan dan nasabah BMT Bina Insan Sejahtera untuk memperoleh informasi terkait penerapan *service excellence* dan *service recovery* untuk meningkatkan kepuasan nasabah BMT Bina Insan Sejahtera.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan struktur dan historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet websites, perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan (Amruddin, 2022)

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh seorang peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu kegiatan penelitian. Penelitian yang menggunakan metode kualitatif akan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka. Teknik wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung bertatap muka (*face to face*) dengan

sumber data (*responden*). Wawancara langsung adalah tanya jawab langsung dengan orang yang menjadi satuan pengamatan yang dilakukan tanpa perantara. Responden sebagai sumber data, sedangkan wawancara tidak langsung dilakukan terhadap orang yang diminta keterangan tentang orang lain. Maksud mengadakan wawancara, seperti ditegaskan oleh Lincoln dan Guba (1985:266), antara lain: mengkonstruks mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan; merekonstruks kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami mass lalu; memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang diharapkan untuk dialami pada masa yang akan datang memverifikasi, mengubah, dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain (Moleong, 2014)

b. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi adalah pengamatan yang dilakukan dengan sengaja dan sistematis terhadap aktivitas individu atau objek penelitian yang sedang diselidiki atau diteliti. Peneliti mencatat dan merekam seluruh kegiatan yang berhubungan dengan topik penelitian terstruktur maupun semi struktur. Dalam observasi secara langsung, peneliti berlaku sebagai pengamat yang melakukan pengamatan terhadap gejala atau proses yang terjadi di dalam situasi yang sebenarnya serta ikut melaksanakan proses kegiatan yang berlangsung di lokasi penelitian. Observasi ini dilakukan dengan mengamati dan mencatat langsung kegiatan - kegiatan yang ada di lokasi penelitian tersebut (Marisi dkk, 2022).

c. Dokumentasi

Dokumentasi berarti proses pengumpulan data yang dilakukan dengan mencatat data (Informasi) yang sudah ada. Data dokumen bisa literatur, buku harian, majalah, notulen rapat, video, foto dan lain sebagainya. Dalam penelitian kualitatif teknik pengumpulan data yang

utama karena pembuktian hipotesisnya yang diajukan secara logis dan rasional (Abdillah, 2021)

F. Teknik Analisis Data

Menurut Miles and Huberman analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing* atau *verification*,

a. Data Collection (Pengumpulan Data)

Data Collection atau Pengumpulan Data Kegiatan utama pada setiap penelitian adalah mengumpulkan data. Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan sehari-hari, mungkin berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh akan banyak. Pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial/obyek yang diteliti, semua yang dilihat dan di dengar direkam semua. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi

b. Data Reduction (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu

segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

c. *Data Display* (Penyajian Data)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam sejenis bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles and Huberman (1984) menyatakan "*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative tex*". Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

d. *Conclusion Drawing / Verification*

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan (Sugiyono, 2020)

G. Uji Keabsahan Data

Data penelitian yang telah diperoleh peneliti melalui kegiatan pengumpulan data tidak diterima begitu saja. Peneliti harus mengujinya dan memastikan keabsahan data yang didapatinya sehingga temuan-temuan penelitiannya dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data penelitian. Menurut Moleong, "triangulasi adalah teknik pemeriksaan

keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu". Sedangkan menurut Sugiyono, "triangulasi dalam pengujian kredibilitas data ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu" (Bachtisr, 2021). Triangulasi yang digunakan peneliti yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik menurut sugiyono:

a. Triangulasi Sumber

Menurut Sugiyono menjelaskan bahwa triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sebagai contoh, untuk menguji kredibilitas data tentang kualitas pelayanan, maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dapat dilakukan ke karyawan yang memberi pelayanan, konsumen yang mendapat pelayanan, dan supervisor. Data dari ke tiga sumber tersebut, tidak bisa di rata-ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif. tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Dengan hal tersebut, mengarahkan peneliti untuk menemukan data dari sumber yang berbeda agar data yang diperoleh lebih relevan karena diperoleh dari sumber yang beragam. Untuk itu peneliti menggunakan teknik wawancara dengan manajer pusat, beberapa karyawan dan nasabah di BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik yaitu triangulasi yang digunakan untuk memperoleh data yang sejenis dengan teknik yang berbeda. Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang

berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda (Sugiyono, Metode penelitian komunikasi, 2021) Dalam hal ini, triangulasi teknik yang digunakan yakni dengan teknik wawancara, observasi, dan analisis data di BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap.

Peneliti dalam melakukan uji keabsahan data dimulai dengan mengumpulkan data melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian dirangkum menjadi pokok-pokok yang penting dan akhirnya dapat ditarik kesimpulan mendalam mengenai penerapan Service Excellence dan Servis recovery untuk meningkatkan kepuasan nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap

BMT Bina Insan Sejahtera berdiri sejak tahun 2015 sebelumnya masih koperasi dengan melalui proses perjuangan sangat panjang untuk mendirikan koperasi sebagai bentuk pembangunan masyarakat agar dapat terbantu dan mendisiplinkan masyarakat agar rajin menabung. Dulu awal namanya “Koperasi Serba Usaha Bina Insan Sejahtera” sekarang sudah “BMT Bina Insan Sejahtera”. Bina artinya membangun insan artinya manusia untuk pemberdayaan mencapai titik kesejahteraan Grafik setiap tahunnya nasabah terus bertambah. Produk unggulan BMT Bina Insan Sejahtera yaitu produk simpanan menuju sejahtera digandrungi masyarakat, Kroya, Binangun, Nusawungu dan Adipala. Nasabah datang dengan kebutuhan berbeda-beda, ada yang kondisional datang ke BMT atau setoran menabung yang membutuhkan pelayanan secara khusus ke pasar ke tempat usaha. BMT Bina Insan Sejahtera terletak di lingkungan yang mayoritas masyarakatnya adalah pelaku usaha UMKM. BMT Bina Insan Sejahtera ini hadir sebagai salah satu solusi untuk mengatasi masalah ekonomi para pelaku UMKM tersebut tanpa memberatkan salah satu pihak, melalui Dinas Koperasi dan resmialah terbentuk Koperasi dengan Nama KSU (Koperasi Serba Usaha Bina Insan Sejahtera) dengan SK Dari kementrian koperasi sebagai berikut:

No : 372/BH/XIV 7/506/4.1/20/2015
Nama : Koperasi Serba Usaha Bina Insan Sejahtera
Berdasarkan Akta : Nomor 8, tanggal 10 April 2015, Dibuat Oleh Notaris Sumardi SH bekedudukan di Cilacap
Alamat : Jalan Serayu No 94 Desa Karaamngu Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap.

2. Visi Misi

a. Visi

”Mensejahterakan Ekonomi Pengurus dan Anggota”

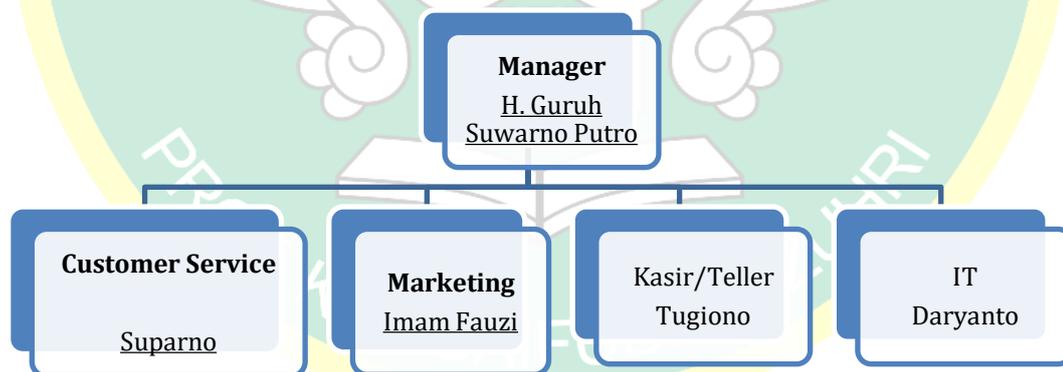
b. Misi

- 1) Peningkatan Sumber Daya Manusia
- 2) Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat
- 3) Mewujudkan Lembaga Keuangan yang Syariah, Mandiri, Amanah dan Sejahtera.

3. Struktur Organisasi

1. Manager : H. Guruh Suwarno Putro
2. Customer Service : Suparno
3. Marketing : Imam Fauzi
4. Kasir atau Teller : Tugino
5. IT : Daryanto

*Struktur Organisasi
Gambar 4.1*



a. Manager

Fungsi utama melakukan pengawasan, pemeriksaan, pengarahan dan pengembangan sistem/control atas kegiatan-kegiatan bidang operasional, kredit dan dana serta administrasinya sesuai

yang telah ditetapkan manajemen serta memberikan saran-saran perbaikan ke manajemen guna tertib dan lancarnya perusahaan.

b. *Customer Service*

Tugas pokok *customer service* yaitu memberikan informasi produk dan layanan kepada nasabah, serta melakukan transaksi operasional sesuai dengan kewenangannya dan sesuai dengan hukum dan standar yang telah ditetapkan, memiliki pemahaman yang menyeluruh mengenai layanan dan barang yang relevan dengan operasi layanan nasabah, memberikan layanan nasabah yang prima dengan membantu nasabah dalam membuka dan menutup rekening serta menyelesaikan aktivitas lainnya sesuai dengan kebijakan dan SLA yang telah ditetapkan (Pelaksanaan Fungsi Layanan Profesional). dan juga memproses transaksi pembukaan dan penutupan rekening, serta transaksi lainnya yang dilakukan oleh nasabah di *Customer Service*, dengan benar, sopan santun, dan ramah secara berkala sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya, bertindak sebagai narasumber atas layanan operasional dan produk bank.

c. Kasir atau Teller

Kasir atau teller adalah unit bagian kerja operasional, posisi kasir atau teller berada dibawah manager. Jabatan teller yaitu merencanakan dan melaksanakan seluruh transaksi yang sifatnya tunai, Mengelola fisik kas dan terjaganya keamanan kas., Terselainya laporan kas harian, Tersedianya laporan arus kas penarikan tabungan.

d. *Marketing*

Marketing atau staf pemasaran merupakan unit kerja bagian pemasaran, posisi dalam organisasi dibawah manager. Melayani pengajuan pembiayaan, melakukan analisis kelayakan serta memberikan rekomendasi atas pengajuan pembiayaan sesuai dengan hal analisis yang telah, Melayani permohonan penyimpanan dana (tabungan dan deposito) dengan bekerjasama dengan bagian layanan

mitra usaha, dan Melakukan sosialisasi seluruh produk BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap dan melakukan upaya kerjasama dengan pihak atau lembaga lainnya.

e. IT

Pekerja dalam bidang IT memiliki tugas seperti merancang, mengimplementasikan, mendokumentasikan juga secara berkala melakukan update untuk solusi teknologi informasi yang ada (Fauzi,2023).

4. Produk-Produk

a) Produk Simpanan

1) Simpanan Wadiah

Simpanan wadiah adalah tabungan yang diperuntukan kepada perorangan maupun non perorangan yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si pemilik menghendaki pemilik dana tidak berhak menuntut hasil apapun dari BMT. BMT hanya memberikan bonus kepada pemilik dana.

2) Simpanan Pelajar

Simpanan pelajar merupakan simpanan yang diperuntukan bagi anda para pelajar yang akan mempersiapkan dana untuk melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi.

3) Simpanan Haji

Simpanan Haji/Umroh merupakan simpanan yang ditujukan untuk ibadah Haji/Umroh.

4) Simpanan Persiapan Qurban

Simpanan Qurban merupakan simpanan yang ditujukan untuk ibadah penyembelihan Qurban. Bisa peroranga maupun kelompok majlis ta'lim. Simpanan ini hanya bisa diambil pada saat menjelang hari Raya Idul Adha (Suparno, 2023).

b) Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan Mudharabah (bagi hasil) Pembiayaan mudharabah merupakan akad kerjasama atau perniagaan antara

pihak pemilik dana (shahibul maal) sebagai pihak yang menyediakan modal dana sebesar 100% dengan pihak pengelola modal (mudharib), untuk usaha dengan porsi keuntungan akan dibagi bersama (nisbah) sesuai dengan kesepakatan dimuka dari kedua belah pihak (Suparno 2023).

B. Penerapan *Service Excellence* dan *Service Recovery* BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap

1. *Service Excellence* di BMT Bina Insan Sejahtera

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan meliputi kemampuan kerja di bidang kerja yang ditekuni yang dibutuhkan untuk menunjang program layanan prima (*excellent service*). Seperti yang diungkapkan bapak Suparno selaku customer service BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Saya berusaha memenuhi kebutuhan nasabah semampu saya, sudah berusaha menjelaskan apa yang dibutuhkan nasabah, kami berbicara dengan nasabah selalu memberikan peluang untuk mereka bercerita atau kadang malah ada yang curhat mba tentang permasalahan yang nasabah hadapi kami pun memberi solusi semampu kami”.

Hal itu juga diungkapkan oleh bapak Tasum selaku nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Pelayanannya ramah, sabar ngehadapin saya mbak yang orangnya nggak mudengan maklum faktor usia, tetapi mereka dengan sabar menjelaskan sampai saya paham”.

Diungkapkan juga oleh Bapak Mustolih selaku nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Sudah baik kadang saya ngomong bahasa Jawa aja mbak tapi pak suparno nggeh bisa menyesuaikan kadang bahasa Indonesia saya susah mbak jadi kalau berkomunikasi kesannya santai tapi pak suparno selalu bisa menyesuaikan”.

Pendapat lain diungkapkan oleh Bapak Supremo selaku nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Untuk pelayanannya kadang sering gak kedengeran apa ya mba karena dekat banget dengan jalan banyak kendaraan lalu lalang kadang suara bapaknya gak kedengeran atau kurang jelas dalam menjelaskan”.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kemampuan BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap dalam menangani nasabah sudah mampu menyesuaikan kebutuhan nasabah yang dibutuhkan bisa berbahasa dengan baik agar nasabah paham atas apa yang mereka sampaikan, memberikan kesempatan kepada nasabah untuk bercerita atau siap menjadi pendengar yang baik, mampu menghadapi nasabah dengan sabar di kalangan usia nasabah yang sudah tua tetapi juga masih ada kekurangannya suara yang tidak terlalu keras menyebabkan tidak kedengaran oleh nasabah disamping itu kantor dekat dengan jalan raya.

b. Sikap

Dalam suatu perusahaan adanya seorang karyawan yang harus mempunyai perilaku sopan, baik, dan ramah terhadap para anggotanya karena dengan demikian para anggota yang datang ke kantor dapat merasakan kesenangan bisa dilayani dengan baik. Seperti hal yang diungkapkan oleh Bapak Suparno selaku customer service BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Kami sudah memberikan sikap pelayanan yang terbaik selalu memberikan 3S (salam, senyum, sapa) setiap ada nasabah yang datang, menghadapi orang yang sifatnya berbeda beda walaupun nasabah yang salah kami yang minta maaf. Kadang ada nasabah yang berbicara dan bertingkah di luar batas sopan santun sehingga membuat kesal ngrundel mbak tapi harus menahan emosi dan dengarkan apa yang hendak nasabah sampaikan. Coba bayangkan, jika saya membalas dengan kemarahan juga, tentu keadaan semakin memburuk menimbulkan keributan”.

Hal serupa diungkapkan selaku Bapak Ahmad Sidik nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Pelayanan ramah sekali mbak saya masih didepan sudah disambut dengan candaan bapak suparno soalnya sudah biasa bercanda agar terjalin rasa kekeluargaan.”

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kemampuan BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap dalam bersikap sudah cukup baik memberikan pelayanan terbaik 3S (salam, senyum, sapa), mampu bersikap tenang menghadapi nasabah

yang berbeda beda sifatnya tidak dibalas kemarahan tetapi mendengarkan apa yang disampaikan nasabah

c. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan merupakan hal yang sangat penting dalam melayani para anggota. Karena dengan penampilan yang baik dan menarik dapat memberikan kesan yang baik juga untuk perusahaan tersebut. Seperti hal yang diungkapkan Bapak Guruh Manajer BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Kami sudah menggunakan SOP yang berlaku untuk berpenampilan bersih, rapih , sopan dan wangi itu juga sebuah bentuk kewajiban bagi kami agar nasabah merasa senang melihat kami agar mereka loyal dan berkunjung kembali. Bmt kita setiap harinya ada seragam yang wajib digunakan agar selaras dan enak dipandang.”

Hal serupa diungkapkan oleh Bapak Gunarto selaku nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Rapih sopan mbak disini pegawainya bapak bapak semua apalagi ditambah pegawai cewek jadi saya pasti sering kesini”.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwakemampuan BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap dalam berpenampilan sudah sesuai SOP yang berlaku bersih, rapi, wangi, juga mengenakan seragam yang selaras agar enak dipandang.

d. Perhatian (*Attention*)

Perhatian (*Attention*) Kepedulian penuh terhadap pelanggan, yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, maupun memahami saran dan kritiknya. Seperti hal yang diungkapkan Bapak Suparno selaku customer service BMT Bina Insan Sejahhtera Kroya Cilacap:

“Saya selalu memberikan kontak mata ke nasabah agar nasabah merasa didengarkan dan merasa dihargai, ketika melayani saya bertanya dulu minat nasabah maunya seperti apa agar nasabah tepat memilih produk yang diinginkannya.”

Hal serupa diungkapkan oleh Bapak Rehan selaku nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Saya pernah kemarin mau menabung tapi saya gak ada kendaraan saya chat pak fauzi langsung datang ke rumah, jadi saya ga perlu repot repot datang ke kantor.”

Pendapat lain diungkapkan Ibu Siti NA selaku nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:



Gambar 4.2

“Untuk fasilitas parkir mohon untuk diluaskan ya mbak kadang saya kesusahan parkirnya soalnya mepet banget jalan raya”,

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan BMT Bina Insan Sejahtera dalam konsep Perhatian kepada nasabah sudah cukup bagus memberikan kontak mata agar nasabah merasa dihargai didengarkan, dalam melayani bertanya kepada nasabah minatnya produk apa agar tepat sasaran namun ada nasabah juga yang mengeluh kesusahan parkir terlalu sempit dan dekat jalan raya.

e. Tindakan (*Action*)

Tindakan merupakan berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Seperti hal yang diungkapkan . Seperti hal yang diungkapkan Bapak Suparno selaku customer service BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Kami selalu memberikan pelayanan yang sesuai kebutuhan nasabah dari nasabah masuk ke kantor sampai pulang terselesaikan apa kebutuhan nasabah itu, ketika ada karyawan yang sakit kami siap sedia membantu nasabah dengan menggantikan posisi teman

kita yang sedang sakit, kita rela kerja double agar nasabah tetap mendapatkan pelayanan terbaik”

Pendapat lain diungkapkan oleh Bapak Arif Sugiono selaku nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Kemarin pernah mba saya butuh dana darurat istri masuk ke rumah sakit kebetulan saya nggak bisa ke kantor saya chat wa pak fauzi langsung dianterin ke rumah sakit saat itu juga pokoknya cepat tanggap.”

Dari data wawancara diatas dapat disimpulkan BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap mampu memberikan tenaga kinerja yang cepat tanggap, serta mampu memprioritaskan nasabah.

f. *Tanggung Jawab (Accountability)*

Tanggung jawab ialah sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai bentuk kepedulian, untuk meminimalkan ketidakpuasan pelanggan. Seperti hal yang diungkapkan Bapak Ahmad Fauzi selaku marketing BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Kami selaku karyawan selalu berusaha memenuhi kebutuhan anggota semampu kami, dari awal nasabah datang sampai pulang dengan rasa kepuasan setelah keinginan mereka terpenuhi sudah menjadi tanggung jawab kami, Selalu memprioritaskan nasabah walaupun kadang ada nasabah yang datang mepet jam istirahat ya saya layani karena mereka sudah datang jauh jauh masa saya suruh pulang”

Pendapat lain diungkapkan oleh Bapak Suparman selaku nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Kebetulan saya kades di desa ini saya sudah menjadi nasabah BMT Bina Insan Sejahtera selama 5 tahun saya sudah sangat percaya, karyawannya amanah dan jujur ketika saya butuh pun mereka siap.”

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan tanggung jawab BMT Bina Insan Sejahtera sudah sangat bekerja dengan baik sampai nasabah pun loyal dan bertahan bertahun tahun karena karyawan yang amanah dan jujur, juga rela berkorban walaupun jam istirahat masih melayani nasabah karena prioritas nasabah lebih penting.

2. *Service Recovery* di BMT Bina Insan Sejahtera

a. *Distributive justice*

Distributive justice merupakan hal yang berkaitan dengan hasil tindakan perusahaan untuk melakukan pemulihan pelayanan dengan memberikan kompensasi. Keadilan distributif pada umumnya ditangani dengan hasil yang diberikan kepada konsumen selama pemulihan pelayanan. Seperti yang diungkapkan bapak Suparno selaku Customer Service BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Kemarin waktu lebaran rame banget penukaran uang baru ya mbak, ada salah satu nasabah menukar tapi uangnya kelebihan saya transfer balik untuk pengembalian dana yang lebih, penukaran uang tidak ada biaya admin nya jadi sesuai dengan permintaan nasabah karena niat kita membantu kebutuhan nasabah.”

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa BMT Bina Insan Sejahtera memberikan pelayanan yang amanah sesuai kebutuhan nasabah serta pengembalian dana atas kekeliruan karyawan.

b. *Procedural Justice*

Keadilan procedural mengacu pada keadilan yang dirasakan oleh konsumen seperti kebijakan, prosedural, dan kriteria yang digunakan oleh pengambil keputusan untuk pemulihan layanan yang berarti persepsi konsumen tentang keadilan untuk beberapa tahapan prosedur dan proses yang dilakukan untuk memulihkan kegagalan pelayanan. Procedural justice juga merupakan persepsi konsumen dari proses yang sistematis dan tepat di perusahaan dalam memecahkan masalah layanan atau mengelola keluhan konsumen. Seperti hal yang diungkapkan Bapak Ahmad Fauzi selaku marketing BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Saya sebagai karyawan selalu menerima masukan atau komplain nasabah jadi kami memberi ruang untuk nasabah berbicara atas ketidakpuasannya. Ada yang kemarin komplain loh koh sih A dikasih pembiayaan saya kok tidak bisa, bukan kami tidak memfasilitasi tetapi kita harus mengecek dulu nasabah tersebut

apakah BI checkingnya sudah aman atau banyak tanggungan dimana dimana, jadi kita tetap mengikuti prosedur yang berlaku agar semuanya nyaman dan aman.”

Hal Serupa diungkapkan oleh Bapak Guruh Selaku Manajer BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Terkadang permintaan nasabah nominal pembiayaan besar kami secara kas belum memadai”.

Diungkapkan juga oleh Bapak Rayon nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Untuk pelayanan Bmt secara teknis cepat tanggap ya mbak saya biasanya whatsapp saja nanti karyawan datang kerumah.”

Hal itupun juga diungkapkan oleh Ibu Nur Hasanah nasabah BMT Bina Insan Sejahtera:

“Disini saya kalau mau komplain / keluhan bingung mba gak kayak di bank bank. saran aja sih di meja setiap hari kunjungan nasabah diberikan kertas saran/keluhan jadi saya juga enak.”

Dari data wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap sudah mampu mengemban tanggung jawab mengikuti prosedur yang berlaku, mampu mengatasi setiap keluhan dengan cepat, serta mampu mempertimbangkan pula situasi individual serta masukan dari nasabah untuk progres kedepannya agar lebih baik lagi.

c. *Interactional justice*

Interactional justice dalam pemulihan pelayanan berkaitan dengan cara perusahaan menangani konsumen yang mengalami kegagalan pelayanan, hal tersebut dapat mengevaluasi pengalaman penanganan dan tanggapan dari perusahaan menangani keluhan dan komplain konsumen selama proses pemulihan pelayanan. Seperti yang diungkapkan Bapak Suparno selaku Customer service BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Saya sebagai customer service yang sering banget berhadapan dengan nasabah saya sudah sangat bertindak sopan dan hati hati mbak. Terkadang mood nasabah tidak beraturan ya tetapi saya menerapkan ibaratnya “pembeli adalah raja” walaupun mereka salah ya saya yang minta maaf. Resiko mba dengan

pekerjaan yang harus senyum setiap hari walaupun di otak kadang lagi kacau banyak masalah tetapi saya harus profesional.”

Hal serupa diungkapkan oleh Bapak Misyanto nasabah BMT

Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Cs nya ramah banget mbak mengayomi nasabah, saya kalau kesini dibikin teh sama beliau jadi saya kasih bintang 100 top.”

Pendapat lain diungkapkan oleh Ibu Sutirah nasabah BMT

Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Untuk pelayanannya kadang sering gak kedengeran apa ya mba karena dekat banget dengan jalan banyak kendaraan lalu lalang kadang suara bapaknya gak kedengeran atau kurang jelas dalam menjelaskan”.

Dari data wawancara diatas BMT Bina Insan Sejahtera sudah memberikan pelayanan terbaik sopan, ramah, mampu menghadapi mood nasabah yang berubah ubah, mangayomi nasabah dengan kekeluargaan tetapi masih kurang komunikasi antara nasabah dan karyawan sehingga terjadi kesalahpahaman.

C. Strategi Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap

Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa Perbankan. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas pelayanan kepada para nasabah adalah hal penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan. Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan nasabah. Nasabah suatu bank juga cenderung akan merasa puas apabila

keuntungan yang mereka peroleh dari bertransaksi dengan produk-produk bank, melebihi atau setidaknya sama dengan apa yang mereka harapkan sebelumnya (Febriana, 2016)

Strategi dalam meningkatkan kepuasan nasabah peneliti menggunakan Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan adalah bahwa dalam proses perencanaan tersebut, suatu situasi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran kedepan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan institusi. Dengan analisa SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan.

Berdasarkan hasil wawancara karyawan BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap. Maka dapat melakukan analisis SWOT dalam meningkatkan kepuasan nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap sehingga nantinya akan diketahui masing-masing kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari kualitas pelayanan sebagai berikut:

a. *Strengths* (kekuatan)

Seperti yang diungkapkan Bapak Imam Fauzi Marketing BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap sebagai berikut:

“Untuk nasabah BMT Bina Insan Sejahtera saya fasilitasi door to door ketika nasabah mau menabung atau mau pembiayaan saya biasanya datang langsung kerumah beliau, kadang ada yang nggak sempat sih mba namanya juga orang tua jadi mereka maunya yang gampang aja tinggal Whatshaap saja nanti saya kerumah beliau”.

Hal serupa diungkapkan oleh Bapak Suparno selaku *customerservice* BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Untuk nasabah yang melakukan pembiayaan gak ada potongan awal jika nasabah mau pinjam sejuta saya kasih sejuta, nah untuk jangka waktu angsurannya kami serahkan kepada nasabah maunya kapan, tapi biasanya tergantung nominalnya mba tetapi kami sudah menawarkan terlebih dahulu kepada nasabah.”

Pendapat lain diungkapkan oleh Bapak Ahmad Sidik nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Saya senengnya disini angsurannya tetap mba nggak kaya di bank kan ada tuh beda-beda, ketika saya belum ada uang untuk membayar angsuran saya juga bilang saja ke pak fauzi negoisasi untuk di undur temponya, kadang kan kebutuhannya lagi banyak sih mba kaya pas anak lagi ada bayaran sekolah.”

Dari Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi kekuatan yang ada BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap meliputi, pelayanan *door to door* memudahkan nasabah agar tidak ke lokasi BMT, tidak ada potongan awal pembiayaan nasabah, angsuran tetap setiap bulannya, bisa negoisasi penggunduran jatuh tempo, tidak ada denda jika membayar telat. Hal tersebut tentunya menjadi kekuatan untuk pihak BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap sendiri dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki pihak internal akan memberikan kualitas pelayanan kepada nasabah sesuai yang diharapkan.

b. *Weakness* (kelemahan)

Seperti yang diungkapkan Bapak Suparno selaku Customer Service BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Marketing di sini hanya satu kadang juga saya gantian sama pak Fauzi untuk jadi marketing. Kami belum ada media sosial kami mengandalkan promosi dari mulut ke mulut.”

Hal Serupa diungkapkan Ibu Siti NA Nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:



Gambar 4.3



Gambar 4.4

“Untuk ruang tunggunya sedikit dan diluar juga tidak ada ruang tunggu ketika di dalam penuh.”

Pendapat lain diungkapkan oleh Bapak Suprimo nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Tapi sayang disini untuk pencairan nya harus nunggu lumayan lama sekitar 15 hari kalau gak salah mba, kita disini sudah butuh dan kepepet tapi uang belum cair”.

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa analisis kelemahan yang ada di BMT Bina Insan Sejahtera meliputi, berdasarkan gambar diatas terlihat tampak depan BMT Bina Insan

Sejahtera tidak ada fasilitas ruang tunggu nasabah, di dalam ruangan juga hanya tersedia kursi sedikit jadi masih ada kurangnya sarana dan prasarana operasional maupun pendukung kantor BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap yang masih terbatas dan kondisi tempat yang kurang memadai. Pencairan uang pembiayaan harus menunggu kurang lebih 15 harian. Selanjutnya minimnya SDM BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap hanya memiliki 1 marketing, sehingga kurangnya tenaga SDM sangat berpengaruh untu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, Strategi promosi belum ada sosial media jadi IT SDM masih sangat terbatas.

c. *Opportunities* (peluang)

Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Imam Fauzi Marketing BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap Sebagai berikut:

“BMT ini berdiri sudah lama 9 taun lalu banyak yang tau BMT ini ketika nasabah bercerita ke orang lain nah mereka ada yang tertarik jadi nasabah BMT kita, saya selalu mendahulukan komunikasi kekeluargaan mba pernah saya waktu itu nggak dibolehin pulang sama nasabah saking asik ceritanya, kadang kalau saya gak narik malah ditanyain mas fauzi lagi sakit apa ya nggak kesini, jadi saya membangun keakraban dulu sama nasabah agar banyak peluang masuk dari nasabah itu sendiri yang meceritakan ke orang lain.”

Pendapat lain diungkapkan oleh Bapak Guruh selaku Manajer BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Selain itu masyarakat penduduknya di wilayah kroya mayoritas muslim. Kami juga berkerja sama dengan instansi sekolah untuk tabungan simpanan pelajar, berkerjasama dengan RT atau RW untuk tabungan jimpitan.”

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi peluang yang ada di BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap meliputi eksistensi BMT yang sudah lama berdiri dan digandrungi olrh masyarakat sekitar, dengan strategi *mouth by mouth* ketika nasabah merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT maka nasabah akan bercerita kepada nasabah lain sehingga menciptakan peluang untuk kedepannya nasabah akan merasa tertarik datang kekantor BMT untuk melakukan pembiayaan selain itu

masyarakatnya di Kroya sendiri mayoritas penduduknya muslim sangat membantu untuk mempermudah memberikan informasi dari nasabah satu ke nasabah yang lainnya dan pihak BMT melakukan kerjasama dengan instansi-instansi sekolah atau lembaga-lembaga yang mengelola kegiatan serta perkumpulan orang-orang RT atau RW Desa sekitar.

d. *Threats (ancaman)*

Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Suparno Customer Service BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Banyaknya pesaing yang menawarkan produk yang sama, itu sebrang jalan ada BMT baru jadi semakin banyak pesaingnya belum lagi dengan bank bank besar di Kroya yang menawarkan produknya dengan kelebihan masing masing dan hadiah yang menarik, biasanya kan ada tuh dapat tv, kulkas atau apalah secara SDM BMT kita belum bisa menyepadani. Bank lebih besar baik segi SDM maupun tenaga peagwainya. Belum lagi dengan perkembangan teknologi bank bank sudah pada canggih canggih.”

Hal lain diungkapkan oleh Bapak Daryanto selaku IT BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

“Saya khawatir untuk jaman sekarang system sudah mulai canggih apalagi Lembaga keuangan bank system teknologinya sudah tersusun rapi dan kami belum bisa mengikutinya”

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa ancaman di BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap meliputi banyaknya kompetitor atau pesaing dari lembaga-lembaga lain yang menawarkan produk sejenis dengan kelebihan masing-masing untuk menarik nasabah. Selain itu teknologi yang semakin pesat sehingga teknologi yang dimiliki pesaing atau bank-bank lainnya sudah maju atau sudah mengikuti perkembangan teknologi yang ada tentunya hal tersebut menjadi ancaman untuk BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap sendiri, pesaing yang menawarkan produk produk bahkan pelayanan untuk nasabah bahkan sudah menggunakan teknologi yang canggih. Bahkan ketika marketing datang kerumah nasabah dan pada saat itu juga kompetitor lain baru saja mendatangi nasabah yang sama untuk memberikan pelayanan yang terlebih dulu dapat menarik nasabah

muslim	nasabah.	prasaran agar nasabah nyaman dan loyal.
<p><i>Threats</i> (ancaman)</p> <p>1. Jumlah pesaing yang semakin banyak</p> <p>2. Perkembangan teknologi yang pesat</p>	<p>Strategi S-T (<i>Diversifikasi</i>)</p> <p>1. <i>Marketing</i> menambah pengetahuan nasabah dengan meningkatkan sosialisasi</p> <p>2. Meningkatkan kualitas dan mutu pelayanan kepada nasabah dengan memberikan pelayanan yang ekstra</p> <p>3. Mengoptimalkan sistem dengan meningkatkan sistem IT</p>	<p>Strategi W-T (<i>Defensive</i>)</p> <p>1. Memberikan kemudahan pelayanan dengan menambah sarana dan prasarana yang menunjang</p> <p>2. Meningkatkan pelayanan SDM berkualitas dengan memberikan pelatihan.</p> <p>3. Meningkatkan SDM yang memadai dengan menambah jumlah SDM</p>

Sumber: Data olahan 2023

Berdasarkan matriks SWOT faktor-faktor kekuatan lebih besar dibanding faktor kelemahan yang ada di BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap dan faktor peluang lebih besar dibandingkan dengan faktor ancaman yang dihadapi BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap. Dengan kondisi seperti itu BMT Bina Insan sejahtera mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya serta mampu menjaga eksistensi agar tetap digandrungi masyarakat sekitar. Berikut hasil interpretasi analisis matriks SWOT BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap:

- a. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)
 - 1) Mempertahankan dan memperluas jaringan kerjasama dengan lembaga lembaga perkumpulan banyak orang

- 2) Tetap memberikan nasabah dengan memfasilitasi pelayanan *door to door* untuk memudahkan nasabah.

b. Strategi ST (*Strength-Threat*)

- 1) Marketing menambah pengetahuan nasabah dengan meningkatkan sosialisasi
- 2) Meningkatkan kualitas dan mutu pelayanan kepada nasabah dengan memberikan pelayanan yang ekstra
- 3) Mengoptimalkan sistem dengan meningkatkan sistem IT

c. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

- 1) Memperbaiki proses pencairan dengan sistem yang lebih canggih dan cepat
- 2) Menambah tenaga SDM agar semakin banyak peluang untuk mendapatkan nasabah.
- 3) Memperbaiki sarana dan prasarana agar nasabah nyaman dan loyal.

d. Strategi WT (*Weaknesses-Threat*)

- 1) Memberikan kemudahan pelayanan dengan menambah sarana dan prasarana yang menunjang
- 2) Meningkatkan pelayanan SDM berkualitas dengan memberikan pelatihan.
- 3) Meningkatkan SDM yang memadai dengan menambah jumlah SDM

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penerapan *service excellence* dan *service recovery* sudah diterapkan di BMT Bina Insan Sejahtera. Penerapan *service excellence* yakni kemampuan menangani nasabah sudah mampu menyesuaikan kebutuhan nasabah yang dibutuhkan, mampu bersikap tenang menghadapi nasabah yang berbeda beda sifatnya tidak dibalas kemarahan tetapi mendengarkan apa yang disampaikan nasabah, berpenampilan sudah sesuai prosedur yang berlaku, memberikan perhatian kepada nasabah sudah cukup bagus memberikan kontak mata agar nasabah merasa dihargai didengarkan, mampu memberikan tindakan kinerja yang cepat tanggap, serta mampu memprioritaskan nasabah dan karyawan mampu bertanggung jawab mengemban amanah dan jujur. Penerapan *service recovery* yakni *distributive justice* mampu memberikan pelayanan yang amanah sesuai kebutuhan nasabah serta pengembalian dana atas kekeliruan karyawan. *procedural justice* dengan mengatasi setiap keluhan dengan cepat, serta mampu mempertimbangkan pula situasi individual serta masukan dari nasabah untuk progres kedepannya agar lebih baik lagi *interacional justice* mampu memberikan pelayanan terbaik sopan, mangayomi nasabah dengan kekeluargaan tetapi masih kurang komunikasi antara nasabah dan karyawan sehingga terjadi kesalahpahaman.

Berdasarkan matriks SWOT strategi untuk meningkatkan kepuasan nasabah di BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap dilihat dari faktor-faktor kekuatan lebih besar dibanding faktor kelemahan yang ada di BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap dan faktor peluang lebih besar dibandingkan dengan faktor ancaman yang dihadapi BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap. Dengan kondisi seperti ini BMT Bina Insan sejahtera mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya serta mampu menjaga eksistensi agar tetap diminati masyarakat sekitar. Berikut hasil interpretasi strategi analisis matriks SWOT dalam meningkatkan kepuasan

nasabah BMT Bina Insan Sejahtera Kroya Cilacap. Pertama strategi SO (*Strength-Opportunities*), mempertahankan dan memperluas jaringan kerjasama dengan lembaga lembaga perkumpulan banyak orang, tetap memberikan nasabah dengan memfasilitasi pelayanan *door to door* untuk memudahkan nasabah. Kedua, strategi ST (*Strength-Threat*), marketing menambah pengetahuan nasabah dengan meningkatkan sosialisasi, meningkatkan kualitas dan mutu pelayanan kepada nasabah dengan memberikan pelayanan yang ekstra dan mengoptimalkan sistem dengan meningkatkan sistem IT. Ketiga, strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) dengan memperbaiki proses pencairan dengan sistem yang lebih canggih dan cepat, menambah tenaga SDM agar semakin banyak peluang untuk mendapatkan nasabah dan memperbaiki sarana dan prasarana agar nasabah nyaman dan loyal. Keempat strategi WT (*Weaknesses-Threat*) dengan memberikan kemudahan pelayanan dengan menambah sarana dan prasarana yang menunjang, meningkatkan pelayanan SDM berkualitas dengan memberikan pelatihan dan meningkatkan SDM yang memadai dengan menambah jumlah SDM.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Memperbaiki sarana prasarana sebagai penunjang operasional, melakukan evaluasi pengukuran kualitas pelayanan secara berkala konsisten dan membuat kotak saran agar nasabah bisa mengungkapkan kritik dan saran dengan mudah.

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah atau memperluas respondennya agar dapat menggali informasi yang lebih detail dan lebih banyak sumber.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Leon Andretti. 2021. *Metode Analisis Data Comprehensif*. (Insania;Cirebon).180
- Alfi Syahri Lubis, dkk. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. SUCOFINDO Batam*. *Jurnal Of Bussines Administrasion*.1(2).
- Alma Sangi, Intan Monica, dkk. 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana*. *Productivity*. 3(2).108.
- Amiruddin. 2022. *Metodologi penelitian ekonomi islam*. (Publica Indonesia Utama:Jakarta Selatan). 133.
- Andriyanto, Irsad, Istiqomah.2017.*Analisis SWOT dalam Pengembangan bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*.5(3).370.
- Bachtiar. 2021. *Mendesain Penelitian Hukum*.Yogyakarta:CV Budi Utama.34.
- Bafadhal, Aniesa Samira. 2022. *Manajemen Komplan dan Kualitas Pelayanan Pariwisata*.(Yogyakarta:Deepublish). 88.
- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar dasar pelayanan prima*. (PT Elex Media Komputindo:Jakarta). 31-32.
- Bastiar, zein. 2010. *ServiceExcellent Dalam Rangka Membentuk Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Manajerial*. 8(16). 64.
- Cosmos, Gatot Haryono. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. (Sukabumi: CV jejak, 2020). 133-136.
- Dahlan. 2023. *Kualitas Layanan Manajemen SDM dan Budaya Organisasi*. (NEM). 15.
- Danang, Kurniaawan.2020. *Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah*.*Journal of Sharia Economic Law*.3(10).144
- Elfis, Rudi. dkk. *Pengaruh Service Excellent Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Jasa Raharja Cabang Riau*. 2018. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*. 9(4).
- Fadli, Muhammad Rijal. 2021. *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. *Humanika*. 21(1). 34-37.
- Fatihudin, Didin. *Metode Penelitian untuk IlmuEkonomi, Manajemen, Akuntansi*. (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015). 122.

- Febriana, Nina Indah. 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Pembantu Tulungagung*. An-Nisbah. 3(1).146.
- Fitrah. Muh, Lufiyah. *Metode Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Lelas dan Studi Kasus)*. (Sukabumi: CV jejak, 2017). 152.
- Galuh Syafira Siregar, Sheila, dkk. 2020. *Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grab*. 227.
- Imaniyati, Neni Sri. 2010. *Aspek-Aspek Hukum BMT*. (PT. Citra Aditya Bakti). 84.
- Jesika Melina Simamora, Yusmalinda. *Pengaruh Service Excellence Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cv Bersinar Pematangsiantar*. Journal of Management Sciences, 1(1). 11.
- Mashrukin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Jakarta:Media Ilmu Press, 2014). 2-3.
- Moleong, Lexy. 2014. *Metodologi penelitoian kualitatif*. (PT. Remaja Rosdakerye;Bandung).186.
- Nurhadi. 2018. *Konsep Pelayanan Prespektif Ekonomi Syariah*. Jurnal Ekbis.2(2).144.
- Nurhayati, Surbakti. 2010. *Pengaruh Service Recovery Pada Kepuasan Pelanggan : studi Kasus AUTO2000 Bandung*. Jurnal Administrasi Bisnis. 6 (1). 25-26.
- Nurlia. 2018. *Strategi Pelayanan dengan Konsep Service Excellence*. Meraja jurnal. 1(2). 19-20.
- Pakpahan, Betty Arli Sonti. 2021. *Budaya Organisasi Manajemen Konflik Keadilan Procedural dan Kepuasan pada Perkerjaan*. (Publica Indonesia Utama:Jakarta Selatan).
- Pekpahan, Andrew Fernando. dkk. *Metode Penelitian Ilmiah*. (Yayasan Kita Menulis ; 2021). 46.
- Purba, Elidawaty, dkk.*Metode Penelitian Ekonomi*. (Yayasan Kita Menulis). 3.
- Putri Abdulloh, Nurul laily, dkk.2022.*Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia pasca Merger*. Jurnal Perbankan Syariah. 6(1).
- Rahmaniar, Anatasya. 2021. *Bunga Rampai Isu-Isu Komunikasi Kontemporer2023*.(Jakarta:Proxy Media). 282

- Rahrjo, Muhamad Mu'iz, dkk. *Manajemen Pelayanan Publik*. (Jakarta Timur: Sinar Grafika Offset, 2021). 183.
- Roosinda, Fitria Widiyani, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Yogyakarta ; Zahir Publishing, 2021).48.
- Sarahditya, Aisyah. 2018. *Analisis Service Recovery Sebagai Strategi Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank BTN Kantor Cabang Depok)*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*. 4(1). 12.
- Soleh. 2023. *Dinamika Perilaku Nasabah Perbankan Syariah Studi Empiris*. (Banten: La Tansa Mashiro Publisher). 28.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif dan kombinasi mixed method*. (ALFABETA:Bandung). 486-496.
- Sugiyono. 2021. *Metode penelitian komunikasi*. (ALFABETA:Bandung). 586.
- Suwhito, 2022. *Pengusaha Pasti Menjaga Kepuasan Pelanggannya*. (Banyumas: CV. Pena Persada). 32-33.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

A. Pedoman Wawancara

1. Pedoman Wawancara *Service Excellence*

Pedoman Wawancara Nasabah

NO	Indikator	Pertanyaan
1	<i>Attitude</i> (sikap)	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap baik dalam menangani nasabah?
2	<i>Ability</i> (kemampuan)	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu memberikan penjelasan pelayanan yang diberikan?
3	<i>Appearance</i> (penampilan)	Apakah karyawan BMT Bina Insan Sejahtera mengenakan penampilan yang sopan dan serasi?
4	<i>Attention</i> (perhatian)	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mau menerima masukan dan kritikan?
5	<i>Action</i> (tindakan)	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu mewujudkan kebutuhan para nasabah?
6	<i>Accountability</i> (tanggung jawab)	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera dapat meminimalkan / ketidakpuasan nasabah?

Pedoman Wawancara Karyawan

NO	Indikator	Pertanyaan
1	<i>Attitude</i> (sikap)	Apakah anda sudah bersikap baik dalam melayani nasabah?
2	<i>Ability</i> (kemampuan)	Apakah anda sudah mampu mendengarkan dan memahami sungguh-sungguh kebutuhan nasabah?
3	<i>Appearance</i> (penampilan)	Apakah anda sudah mengenakan penampilan yang sopan dan serasi?
4	<i>Attention</i> (perhatian)	Apakah anda sudah memenuhi standarisasi prosedur?
5	<i>Action</i> (tindakan)	Apakah anda sudah mewujudkan kebutuhan para nasabah?
6	<i>Accountability</i> (tanggung jawab)	Apakah anda dapat meminimalkan / ketidakpuasan nasabah?

2. Pedoman Wawancara *Service Recovery*

Pedoman Wawancara Nasabah

NO	Indikator	Pertanyaan
1	<i>Procedural Justice</i>	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera menangani nasabah dengan prosedur yg tepat?
2	<i>Interactional Justice</i>	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap jujur, sopan dalam menangani komplain masalah yang terjadi?
3	<i>Distributive Justice</i>	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan?

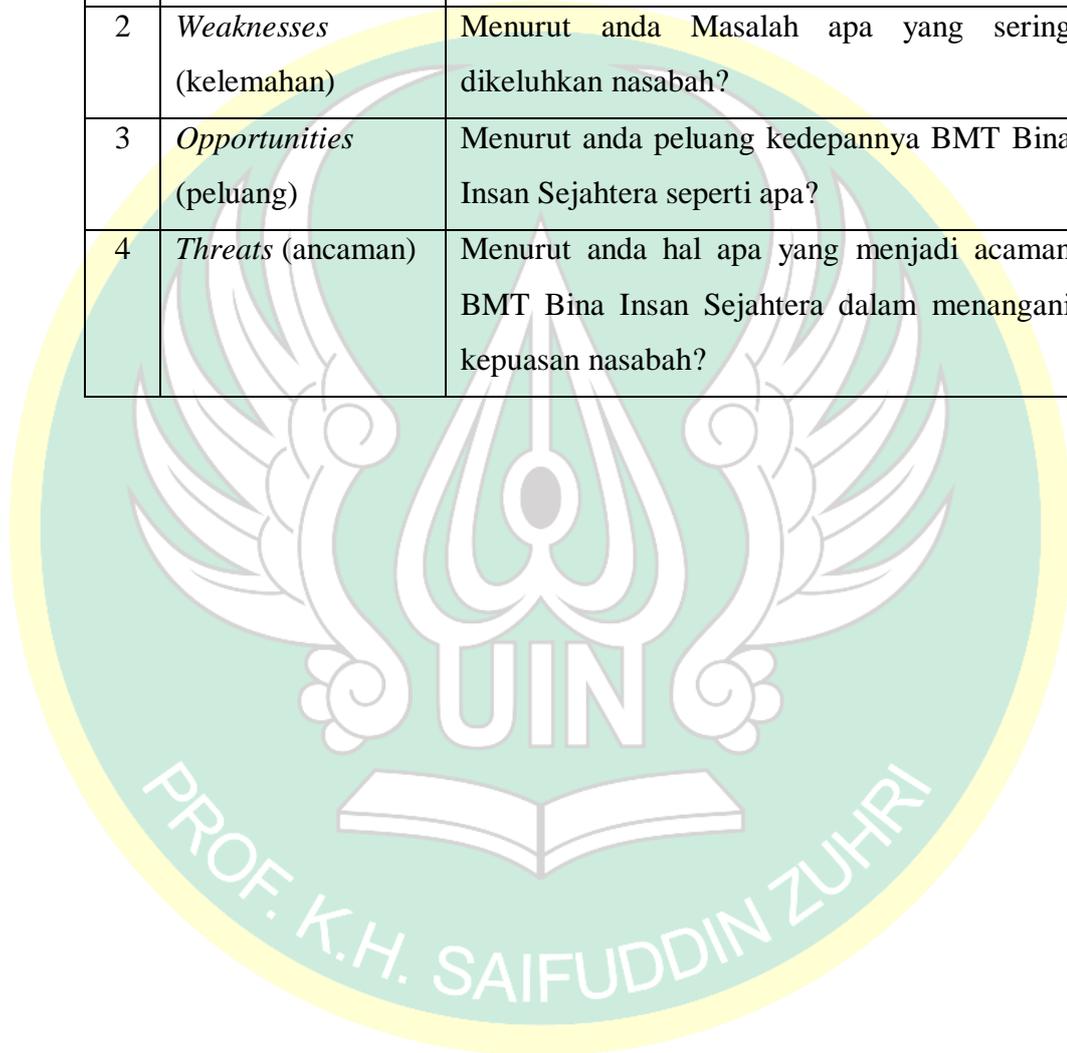
Pedoman Wawancara Karyawan

NO	Indikator	Pertanyaan
1	<i>Procedural Justice</i>	Apakah anda mempermudah nasabah untuk menyampaikan komplain dan saran?
2	<i>Interactional Justice</i>	Apakah anda bersikap sopan dalam menangani keluhan yang diajukan?
3	<i>Distributive Justice</i>	Apakah anda memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan?

3. Pedoman Wawancara Strategi Analisis SWOT untuk meningkatkan kepuasan nasabah

Pedoman Wawancara Analisis SWOT

NO	Indikator	Pertanyaan
1	<i>Strengths</i> (kekuatan)	Menurut anda apa saja fasilitas yang disediakan di BMT Bina Insan Sejahtera
2	<i>Weaknesses</i> (kelemahan)	Menurut anda Masalah apa yang sering dikeluhkan nasabah?
3	<i>Opportunities</i> (peluang)	Menurut anda peluang kedepannya BMT Bina Insan Sejahtera seperti apa?
4	<i>Threats</i> (ancaman)	Menurut anda hal apa yang menjadi ancaman BMT Bina Insan Sejahtera dalam menangani kepuasan nasabah?



Nama : Suparno
 Jabatan : Customer Service

NO	Pertanyaan <i>Service Excellence</i>
1	<p>Apakah anda sudah bersikap baik dalam melayani nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Kami sudah memberikan sikap pelayanan yang terbaik selalu memberikan 3S (salam, senyum, sapa) setiap ada nasabah yang datang, menghadapi orang yang sifatnya berbeda beda walaupun nasabah yang salah kami yang minta maaf. Kadang ada nasabah yang berbicara dan bertingkah di luar batas sopan santun sehingga membuat kesal nggrundel mbak tapi harus menahan emosi dan mendengarkan apa yang hendak nasabah sampaikan. Coba bayangkan, jika saya membalas dengan kemarahan juga, tentu keadaan semakin memburuk menimbulkan keributan..</i></p>
2	<p>Apakah anda sudah mampu mendengarkan dan memahami sungguh-sungguh kebutuhan nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Saya berusaha memenuhi kebutuhan nasabah semampu saya, sudah berusaha menjelaskan apa yang dibutuhkan nasabah, kami berbicara dengan nasabah selalu memberikan peluang untuk mereka bercerita atau kadang malah ada yang curhat mba tentang permasalahan yang nasabah hadapi kami pun memberi solusi semampu kami.</i></p>
3	<p>Apakah anda sudah mengenakan penampilan yang sopan dan serasi?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah sesuai standar SOP yang ada sudah menjadi kewajiban bagi semua karyawan apalagi saya selalu customer service frontliner jadi harus berpenampilan semenarik mungkin.</i></p>
4	<p>Apakah anda sudah memenuhi standarisasi prosedur?</p> <p>Jawab:</p>

	<i>Sudah dan saya selalu memberikan kontak mata ke nasabah agar nasabah merasa didengarkan dan merasa dihargai, ketika melayani saya bertanya dulu minat nasabah maunya seperti apa agar nasabah tepat memilih produk yang diinginkannya.</i>
5	Apakah anda sudah mewujudkan kebutuhan para nasabah? Jawab: <i>Kami selalu memberikan pelayanan yang sesuai kebutuhan nasabah dari nasabah masuk ke kantor sampai pulang terselesaikan apa kebutuhan nasabah itu, ketika ada karyawan yang sakit kami siap sedia membantu nasabah dengan menggantikan posisi teman kita yang sedang sakit, kita rela kerja double agar nasabah tetap mendapatkan pelayanan terbaik.</i>
6	Apakah anda dapat meminimalkan / ketidakpuasan nasabah? Jawab: <i>Saya rasa belum maksimal dan masih ada kurangnya dalam berkomunikasi terkadang masih sering terjadi kesalahpahaman, belum memenuhi semua permintaan nasabah kaya semisal pembiayaan yang terlalu besar kami belum memadai secara kas akan tetapi kami selalu melindungi privasi nasabah terkait data data nasabah selalu mengusahakan kebutuhan nasabah.</i>

NO	Pertanyaan <i>Service Recovery</i>
1	Apakah anda mempermudah nasabah untuk menyampaikan komplain dan saran? Jawab: <i>Kami selalu memberikan peluang bagi nasabah yang ingin komplain atas keluhan apabila tidak puas dengan pelayanan kamu dan kamu siap untuk menerima saran atau masukan dari nasabah.</i>
2	Apakah anda bersikap sopan dalam menangani keluhan yang diajukan? Jawab: <i>Saya sebagai customer service yang sering banget berhadapan dengan nasabah saya sudah sangat bertindak sopan dan hati hati mbak. Terkadang</i>

	<i>mood nasabah tidak beraturan ya tetapi saya menerapkan ibaratnya “pembeli adalah raja” walaupun mereka salah ya saya yang minta maaf. Resiko mba dengan pekerjaan yang harus senyum setiap hari walaupun di otak kadang lagi kacau banyak masalah tetapi saya harus professional</i>
3	<p>Apakah anda memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Kemarin waktu lebaran rame banget penukaran uang baru ya mbak, ada salah satu nasabah menukar tapi uangnya kelebihan saya transfer balik untuk pengembalian dana yang lebih, penukaran uang tidak ada biaya admin nya jadi sesuai dengan permintaan nasabah karena niat kita membantu kebutuhan nasabah.</i></p>

NO	Pertanyaan strategi analisis SWOT
1	<p>Menurut anda apa saja fasilitas yang disediakan BMT Bina Insan Sejahtera?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Untuk nasabah yang melakukan pembiayaan gak ada potongan awal jika nasabah mau pinjam sejuta saya kasih sejuta, nah untuk jangka waktu angsurannya kami serahkan kepada nasabah maunya kapan, tapi biasanya tergantung nominalnya mba tetapi kami sudah menawarkan terlebih dahulu kepada nasabah.</i></p>
2	<p>Menurut anda Masalah apa yang sering dikeluhkan nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Marketing di sini hanya satu kadang juga saya gantian sama pak Fauzi untuk jadi marketing. Kami belum ada media sosial kami mengandalkan promosi dari mulut ke mulut.</i></p>
3	<p>Menurut anda peluang kedepannya BMT Bina Insan Sejahtera seperti apa?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah berdiri sejak 9 tahun yang lalui banyak yang sudah mengenal BMT Bina Insan Sejahtera.</i></p>

4 Menurut anda hal apa yang menjadi acuan BMT Bina Insan Sejahtera dalam menangani kepuasan nasabah?

Jawab:

Banyaknya pesaing yang menawarkan produk yang sama, itu sebrang jalan ada BMT baru jadi semakin banyak pesaingnya belum lagi dengan bank bank besar di Kroya yang menawarkan produknya dengan kelebihan masing masing dan hadiah yang menarik, biasanya kan ada tuh dapat tv, kulkas atau apalah secara SDM BMT kita belum bisa menyepadani. Bank lebih besar baik segi SDM maupun tenaga peagwainya. Belum lagi dengan perkembangan teknologih bank bank sudah pada canggih canggih



Nama : H Guruh

Jabatan : Manager

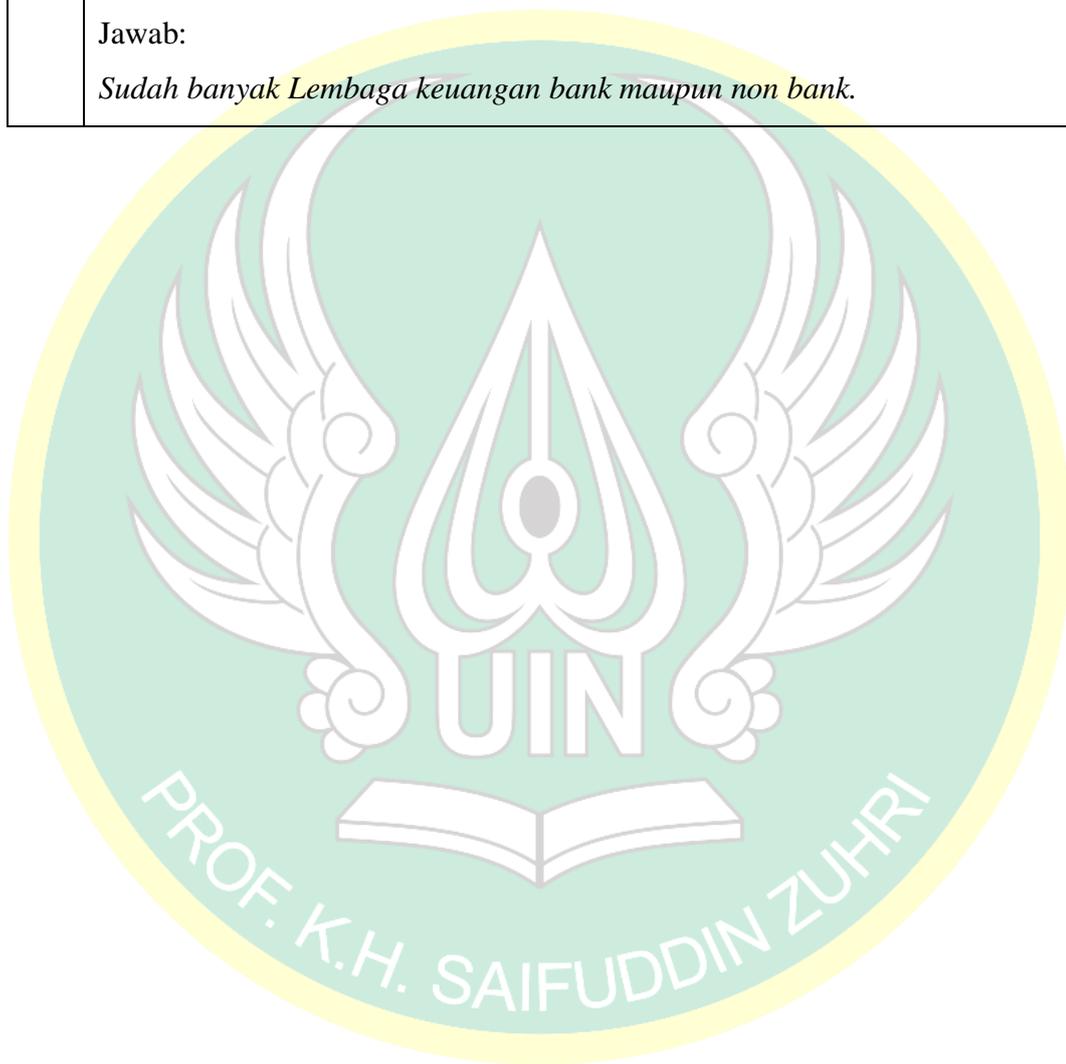
NO	Pertanyaan <i>Service Excellence</i>
1	<p>Apakah anda sudah bersikap baik dalam melayani nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Kalo saya ya mba Ketika nasabah datang saya kadang ajak bercanda biar gak spaneng sampai kadang akrab banget kalo gak ada saya dicariin.</i></p>
2	<p>Apakah anda sudah mampu mendengarkan dan memahami sungguh-sungguh kebutuhan nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Kami selalu bertanggung jawab menjaga privasi nasabah apabila terjadi kesalahan kami konfirmasi kepada nasabah.</i></p>
3	<p>Apakah anda sudah mengenakan penampilan yang sopan dan serasi?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Kami sudah menggunakan SOP yang berlaku untuk berpenampilan bersih, rapih , sopan dan wangi itu juga sebuah bentuk kewajiban bagi kami agar nasabah merasa senang melihat kami agar mereka loyal dan berkunjung kembali. Bmt kita setiap harinya ada seragam yang wajib digunakan agar selaras dan enak dipandan</i></p>
4	<p>Apakah anda sudah memenuhi standarisasi prosedur?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah sesuai SOP yang berlaku berusaha yang memperlakukan terbaik.</i></p>
5	<p>Apakah anda sudah mewujudkan kebutuhan para nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Kebutuhan nasabah yang urgent atau penting pasti kami dahulukan. Jika nasabah puas akan pelayanan kami akan berpengaruh baik terhadap citra BMT Bina Insan Sejahtera.</i></p>
6	<p>Apakah anda dapat meminimalkan / ketidakpuasan nasabah?</p>

Jawab:
<i>Kami berusaha semaksimal mungkin untuk memenuhi kebutuhan nasabah.</i>

NO	Pertanyaan <i>Service Recovery</i>
1	Apakah anda mempermudah nasabah untuk menyampaikan komplain dan saran? Jawab: <i>Kami selalu memberikang ruang nasabah untuk menyampaikan keluh kesah atau kesalahan yang kami lakukan sebagai bahan evaluasi kedepannya agar kinerja kami semakin baik.</i>
2	Apakah anda bersikap sopan dalam menangani keluhan yang diajukan? Jawab: <i>Kami sudah terbiasa mba mengatasi nasabah berbagai sifat yang beda beda, kami selalu memenuhi kebutuhan nasabah sesuai yang diinginkan nasabah.</i>
3	Apakah anda memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan? Jawab: <i>Terkadang permintaan nasabah nominal pembiayaan besar kami secara kas belum memadai.</i>

NO	Pertanyaan strategi analisis SWOT
1	Menurut anda apa saja fasilitas yang disediakan BMT Bina Insan Sejahtera? Jawab: <i>Disini ya mbak kalua mau pembiayaan angsuran tetap sampai lunas dan juga margin murah.</i>
2	Menurut anda Masalah apa yang sering dikeluhkan nasabah? Jawab: <i>Untuk haql itru tanyakaqn kepada bapak Suparno selaku customer service yang sering berhadapan langsung dengan nasabah.</i>
3	Menurut anda peluang kedepannya BMT Bina Insan Sejahtera seperti apa?

	<p>Jawab:</p> <p><i>Selain itu masyarakat penduduknya di wilayah kroya mayoritas muslim. Kami juga berkerja sama dengan instansi sekolah untuk tabungan simpanan pelajar, berkerjasama dengan RT atau RW untuk tabungan jimpitan</i></p>
4	<p>Menurut anda hal apa yang menjadi acaman BMT Bina Insan Sejahtera dalam menangani kepuasan nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah banyak Lembaga keuangan bank maupun non bank.</i></p>



Nama : Imam Fauzi

Jabatan : Marketing

NO	Pertanyaan <i>Service Excellence</i>
1	<p>Apakah anda sudah bersikap baik dalam melayani nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah memenuhi standar SOP yang berlaku kami selalu bersikap baik sopan agar nasabah betah mbak dan Kembali lagi berkunjung ke BMT.</i></p>
2	<p>Apakah anda sudah mampu mendengarkan dan memahami sungguh-sungguh kebutuhan nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Berusaha semampu kami dalam memenuhi kebutuhan nasabah yang kemaunnya berbeda beda.</i></p>
3	<p>Apakah anda sudah mengenakan penampilan yang sopan dan serasi?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah mengenakan pakaian yang setrasi, bersih, wangi dan sopan.</i></p>
4	<p>Apakah anda sudah memenuhi standarisasi prosedur?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah sesuai dan menjadi hal yang lumrah kami karyawan tugasnya memenuhi kebutuhan nasabah biarpun kami benar kami mengalah demi keadaan biar kondusif.</i></p>
5	<p>Apakah anda sudah mewujudkan kebutuhan para nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Setiap ada komplain kami selalu menanyakan apa yang perlu kami perbaiki, selalu menerima saran dari nasabah.</i></p>
6	<p>Apakah anda dapat meminimalkan / ketidakpuasan nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Kami selaku karyawan selalu berusaha memenuhi kebutuhan anggota semampu kami, dari awal nasabah datang sampai pulang dengan rasa</i></p>

	<i>kepuasan setelah keinginan mereka terpenuhi sudah menjadi tanggung jawab kami, Selalu memprioritaskan nasabah walaupun kadang ada nasabah yang datang mepet jam istirahat ya saya layani karena mereka sudah datang jauh jauh masa saya suruh pulang.</i>
--	--

NO	Pertanyaan <i>Service Recovery</i>
1	<p>Apakah anda mempermudah nasabah untuk menyampaikan komplain dan saran?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Saya sebagai karyawan selalu menerima masukan atau komplain nasabah jadi kami memberi ruang untuk nasabah berbicara atas ketidakpuasannya. Ada yang kemarin komplain loh koh sih A dikasih pembiayaan saya kok tidak bisa, bukan kami tidak memfasilitasi tetapi kita harus mengecek dulu nasabah tersebut apakah BI checkingnya sudah aman atau banyak tanggungan dimana dimana, jadi kita tetap mengikuti prosedur yang berlaku agar semuanya nyaman dan aman.</i></p>
2	<p>Apakah anda bersikap sopan dalam menangani keluhan yang diajukan?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah memenuhi standar SOP yang berlaku kami selalu bersikap baik sopan agar nasabah betah mbak dan Kembali lagi berkunjung ke BMT.</i></p>
3	<p>Apakah anda memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Permintaan nasabah selalu kami usahakan selahi kami mampu ada beberapa yang belum bisa karena secara KAS BMT Bina sejahtera belum memadai.</i></p>

NO	Pertanyaan strategi analisis SWOT
1	<p>Menurut anda apa saja fasilitas yang disediakan BMT Bina Insan Sejahtera?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Untuk nasabah BMT Bina Insan Sejahtera saya fasilitasi door to door ketika nasabah mau menabung atau mau pembiayaan saya biasanya</i></p>

	<i>datang langsung kerumah beliau, kadang ada yang nggak sempet sih mba namanya juga orang tua jadi mereka maunya yang gampang aja tinggal Whatshaap saja nanti saya kerumah beliau</i>
2	<p>Menurut anda masalah apa yang sering dikeluhkan nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Paling permintaan pembiayaan yang terlalu besar kami belum bisa menueruti nasabah, terkadang saya juga ka.au saya narik kan mba sendirian kadang nasabah mengeluh katanya lama sekali, padahal saya tenaga hanya satu orang.</i></p>
3	<p>Menurut anda peluang kedepannya BMT Bina Insan Sejahtera seperti apa?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>BMT ini berdiri sudah lama 9 taun lalu banyak yang tau BMT ini ketika nasabah bercerita ke orang lain nah mereka ada yang tertarik jadi nasabah BMT kita, saya selalu mendahulukan komunikasi kekeluargaan mba pernah saya waktu itu nggak dibolehin pulang sama nasabah saking asik ceritanya, kadang kalau saya gak narik malah ditanyain mas fauzi lagi sakit apa ya nggak kesini, jadi saya membangu keakraban dulu sama nasabah agar banyak peluang masuk dari nasabah itu sendiri yang meceritakan ke orang lain.</i></p>
4	<p>Menurut anda hal apa yang menjadi acaman BMT Bina Insan Sejahtera dalam menangani kepuasan nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sumber Daya Manuysianya masih kurang mbak soalnya karyawannya masih sedikit, kaya saya marketing cuma saya doang satu orang kadang saya juga gentian sama pak Suparno.</i></p>

Nama : Daryanto

Jabatan : IT

NO	Pertanyaan <i>Service Excellence</i>
1	<p>Apakah anda sudah bersikap baik dalam melayani nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah bersikap baik menghadapi nasabah yang sifatnya berbeda-beda dan harus exytra sabar karena rata rata nasabah BMT Bina Insan Sejahtera sudah usia lanjut.</i></p>
2	<p>Apakah anda sudah mampu mendengarkan dan memahami sungguh-sungguh kebutuhan nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Saya sudah mengusahakan yang terbaik namun kadang masih ada kesalahan yang harus diperbaiki.</i></p>
3	<p>Apakah anda sudah mengenakan penampilan yang sopan dan serasi?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah sesuai SOP yang berlaku.</i></p>
4	<p>Apakah anda sudah memenuhi standarisasi prosedur?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah sesuai prosedur yang berlaku.</i></p>
5	<p>Apakah anda sudah mewujudkan kebutuhan para nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah berusaha melakukan yang terbaik.</i></p>
6	<p>Apakah anda dapat meminimalkan / ketidakpuasan nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Untuk ini sudah berusaha semampu kami kalua saya kadang ada kesalahan memasukan data nasabah complain saya [;langsung cek ulang perbaiki.</i></p>

NO	Pertanyaan <i>Service Recovery</i>
1	Apakah anda mempermudah nasabah untuk menyampaikan komplain dan saran? Jawab: <i>Saya sudah meberikan ruang untuk nasabah yang ingin menyampaikan keluhan maupun saran.</i>
2	Apakah anda bersikap sopan dalam menangani keluhan yang diajukan? Jawab: <i>Sudah mbak saya jarang ketemu nasabah kerjaan saya dalam ruangan.</i>
3	Apakah anda sudah memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan? Jawab: <i>Sudah namun kadang kan permintaan setiap nasabah beda beda mbak orangnya juga beda beda jadi kalua kadang kami dalam melayani masih ada kekurangan yaw ajar.</i>

NO	Pertanyaan strategi analisis SWOT
1	Menurut anda apa saja fasilitas yang disediakan BMT Bina Insan Sejahtera? Jawab: <i>Disini angsuran tetap setiap bulannya mbak biar tidak memberatkan nasabah.</i>
2	Menurut anda Masalah apa yang sering dikeluhkan nasabah? Jawab: <i>Nah kalau ini saya rasa kurangnya prasarana pendukung komputernya sudah tua mbak kadang saya kesusahan dalam menginput data.</i>
3	Menurut anda peluang kedepannya BMT Bina Insan Sejahtera seperti apa? Jawab: <i>Kami cukup dikenal masyarakat sekitar kroya karena mungkin BMT ini sudah lama berdiri dan mampu bertahan di era banyaknya bermunculan pesaing baru.</i>
4	Menurut anda hal apa yang menjadi acaman BMT Bina Insan Sejahtera dalam

menangani kepuasan nasabah?

Jawab:

Saya khawatir untuk jaman sekarang system sudah mulai canggih apalagi Lembaga keuangan bank system teknologinya sudah tersusun rapi dan kami belum bisa mengikutinya.

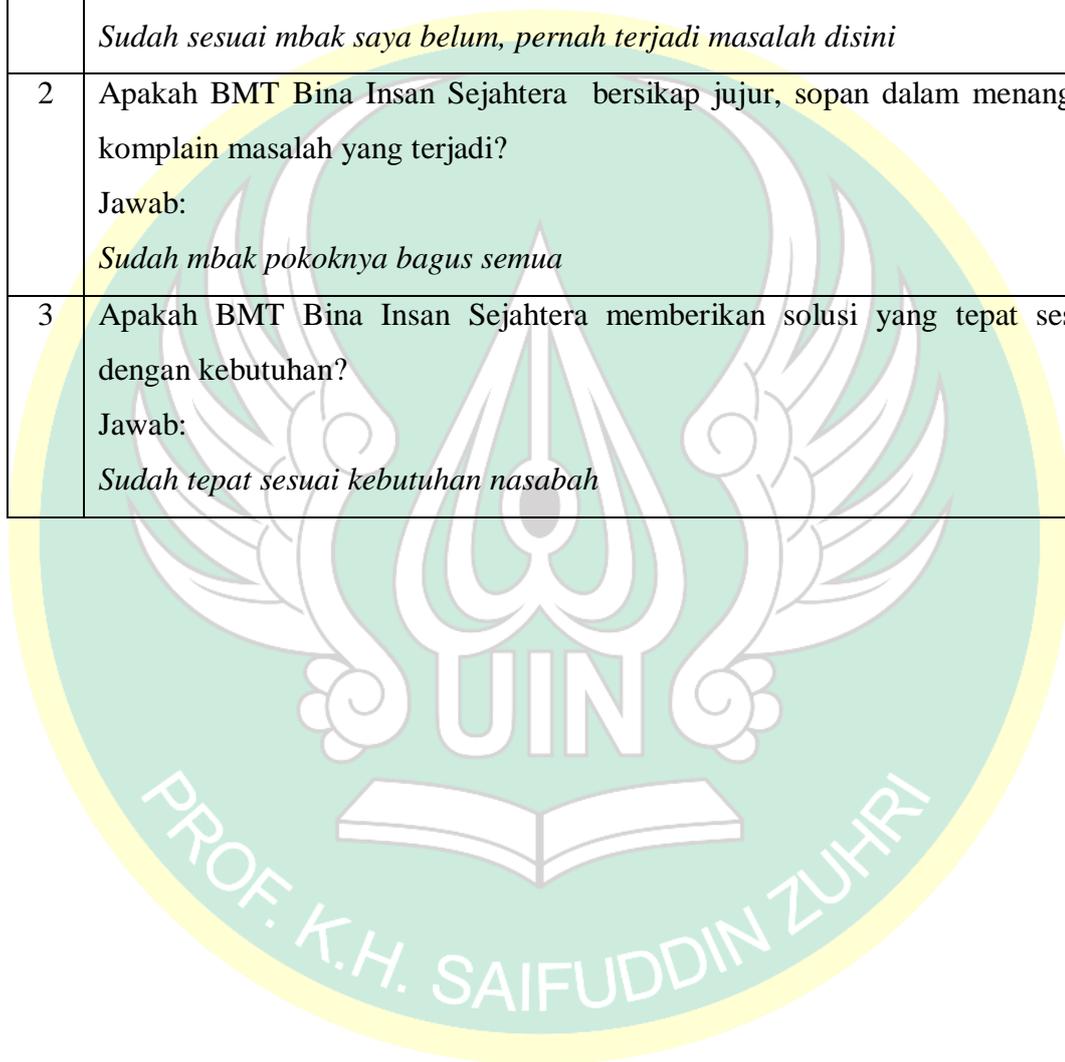


Nama : Tasum
 Alamat : Karangmangu

NO	Pertanyaan <i>service excellence</i>
1	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap baik dalam menangani nasabah? Jawab: <i>Sudah mbak karyawannya baik semua saya nyaman disini saya sudah percaya BMT Bina Insan sejahtera dalam memberikan pelayanan terbaiknya</i></p>
2	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu memberikan penjelasan pelayanan yang diberikan? Jawab; <i>Pelayanan nya ramah, sabar menghadapi saya mbak yang orangnya nggak mudengan maklum faktor usia, tetapi mereka dengan sabar menjelaskan sampai saya paham.</i></p>
3	<p>Apakah karyawan BMT Bina Insan Sejahtera mengenakan penampilan yang sopan dan serasi? Jawab: <i>Penampilan oke banget mbak seragam sopan rapi.</i></p>
4	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera memberikan perhatian kebutuhan nasabah? Jawab: <i>Selama saya menjadi nasabah disini selalu memberi ruang untuk saya, jadi kesimpulannya memberi ruang untuk menerima masukan atau saran.</i></p>
5	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu mewujudkan kebutuhan para nasabah? Jawab: <i>Saya rasa sudah mbak saya tidak pernah terjadi masalah disini.</i></p>
6	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera dapat meminimalkan / ketidakpuasan nasabah? Jawab:</p>

	<i>Saya rasa cukup selama saya disini tidak ada kendala sedikitpun.</i>
--	---

NO	Pertanyaan mengenai <i>service recovery</i>
1	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera menangani nasabah dengan prosedur yg tepat? Jawab; <i>Sudah sesuai mbak saya belum, pernah terjadi masalah disini</i>
2	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap jujur, sopan dalam menangani komplain masalah yang terjadi? Jawab: <i>Sudah mbak pokoknya bagus semua</i>
3	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan? Jawab: <i>Sudah tepat sesuai kebutuhan nasabah</i>

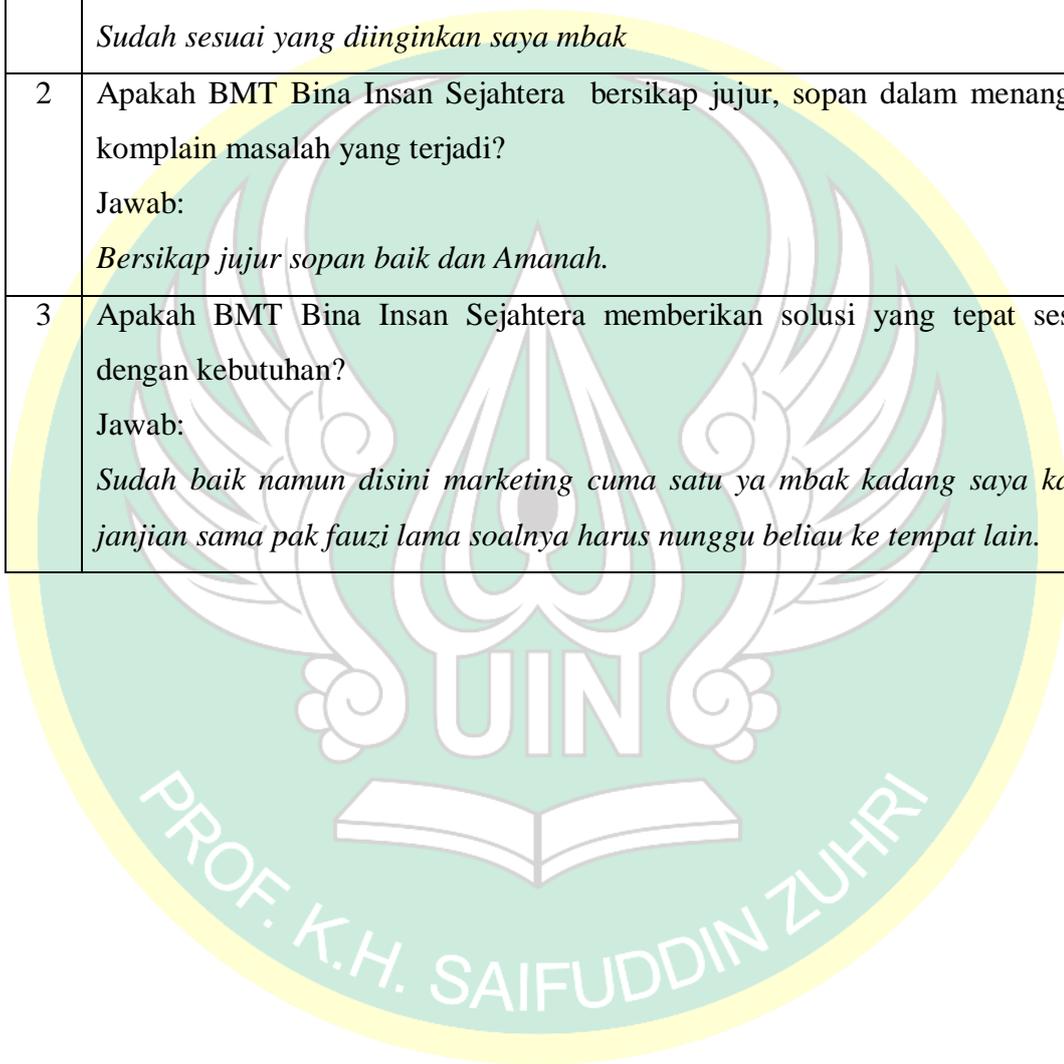


Nama : Mustolih
 Alamat : Karangmangu

NO	Pertanyaan mengenai <i>service excellence</i>
1	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap baik dalam menangani nasabah? Jawab: <i>Sudah cukup baik memenuhi kebutuhan nasabah yang diinginkan.</i></p>
2	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu memberikan penjelasan pelayanan yang diberikan? Jawab; <i>Sudah baik kadang saya ngomong bahasa Jawa aja mbak tapi pak suparno nggeh bisa menyesuaikan kadang bahasa Indonesia saya susah mbak jadi kalau berkomunikasi kesannya santai tapi pak suparno selalu bisa menyesuaikan.</i></p>
3	<p>Apakah karyawan BMT Bina Insan Sejahtera mengenakan penampilan yang sopan dan serasi? Jawab: <i>Rapi sopan sudah tepat pada umumnya</i></p>
4	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera memberikan perhatian kebutuhan nasabah? Jawab: <i>Sudah mampu.</i></p>
5	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu mewujudkan kebutuhan para nasabah? Jawab: <i>Sudah sesuai sama permintaan yang saya minta selalu ditangani dengan baik dan benar</i></p>
6	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera dapat meminimalkan / ketidakpuasan nasabah? Jawab:</p>

	<i>Sudah tapi untuk ke yang sampai titik sempurna belum sepenuhnya mbak.</i>
--	--

NO	Pertanyaan mengenai <i>service recovery</i>
1	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera menangani nasabah dengan prosedur yg tepat? Jawab; <i>Sudah sesuai yang diinginkan saya mbak</i>
2	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap jujur, sopan dalam menangani komplain masalah yang terjadi? Jawab: <i>Bersikap jujur sopan baik dan Amanah.</i>
3	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan? Jawab: <i>Sudah baik namun disini marketing cuma satu ya mbak kadang saya kalau janji sama pak fauzi lama soalnya harus nunggu beliau ke tempat lain.</i>

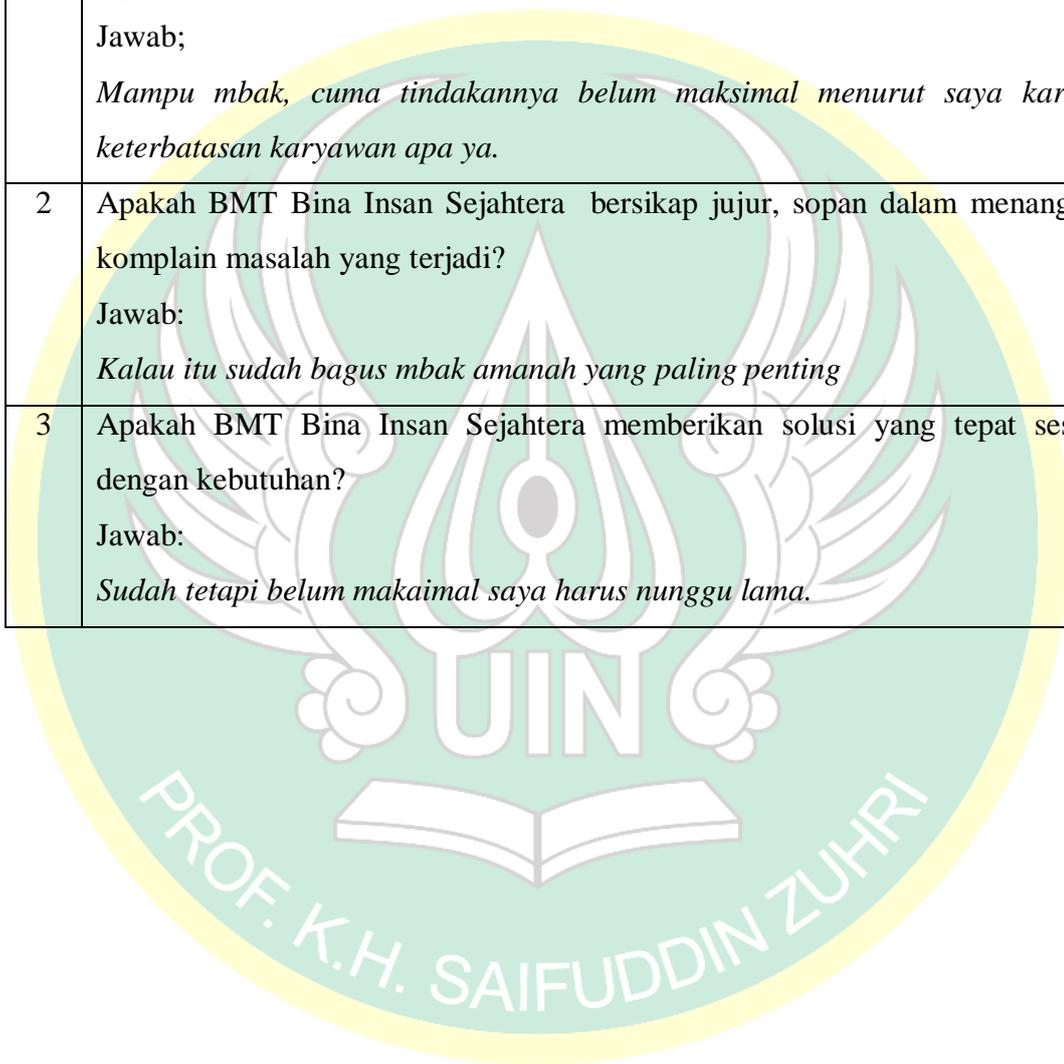


Nama : Suprimo
 Alamat : Karangmangu

NO	Pertanyaan mengenai <i>service excellence</i>
1	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap baik dalam menangani nasabah? Jawab: <i>Cukup lama saya menjadi nasabah disini sampai karyawannya sudah hafal saya kalau itu sudah jelas cukup baik.</i></p>
2	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu memberikan penjelasan pelayanan yang diberikan? Jawab; <i>Untuk pelayanannya kadang sering gak kedengeran apa ya mba karena dekat banget dengan jalan banyak kendaraan lalu lalang kadang suara bapaknya gak kedengeran atau kurang jelas dalam menjelaskan.</i></p>
3	<p>Apakah karyawan BMT Bina Insan Sejahtera mengenakan penampilan yang sopan dan serasi? Jawab: <i>Sopan serasi ganteng semua disini karena laki laki semua pegawainya</i></p>
4	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mau menerima masukan dan kritikan? Jawab: <i>Mungkin sudah namun saya sendiri gatau penyampaianya bagaimana.</i></p>
5	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu mewujudkan kebutuhan para nasabah? Jawab: <i>Mampu mbak, cuma tindakannya belum maksimal menurut saya karena keterbatasan karyawan, tapi sayang disini untuk pencairan nya harus nunggu lumayan lama sekitar 15 hari kalau gak salah mba, kita disini sudah butuh dan kepepet tapi uang belum cair</i></p>
6	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera dapat meminimalkan / ketidakpuasan nasabah?</p>

	<p>Jawab:</p> <p><i>Sudah tetapi belum maksimal saya harus nunggu lama.</i></p>
--	---

NO	Pertanyaan mengenai <i>service recovery</i>
1	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera menangani nasabah dengan prosedur yg tepat?</p> <p>Jawab;</p> <p><i>Mampu mbak, cuma tindakannya belum maksimal menurut saya karena keterbatasan karyawan apa ya.</i></p>
2	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap jujur, sopan dalam menangani komplain masalah yang terjadi?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Kalau itu sudah bagus mbak amanah yang paling penting</i></p>
3	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah tetapi belum maksimal saya harus nunggu lama.</i></p>



Nama : Ahmad Sidik

Alamat : Bangkal

NO	Pertanyaan mengenai <i>service excellence</i>
1	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap baik dalam menangani nasabah? Jawab: <i>Pelayanan ramah sekali mbak saya masih didepan sudah disambut dengan candaan bapak suparno soalnya sudah biasa bercanda agar terjalin rasa kekeluargaan</i></p>
2	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu memberikan penjelasan pelayanan yang diberikan? Jawab; <i>Sangat jelas saya kalau gak maksud saya tanya pak fauzi dijelasin sampai saya paham.</i></p>
3	<p>Apakah karyawan BMT Bina Insan Sejahtera mengenakan penampilan yang sopan dan serasi? Jawab: <i>Sopan bersih bagus pokoknya mba</i></p>
4	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera memberikan perhatian kebutuhan nasabah? Jawab: <i>Saya senengnya disini angsurannya tetap mba nggak kaya di bank kan ada tuh beda-beda, ketika saya belum ada uang untuk membayar angsuran saya juga bilang saja ke pak fauzi negoisasi untuk di undur temponya, kadang kan kebutuhannya lagi banyak sih mba kaya pas anak lagi ada bayaran sekolah.</i></p>
5	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu mewujudkan kebutuhan para nasabah? Jawab: <i>Saya ngerasain sendiri disini sudah 4 tahun kepenakan karyawannya mbak</i></p>
6	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera dapat meminimalkan / ketidakpuasan</p>

	<p>nasabah?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah cukup baik.</i></p>
--	---

NO	Pertanyaan mengenai <i>service recovery</i>
1	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera menangani nasabah dengan prosedur yg tepat?</p> <p>Jawab;</p> <p><i>Sudah sesuai yang diinginkan saya mbak</i></p>
2	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap jujur, sopan dalam menangani komplain masalah yang terjadi?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Bersikap jujur sopan baik dan Amanah.</i></p>
3	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah baik namun disini marketing cuma satu ya mbak kadang saya kalau janjian sama pak fauzi lama soalnya harus nunggu beliau ke tempat lain.</i></p>

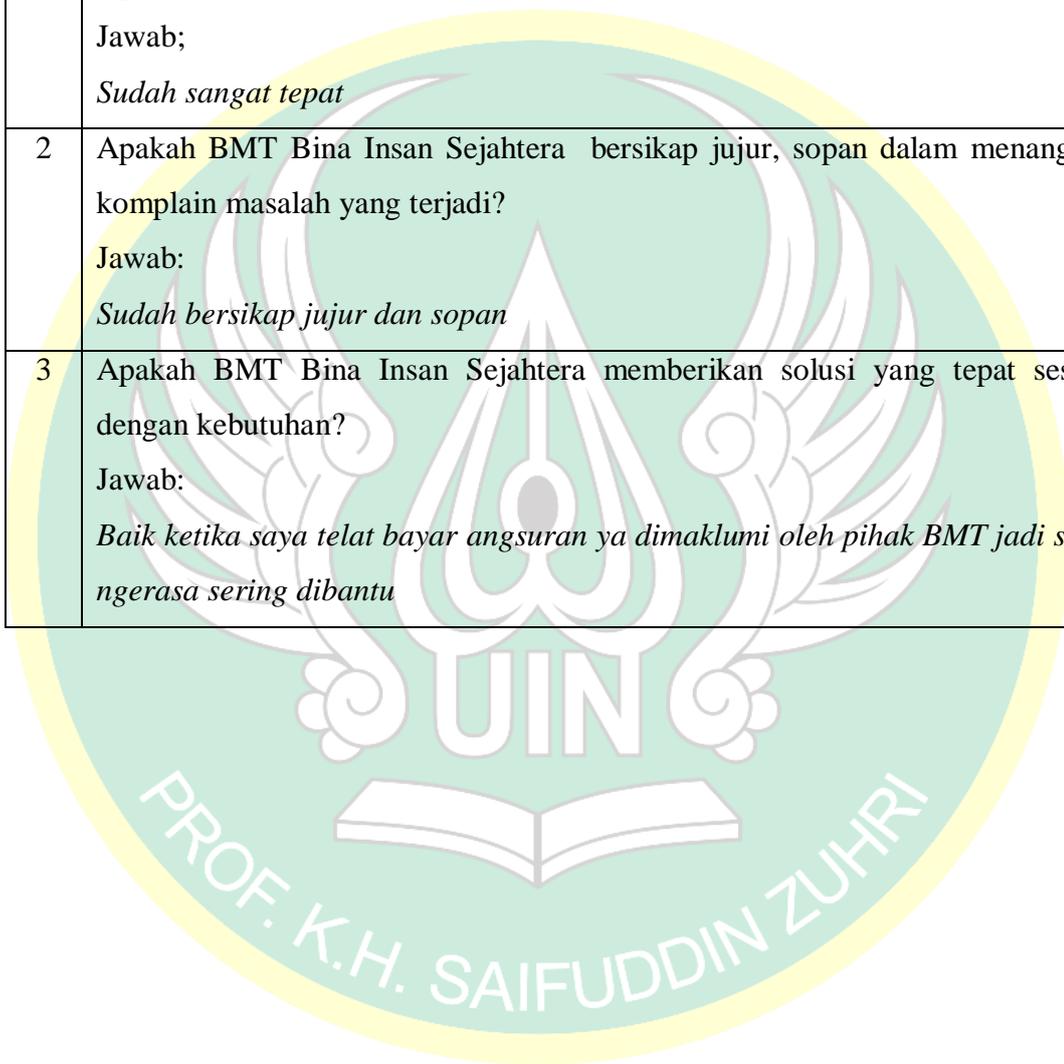
Nama : Gunarto dan Rehan

Alamat : Karangmangu

NO	Pertanyaan mengenai <i>service excellence</i>
1	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap baik dalam menangani nasabah? Jawab: <i>Sudah baik enakan pegawainya</i></p>
2	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu memberikan penjelasan pelayanan yang diberikan? Jawab; <i>Sudah terjalin komunikasi yang baik disini pegawainya gak terlalu banyak jadi saya mudah hafal</i></p>
3	<p>Apakah karyawan BMT Bina Insan Sejahtera mengenakan penampilan yang sopan dan serasi? Jawab: <i>Rapih sopan mbak disini pegawainya bapak bapak semua apalagi ditambah pegawai cewek jadi saya pasti sering kesini.</i></p>
4	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu memberikan perhatian kebutuhan nasabah? Jawab: <i>Saya pernah kemarin mau menabung tapi saya gak ada kendaraan saya chat pak fauzi langsung datang ke rumah, jadi saya ga perlu repot repot datang ke kantor</i></p>
5	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu mewujudkan kebutuhan para nasabah? Jawab: <i>Menerima masukan dengan baik, mendengarkan keluhan saya dengan bijak</i></p>
6	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera dapat meminimalkan / ketidakpuasan nasabah? Jawab:</p>

	<i>Menurut pendapat saya pribadi sudah mampu ya mbak untuk lain lain nya masih bisa ditolerir.</i>
--	--

NO	Pertanyaan mengenai <i>service recovery</i>
1	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera menangani nasabah dengan prosedur yg tepat? Jawab; <i>Sudah sangat tepat</i>
2	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap jujur, sopan dalam menangani komplain masalah yang terjadi? Jawab: <i>Sudah bersikap jujur dan sopan</i>
3	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan? Jawab: <i>Baik ketika saya telat bayar angsuran ya dimaklumi oleh pihak BMT jadi saya ngerasa sering dibantu</i>



Nama : Siti NA

Alamat : Kroya

NO	Pertanyaan mengenai <i>service excellence</i>
1	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap baik dalam menangani nasabah? Jawab: <i>Bersikap baik pak parno baik banget lemah lembut orangnya dan sabar.</i></p>
2	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu memberikan penjelasan pelayanan yang diberikan? Jawab; <i>Sudah kalau itu saya puas dengan pelayanannya pak parno</i></p>
3	<p>Apakah karyawan BMT Bina Insan Sejahtera mengenakan penampilan yang sopan dan serasi? Jawab: <i>Sopan, bersih dan wangi.</i></p>
4	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu memberikan perhatian kebutuhan nasabah? Jawab: <i>Untuk fasilitas parkir mohon untuk diluaskan ya mbak kadang saya kesusahan parkirnya soalnya mepet banget jalan raya.</i></p>
5	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu mewujudkan kebutuhan para nasabah? Jawab: <i>Untuk ini belum mba saya mengeluh tentang area parkir yang sempit dari tahun lalu belum diperbaiki.</i></p>
6	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera dapat meminimalkan / ketidakpuasan nasabah? Jawab: <i>Belum sepenuhnya mbak saya komplain parkirnya mohon untuk diperluas karena mepet jalan raya jadi saya kesusahan keluarnya apalagi kadang saya</i></p>

	<i>bawa anak repok mbak</i>
--	-----------------------------

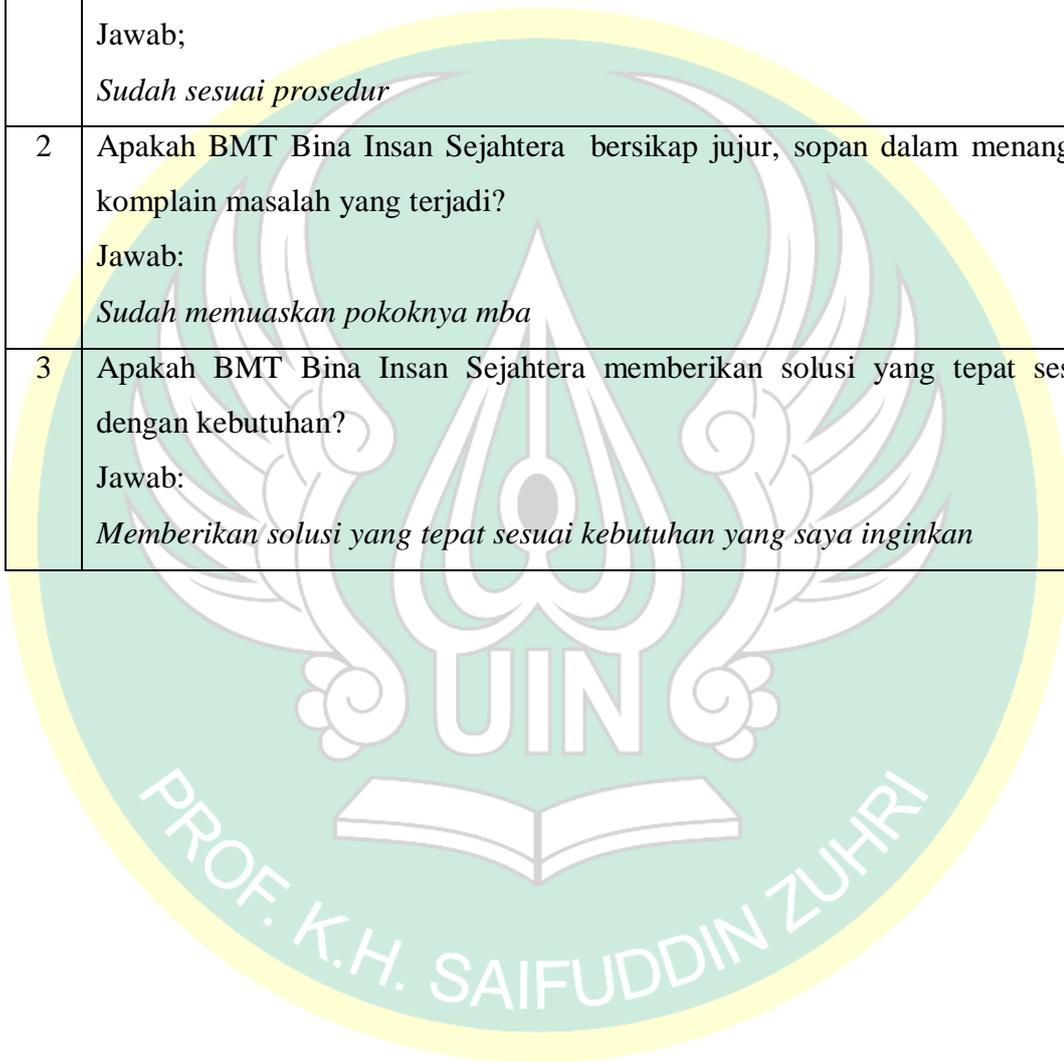
NO	Pertanyaan mengenai <i>service recovery</i>
1	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera menangani nasabah dengan prosedur yg tepat?</p> <p>Jawab;</p> <p><i>Belum sepenuhnya mbak saya komplain parkirnya mohon untuk diperluas karena mepet jalan raya jadi saya kesusahan keluarnya apalagi kadang saya bawa anak repok mbak</i></p>
2	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap jujur, sopan dalam menangani komplain masalah yang terjadi?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Saya ras sudah cukup mbak</i></p>
3	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Belum sepenuhnya untuk ruang tungguanya sedikit dan diluar juga tidak ada ruang tunggu ketika di dalam penuh.</i></p>

Nama : Suparman
 Alamat : Karangmangu

NO	Pertanyaan mengenai <i>service excellence</i>
1	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap baik dalam menangani nasabah? Jawab: <i>Sudah cukup baik saya disini sudah menjadi nasabah selama 5 tahun mbak.</i></p>
2	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu memberikan penjelasan pelayanan yang diberikan? Jawab; <i>Mampu menjelaskan apa yang dibutuhkan nasabah</i></p>
3	<p>Apakah karyawan BMT Bina Insan Sejahtera mengenakan penampilan yang sopan dan serasi? Jawab: <i>Rapih dan Sopan.</i></p>
4	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu memberikan perhatian kebutuhan nasabah? Jawab: <i>Sudah mbak sudah kaya keluarga sendiri</i></p>
5	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu mewujudkan kebutuhan para nasabah? Jawab: <i>Kemarin pernah mba saya butuh dana darurat istri masuk ke rumah sakit kebetulan saya nggak bisa ke kantor saya chat wa pak fauzi langsung dianterin ke rumah sakit saat itu juga pokoknya cepat tanggap.</i></p>
6	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera dapat meminimalkan / ketidakpuasan nasabah? Jawab: <i>Kebetulan saya kades di desa ini saya sudah menjadi nasabah BMT Bina</i></p>

	<i>Insan Sejahtera selama 5 tahun saya sudah sangat percaya, karyawannya amanah dan jujur ketika saya butuh pun mereka siap</i>
--	---

NO	Pertanyaan mengenai <i>service recovery</i>
1	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera menangani nasabah dengan prosedur yg tepat? Jawab; <i>Sudah sesuai prosedur</i>
2	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap jujur, sopan dalam menangani komplain masalah yang terjadi? Jawab: <i>Sudah memuaskan pokoknya mba</i>
3	Apakah BMT Bina Insan Sejahtera memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan? Jawab: <i>Memberikan solusi yang tepat sesuai kebutuhan yang saya inginkan</i>



Nama : Bapak Rayon & Bapak Misyanto

Alamat : Karangmangu & Ndoplang

NO	Pertanyaan mengenai <i>service excellence</i>
1	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap baik dalam menangani nasabah? Jawab: <i>Sudah cukup baik</i></p>
2	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu memberikan penjelasan pelayanan yang diberikan? Jawab; <i>Sudah menyampaikan produk dengan sangat jelas dan mampu membuat saya bertahan di BMT ini,</i></p>
3	<p>Apakah karyawan BMT Bina Insan Sejahtera mengenakan penampilan yang sopan dan serasi? Jawab: <i>Untuk penampilan sudah selaras pada umumnya.</i></p>
4	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu memberikan perhatian kebutuhan nasabah? Jawab: <i>Sudah mampu memberikan solusi ketika saya ada masalah mereka selalu membantu saya.</i></p>
5	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu mewujudkan kebutuhan para nasabah? Jawab: <i>Disini saya kalau mau komplain / keluhan bingung mba gak kayak di bank bank. saran aja sih di meja setiap hari kunjungan nasabah diberikan kertas saran/keluhan jadi saya juga enak</i></p>
6	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera dapat meminimalkan / ketidakpuasan nasabah?</p>

	<p>Jawab:</p> <p><i>Sudah seperti keluarga saya sepenuhnya percaya pada karyawannya sudah mampu menjaga amanah dengan baik</i></p>
--	--

NO	Pertanyaan mengenai <i>service recovery</i>
1	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera menangani nasabah dengan prosedur yg tepat?</p> <p>Jawab;</p> <p><i>Untuk pelayanan Bmt secara teknis cepat tanggap ya mbak saya biasanya whatsapp saja nanti karyawan datang kerumah</i></p>
2	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap jujur, sopan dalam menangani komplain masalah yang terjadi?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Untuk pelayanan Bmt secara teknis cepat tanggap ya mbak saya biasanya whatsapp saja nanti karyawan datang kerumah</i></p>
3	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah sesuai mbak</i></p>

Nama : Ibu Nur Hasanah & Ibu Sutirah

Alamat : Sumpuih & Karangmangu

NO	Pertanyaan mengenai <i>service excellence</i>
1	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap baik dalam menangani nasabah? Jawab: <i>Sudah san gat ramah baik lagi karyawannya apalagi kalau saya sering merepotkan pak fauzi dadakan minta tolong.</i></p>
2	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu memberikan penjelasan pelayanan yang diberikan? Jawab; <i>Untuk pelayanannya kadang sering gak kedengeran apa ya mba karena dekat banget dengan jalan banyak kendaraan lalu lalang kadang suara bapaknya gak kedengeran atau kurang jelas dalam menjelaskan</i></p>
3	<p>Apakah karyawan BMT Bina Insan Sejahtera mengenakan penampilan yang sopan dan serasi? Jawab: <i>Penampilan sudah pada umumnya memenuhi standar rapi bersih.</i></p>
4	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu memberikan perhatian kebutuhan nasabah? Jawab: <i>Sudah mbak tetapi belum sepenuhnya</i></p>
5	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera mampu mewujudkan kebutuhan para nasabah? Jawab: <i>Kritik dan saran menerima mba, tetapi saya kemarin pernah nunggu gak duduk krena ruang tunggu penuh agar ditaruh depan biar kebagian tetapi sampai saat ini belum terealisasi</i></p>
6	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera dapat meminimalkan / ketidakpuasan nasabah?</p>

	<p>Jawab:</p> <p><i>Untuk komunikasi sudah sangat bagus mereka mengayomi saya selaku nasabah mampu membuat saya bertahan disini karena mereka semua amanah.</i></p>
--	---

NO	Pertanyaan mengenai <i>service recovery</i>
1	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera menangani nasabah dengan prosedur yg tepat?</p> <p>Jawab;</p> <p><i>Disini saya kalau mau komplain / keluhan bingung mba gak kayak di bank bank. saran aja sih di meja setiap hari kunjungan nasabah diberikan kertas saran/keluhan jadi saya juga enak</i></p>
2	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera bersikap jujur, sopan dalam menangani komplain masalah yang terjadi?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Sudah baik dan Amanah</i></p>
3	<p>Apakah BMT Bina Insan Sejahtera memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan?</p> <p>Jawab:</p> <p><i>Untuk pelayanannya kadang sering gak kedengeran apa ya mba karena dekat banget dengan jalan banyak kendaraan lalu lalang kadang suara bapaknya gak kedengeran atau kurang jelas dalam menjelaskan</i></p>

LAMPIRAN 2

DOKUMENTASI FOTO PENELITIAN



Kantor BMT Tampak Depan



Area Parkir



Ruang Tunggu



Customer Service Melayani Nasabah



Wawancara dengan Staff Marketing



Wawancara dengan Customer Service



Wawancara dengan Nasabah



Wawancara dengan Nasabah



Wawancara dengan Nasabah



Wawancara dengan Nasabah



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas

Nama : Melly Eva Sukmawati
 NIM : 1917202079
 Tempat/Tanggal Lahir : Cilacap, 27 July 2001
 Alamat Rumah : Jl. Irian Jaya RT 04 RW 02 Mergawati
 Kroya Cilacap

Nama Orang Tua

b. Ayah : Paryo
 c. Ibu : Wasirah

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal:

1. SD N 02 Mergawati
2. SMP N 1 Nusawungu
3. SMA N 1 Kroya
4. S1 Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saiffudin Zuhri Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. Pengurus Dema Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saiffudin Zuhri Purwokerto
2. Pengurus Komunitas CEO
3. Pengurus Komunitas Marketing Perbankan Syariah
4. GENBI 2022 (Generasi Baru Indonesia)

Purwokerto, 10 Oktober 2023

Melly Eva Sukmawati

NIM.1917202079