

**MANAJEMEN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS NASABAH PADA KSPPS (KOPERASI SIMPAN PINJAM
PEMBIAYAAN SYARIAH) BTM (BAITUT TAMWIL
MUHAMMADIYAH) PERKASA CABANG BOBOTSARI KABUPATEN
PURBALINGGA**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

OLEH :

**INDRA ANGGIT PRAYOGA
2017202088**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF.K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indra Anggit Prayoga
NIM : 2017202088
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : MANAJEMEN PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH
PADA KSPPS BTM (BAITUT TAMWIL
MUHAMMADIYAH) PERKASA CABANG
BOBOTSARI

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

Purwokerto, 1 Juni 2024

Saya yang menyatakan,



Indra Anggit Prayoga

2017202088



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

**MANAJEMEN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
NASABAH PADA KSPPS (KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN
SYARIAH) BTM (BAITUT TAMWIL MUHAMMADIYAH) PERKASA
CABANG BOBOTSARI KABUPATEN PURBALINGGA**

Yang disusun oleh Saudara **Indra Anggit Prayoga NIM 2017202088** 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 **Kamis, 11 Juli 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

Sekretaris Sidang/Penguji

H. Kholilur Rahman, Lc., M.A.
NIDN. 2016068203

Pembimbing/Penguji

Dr. Atabik, M.Ag.
NIP. 19651205 199303 1 004

Purwokerto, 12 Juli 2024

Mengesahkan

Dekan

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

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

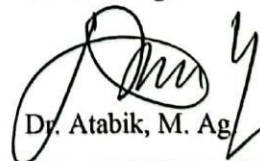
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Indra Anggit Prayoga NIM 2017202088 yang berjudul:

**MANAJEMEN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
NASABAH PADA KSPPS BTM (BAITUT TAMWIL MUHAMMADIYAH)
PERKASA CABANG BOBOTSARI**

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 Syari'ah (S. E.)

Purwokerto, 1 Juni 2024

Pembimbing,



Dy. Atabik, M. Ag.

NIP. 19651205 199303 1 004

MOTTO

***“Ingat! Tidak ada yang peduli dengan nasibmu, maka bertempurlah
selayaknya pria sejati, hancur, hilang, dan menang.”***

(Danger line, Avenged Sevenfold)

“Jangan dulu tumbang sebelum balas dendam, jagoan mama gaboleh lemah.”

@indraanggit_



**MANAJEMEN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS NASABAH PADA KSPPS (KOPERASI SIMPAN PINJAM
PEMBIAYAAN SYARIAH) BTM (BAITUT TAMWIL
MUHAMMADIYAH) PERKASA CABANG BOBOTSARI KABUPATEN
PURBALINGGA**

Indra Anggit Prayoga

NIM. 2017202088

Email: indraanggit02@gmail.com

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas
Islam Negeri Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwoketo

ABSTRAK

Pelayanan adalah suatu kegiatan individu atau kelompok kepada konsumen namun tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Manajemen pelayanan baik dipasar domestik (nasional) maupun di internasional menuntut sebuah perusahaan atau lembaga untuk merancang strategi guna menghadapi persaingan yang semakin ketat saat ini semakin lama semakin kuat. Dalam kegiatan meningkatkan kinerja keuangan syariah diperlukan strategi manajemen pelayanan yang baik untuk menggaet nasabah guna melakukan transaksi di lembaga keuangan syariah. Seperti yang dilakukan KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari ini, dalam upaya meningkatkan kinerja pelayanan terhadap nasabah, manajemen pelayanan yang digunakan adalah memaksimalkan pelayanan guna membantu mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini dilakukan di KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari pada bulan Juni tahun 2024. Subjek dalam penelitian ini adalah Kepala kantor cabang KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari, *customer service*, *teller*, *marketing* dan nasabah. Penelitian menggunakan data primer dan data sekunder yang merupakan data dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik keabsahan data yang digunakan terdapat tiga macam triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas meningkatkan kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berperan penting dalam meningkatkan loyalitas, reputasi dan kepercayaan menjadi pondasi loyalitas, dan interaksi yang efektif juga meningkatkan pengalaman nasabah. Dengan demikian penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami hubungan yang kompleks antara manajemen pelayanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah.

Kata Kunci: Manajemen Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Nasabah.

**Service management on customer satisfaction and loyalty at
KSPPS (sharia financing savings and loan cooperative) BTM
(Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa Bobotsari branch
Purbalingga district**

Indra Anggit Prayoga

NIM. 2017202088

Email: indraanggit02@gmail.com

Sharia Banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business,
Prof.K.H. Saifuddin Zuhri State Islamic University Purwoketo

ABSTRACT

There are still many institutions that do not know the service management work system which at that time is very much needed for consumers in order to facilitate transactions. Service is an individual or group activity to consumers but is intangible and cannot be owned. Service management both in the domestic (national) and international markets requires a company or institution to design strategies to face the increasingly strong competition. In activities to improve the performance of Islamic finance, a good service management strategy is needed to attract customers to make transactions at Islamic financial institutions. As done by KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa Bobotsari branch, in an effort to improve service performance to customers, the service management used is maximizing services to help make it easier for customers to make transactions.

The research method used is descriptive qualitative research. Qualitative method is a research procedure that produces descriptive data in the form of words or spoken from people and observable behavior. This research was conducted at KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa Bobotsari branch in June 2024. The subjects in this study were the Head of the KSPPS BTM Perkasa Bobotsari branch office, customer service, teller, marketing and customers. The research uses primary data and secondary data which is data from interviews, observation, and documentation. The data validity technique used is three kinds of triangulation, namely triangulation of sources, triangulation of data collection techniques, and time. The data analysis techniques used in this research are data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of the study show that quality service increases customer satisfaction, customer satisfaction plays an important role in increasing loyalty, reputation and trust are the foundation of loyalty, and effective interaction also improves customer experience. This research thus makes an important contribution to understanding the complex relationship between service management, customer satisfaction, and loyalty.

Keywords: *Service Management, Customer Satisfaction and Loyalty.*

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan Nomor: 0542 b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huru f 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	Ĥ	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	<u>Š</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan garis dibawah)
ط	Ṭa	<u>Ṭ</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ẓa	<u>Ẓ</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el

م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena syaddah ditulisa rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

C. Ta Marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

1. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke du aini terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

2. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

اَ	<i>Fathah</i>	ditulis	a
اِ	<i>Kasrah</i>	ditulis	i
اُ	<i>Dammah</i>	ditulis	u

E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	ā
	جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	ā
	تانسآ	ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	ī
	كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	ū
	فروض	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	Ai
	بائكم	ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	Au
	قول	ditulis	Qaul

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>

H. Kata sambung alif + lam

1. Bila diikuti huruf qomariyah

القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>
--------	---------	-----------------

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah

السماء	Ditulis	<i>As-samā'</i>
--------	---------	-----------------

I. Penulisan kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي النروض	ditulis	<i>Zawī al-furūd</i>
------------	---------	----------------------



KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Puji syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia serta limpahan rahmat, yang begitu banyaknya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dari dunia perkuliahan. Dari banyaknya usaha serta doa yang selalu dilantunkan setiap saat tentunya dengan segala perjuangan, hambatan, kesulitan, dan segala hal yang perlu dihadapi dengan semangat dan paksaan. Sholawat serta salam, semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW. Semoga kita mendapatkan syafa'atnya kelak. Aamiin

Skripsi ini disusun dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat yang harus dipenuhi bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk program studi Perbankan Syariah memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.). Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung serta memberikan kritik dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku 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. Dr. H. Akhmad Faozan Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Prof. Dr. H. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dewi Laela Hilyatin, M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. 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.
12. Segenap dosen dan staff administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Bapak Dr. Atabik, M. Ag. Selaku dosen pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan motivasi dan kesabarannya demi terselesaikannya skripsi ini.
14. Pahlawan terhebatku, bapak Mugiono. Beliau memang tidak pernah merasakan bangku perkuliahan namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, mensupport, dan selalu mendukung semua kegiatan penulis hingga mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
15. Malaikat tanpa sayapku, ibu Hartati. Yang sangat tulus, ikhlas dan sabar menjaga, merawat dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang dan yang tidak pernah lelah memanjatkan doanya untuk penulis. Beliaulah alasan penulis bisa melalui semua kesulitan, dan karena beliaulah alasan penulis untuk selalu kuat.
16. Motivator terbaik, kakaku Kokoh Anggit Pamukti dan mba Rista. Yang selalu memberikan motivasi terbaiknya, yang selalu mensupport penulis.

Yang selalu membentuk mental penulis, tanpa mereka penulis tidak akan sekuat saat ini.

17. Grup PKH yang terhormat, Dimas mungkung jebog, Sufi Baswedan, Imam bukan makmum, Didit Kintel. Dimana selalu menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi. Mensupport, membantu dan menjadi saksi bisu perjuangan penulis dalam menyelesaikan studinya.
18. Untuk teman-temanku Annastasya, Dini Ayu, yang telah mensupport dan membantu penulis untuk menyelesaikan skripsinya.
19. Untuk grup band Avenged Sevenfold, yang telah menemani penulis mengerjakan skripsi melalui lagu-lagunya.
20. Terimakasih kepada oshiku dan JKT48 yang memberikan semangat dan aura positif kepada penulis lewat lagu-lagunya.
21. Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan, terima kasih sudah menemani, mempercayai dan mendukung penulis.
22. Terimakasih kepada diri sendiri, yang sudah kuat untuk bertahan dan melewati semua lika-liku selama menyelesaikan studi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena dengan segala keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang masih harus penulis tingkatkan lagi agar bisa lebih baik kedepannya. Untuk itu, penulis sangat menerima kritik dan saran yang membangun dari pihak mana pun. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk siapapun yang membacanya.

Purwokerto, 1 Juni 2024

Indra Anggit Prayoga
NIM. 2017202088

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iii
Abstrak	iv
Abstract	v
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA.....	vi
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	8
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Manajemen Pelayanan	12
B. Kepuasan Nasabah	17
C. Loyalitas Nasabah	21
D. Kajian Pustaka.....	22
E. Landasan Teologis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Waktu dan Tempat Penelitian	31
C. Subjek dan Objek Penelitian	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	32
E. Sumber Data.....	34
F. Uji Keabsahan Data.....	35
G. Teknik Analisi Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	37

B. Gambaran Umum Manajemen Pelayanan di KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari	49
C. Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari	60
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1..... 40



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	5
Tabel 2. 1	25
Tabel 4. 1	53



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masih banyak beberapa lembaga yang belum mengetahui sistem kerja manajemen pelayanan yang pada saat itu sangat dibutuhkan bagi para konsumen agar dapat memudahkan dalam bertransaksi. Pelayanan adalah suatu kegiatan yang diberikan individu atau kelompok kepada konsumen namun tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Nasabah harus dimuliakan, dalam artian tidak boleh dikecewakan, tidak boleh dirugikan dan kepentingannya menjadi kewajiban untuk diketahui dan diperhatikan. Nasabah yang puas pasti akan mengajak masyarakat di lingkungannya agar dapat bergabung menjadi nasabah di lembaga tersebut. Namun jika nasabah tidak merasa puas, pasti akan berhenti menjadi nasabah dan tidak akan mengajak masyarakat di lingkungannya untuk menjadi nasabah di lembaga tersebut.

Manajemen pelayanan baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional menuntut sebuah perusahaan atau lembaga untuk merancang strategi guna menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin kuat. Apalagi bagi lembaga syariah yang harus berusaha semaksimal mungkin bersaing dengan lembaga konvensional dengan tujuan mensejahterakan masyarakat melalui sistem perekonomian yang sesuai dengan syariat Islam yang menghindari sistem *riba*, *gharar*, *maysir*. (Muhammad, I.A., 2021).

Dalam rangka usaha memuaskan kebutuhan nasabah juga harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat “*win-win situation*” yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan nasabah merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan nasabah untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha (Chintia Monica et al, 2023). Nasabah itu di ibaratkan sebagai seorang raja yang harus dilayani dengan sepenuh hati, selain harus menyediakan

kualitas pelayanan terbaik juga ada faktor pola perilaku konsumen/nasabah yang susah untuk di tembak, karena indonesia yang kaya akan keberagaman budayanya sehingga memiliki perilaku yang beragam pula. Selain itu persaingan yang semakin banyak pada koperasi di indonesia tim maketing pada sebuah koperasi syariah di indonesia harus memiliki strategi yang tepat guna memenangkan persaingan (Reza Nurul Ichsan et al, 2021).

Dalam kegiatan meningkatkan kinerja keuangan syariah di perlukan strategi manajemen pelayanan yang baik untuk menggaet nasabah guna melakukan transaksi di lembaga keuangan syariah. Seperti yang dilakukan karyawan pada KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari ini, dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan dalam mengenalkan produk kepada nasabah maka di luncurkanlah strategi marketing dengan system *jemput bola*. Pengertian dari "*jemput bola*" adalah mendatangi atau mencari pelanggan (dengan cara apapun dan efektif tanpa harus mengeluarkan banyak tenaga). Dalam bisnis online, biasanya pelaksanaan jemput bola dengan cara, sering mempromosikan di situs-situs iklan baris gratis, serta banyak melakukan komentar pada blog (Aziz, 2019). Jadi dapat di simpulkan, system jemput bola adalah suatu kegiatan yang dilakukan marketing guna mencari nasabah dengan cara mendatangi nasabah melalui *door to door*.

Strategi jemput bola ini memberikan banyak kemudahan bagi nasabah dimana nasabah hanya menunggu di tempat kerja atau di rumah masing-masing untuk melakukan sebuah transaksi. Strategi ini di rasa lebih efektif dan efisien dalam mengenalkan produk-produk yang dimiliki KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari ini karena dapat menjangkau sebuah wilayah yang di datangi oleh tim marketing. Selain menggunakan sistem jemput bola tim marketing KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari juga menggunakan system pemasaran dari mulut kemulut atau yang sering di sebut dengan WOM (*word of mouth*).Pemasaran dari mulut kemulut atau sering di sebut juga dengan *word of mouth* (WOM) merupakan usaha strategi pemasaran dari konsumen untuk mempromosikan, menganjurkan produk, membicarakan produk dan menjual produk atau jasa yang telah kita coba kepada konsumen lainnya (Fahmi Wijaya

dan Sujana, 2020). Pada strategi ini tim marketing mengandalkan sistem WOM ini kepada nasabah tetapnya agar mengajak orang di lingkungan sekitarnya agar bisa bergabung dan mengambil produk yang di miliki oleh KSPPS BTM (Baitut Tanwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari. Kualitas pelayanan sebagai bagian dari strategi pemasaran jasa yang memiliki peranan besar bagi keberhasilan perusahaan (Sulasih et al,2019). Terkait dengan pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas, Luo dan Bhattacharya (2006), serta Pollack (2009) berpendapat bahwa loyalitas akan tercipta manakala konsumen merasa mendapat kepuasan dari layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Perkembangan dunia perbankan syariah tidak lepas dari peran para nasabah yang memberikan kepercayaan terhadap pihak perbankan untuk penyimpanan aset keuangannya. Fungsi perbankan secara umum dalam hal penghimpunan dana dari masyarakat kemudian akan disalurkan kepada pihak yang defisit dan memerlukan dana sehingga dalam fungsi ini dana yang disimpan masyarakat akan lebih produktif dan bermanfaat (Shofwa,2016). Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh di abaikan bagi suatu perusahaan bagi suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan pada kepuasan nasabah perlu dan harus di tingkatkan secara terus menerus. Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk membantu eksistensi perusahaan.

Kepuasan dari pelanggan merupakan syarat yang diperlukan bagi terciptanya loyalitas. Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan nasabah ditentukan oleh pelayanan yang diterima oleh nasabah dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan nasabah sangat ditentukan oleh kualitas layanan dari jasa yang diberikan. Dalam industri perbankan, penelitian hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan sudah sangat banyak dilakukan. Naeem, Akram, dan Saif (2009) mereka menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif kepada kepuasan nasabah. Dalam hal itu terkait dengan kualitas layanan, para peneliti menggunakan dimensi/indikator yang berbeda

sebagai pengukurnya. Pollack (2009) mengemukakan bahwa lebih dari 20 tahun banyak penelitian telah dilakukan untuk menentukan ukuran yang tepat bagi kualitas layanan. Kualitas yang prima akan berdampak kepada loyalitas nasabah yang puas, namun kepuasan saja tidaklah cukup untuk membawa pelanggan menjadi loyal.

Loyalitas nasabah adalah komitmen yang tinggi untuk membeli suatu produk atau jasa yang disukai dimasa mendatang, disamping pengaruh situasi dan usaha pemasar dalam merubah perilaku. Dengan kata lain nasabah akan setia untuk melakukan pembelian ulang secara terus-menerus. Untuk mempertahankan loyalitas nasabah tidak hanya dibutuhkan kepuasan, melainkan lebih dari itu adalah kepercayaan nasabah yang merupakan kunci dari *relationship marketing*. Adapun definisi loyalitas adalah pembentukan sikap dan pola perilaku seorang konsumen terhadap pembelian dan penggunaan produk hasil dari pengalaman mereka sebelumnya (Griffin, 2005).

Seorang nasabah dapat dikatakan nasabah yang loyal adalah ketika konsumen yang puas dengan produk tertentu sehingga mereka mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya nasabah yang loyal juga akan menunjukkan kesetiannya untuk membeli produk-produk yang lainnya dari tempat yang sama. Loyalitas sendiri itu terbentuk dari dua komponen, loyalitas sebagai perilaku yang membeli ulang secara konsisten dan loyalitas sebagai sikap positif terhadap suatu produk atau produsen (penyedia jasa) ditambah dengan sebuah pembelian yang konsisten dari nasabah itu. Maka dari itu berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen terhadap suatu produk berhubungan dengan sikap positif yang dimiliki seorang konsumen terhadap produk dengan melakukan pembelian ulang secara konsisten. Maka dari itu karyawan melakukan upaya bagaimana cara mendapatkan kepuasan, kepercayaan dan loyalitas dari nasabah terhadap produk yang di tawarkan, sehingga tingkat kesuksesan terhadap kepuasan nasabah harus berpotensi besar karena penting dalam menunjang kelancaran tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Dalam persaingan yang ketat, hal utama yang diprioritaskan oleh sebuah perusahaan

salah satunya adalah perusahaan yang bergerak di bidang keuangan adalah kepuasan nasabah agar dapat bersaing, bertahan, dan menguasai pangsa pasar. Kepuasan nasabah pada lembaga keuangan baik Bank / koperasi syariah di tentukan pada layanan dan produk yang di tawarkan, dengan syarat dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

Sejalan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini, kualitas manusia semakin di tuntutan agar memiliki kemampuan untuk menguasai teknologi sehingga mampu untuk mengetahui tingkat pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Chintia Monica et al,2023). Oleh karena itu melakukan pelayanan yang berkualitas baik adalah memperoleh kepuasan pelanggan. Dalam melakukan pelayanan juga harus sesuai dengan standart yang selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan/nasabah pada setiap kualitas kepuasan pelanggan/nasabah sangat terkait, karena kualitas dapat memberikan dorongan yang kuat terhadap sebuah perusahaan.

Tabel 1. 1
Koperasi dan Koperasi Syariah di Indonesia

Tahun	Jumlah Koperasi	Jumlah Koperasi Syariah
2012	139321	1386
2013	143117	1591
2014	147249	2173
2015	150223	1973
2016	151170	2142
2017	152174	2253
2018	126343	2847
2019	123048	3705
2020	127124	3827
2021	127846	3851
2022	130354	3912

Sumber : Hasil Olah data BPS, OJK, dan BI

Pada saat sekarang ini, persaingan di segala bidang industri semakin nyata dengan adanya pembangunan fisik yang turut mempengaruhi kehidupan sosial dan budaya. Perkembangan koperasi simpan pinjam (KSP) dan unit simpan pinjam (USP) terus mengalami peningkatan yang signifikan (Utami,2018). Tabel di atas menunjukkan jumlah koperasi di Indonesia dari Tahun 2012-2022. Jumlah Koperasi secara keseluruhan mengalami peningkatan sejak 2012 hingga mencapai puncaknya pada tahun 2017, namun mengalami penurunan pada tahun 2018-2019. Namun dalam tahun yang sama Koperasi Syariah mengalami peningkatan yang cukup pesat. Berdasarkan analisis deskriptif tersebut, dapat di simpulkan bahwa meskipun ada fluktuasi dalam jumlah koperasi di Indonesia, namun secara keseluruhan jumlah koperasi mengalami peningkatan yang relatif stabil (Syahputra Edy et all, 2023).

KSPPS (Koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah) adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan waqaf. Sedangkan BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) adalah koperasi simpan pinjam dan pembiayaan yang berbasis syariah yang langsung dinaungi oleh lembaga organisasi Muhammadiyah. Banyak kantor KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) ini berdiri, masyarakat akan banyak dihadapkan banyak pilihan akan produk yang di tawarkan oleh bank syariah/koperasi yang berbasis syariah. Bagi nasabah pelayanan yang bermutu dan memuaskan adalah komponen utama karena produk-produk utama yang di tawarkan dan paling banyak di diminati para nasabah adalah kredit/pembiayaan. Karena pada produk ini karyawan dari bank syariah maupun koperasi syariah menawarkan produk yang tidak berbeda dan pelayanannya juga mudah di tiru. Oleh karena itu persaingan akan sangat di pengaruhi oleh kemampuan instansi keuangan syariah dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu di bandingkan pesaingnya.

KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari kabupaten Purbalingga merupakan lembaga keuangan yang fungsi utamanya sebagai penyalur dana dari pihak kelebihan dana kepada pihak yang

membutuhkan dana sehingga dana tersebut bisa menjadi modal untuk membangun usaha bagi peminjam dana. Jika pemanfaatan pada lembaga KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) ini dilakukan secara optimal, amanah, dan profesional maka perekonomian yang terjadi di masyarakat sekitar dapat menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Untuk menunjang tujuan dari KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) yaitu mensejahterakan umat dan menggapai ridho illahi maka penulis memiliki ide untuk membahas pelayanan di karenakan pelayanan merupakan hal yang paling utama dalam menghadapi situasi atau kondisi yang bertujuan untuk mengetahui tentang kepuasan dan loyalitas nasabah. Dan untuk menjaga para nasabah agar tidak keluar bahkan untuk menjaga tidak terputusnya kerjasama di berbagai bidang usaha yang sedang di laksanakan oleh lembaga KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah). Dengan metode dan pengetahuan yang ada di dalam manajemen pelayanan ini penulis berharap dapat memberikan informasi jika tingkat tingkat kesuksesan pelayanan karyawan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada produk yang di tawarkan dapat mempertahankan nasabah untuk selalu mengambil produk yang ada pada KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari.

Penelitian pendahuluan yang dilakukan peneliti di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari pada tanggal 10 juli 2023, peneliti melakukan berbagai kegiatan yang dilakukan di KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari, peneliti mengamati tentang pelayanan karyawan baik tim *marketing*, *teller*, dan *customer service* yang melakukan pelayanan tidak jauh berbeda dengan instansi keuangan pada umumnya, namun KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari memiliki nasabah yang begitu banyak dan dari 6 karyawan yang dimiliki dengan Kepala Kantor, Teller, Customer Service dan 3 orang marketing KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari ini mampu mencapai dan melebihi pendapatan yang di targetkan oleh perusahaan. Menurut data yang diperoleh peneliti perkembangan jumlah nasabah setiap tahunnya pasti bertambah, walaupun tidak bertambah dengan pesat dengan total nasabah dari tahun 2011 sampai tahun 2019 KSPPS BTM

Perkasa cabang Bobotsari ini memiliki jumlah nasabah dengan total 1990 nasabah. Kebanyakan nasabah yang dimiliki KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari ini sudah bertahun-tahun menjadi nasabah di KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari.

Dengan dilatarbelakangi masalah tersebut maka penulis tertarik mengkaji lebih lanjut tentang Manajemen pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa Cabang Bobotsari.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah batasan konsep atau istilah yang digunakan dalam judul skripsi. Definisi operasional digunakan agar tidak terjadi kekeliruan penafsiran antara penulis dan pembaca, oleh karena itu diperlukan batasan istilah dalam penelitian ini yang berjudul “Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa Cabang Bobotsari”, sebagai berikut :

1. Manajemen Pelayanan

Kata manajemen berasal dari bahasa Prancis kuno yaitu *management*, yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur. Sedangkan menurut istilah, Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.

Pelayanan menurut KBBI adalah perihal atau cara meladeni atau kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa sedangkan secara etimologi, pelayanan berasal dari bahasa Inggris, yaitu *service*. Pelayanan adalah kepedulian atau rasa peduli kepada pelanggan atau nasabah dengan memberikan layanan terbaik untuk membantu memudahkan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan bagi pelanggan. Para petugas pelayanan merupakan ujung tombak perusahaan jasa pelayanan yang akan berhadapan langsung dengan pihak konsumen/pelanggan. Petugas pelayanan ini tidak hanya harus mampu bertindak sebagai komunikator atau mediator, tetapi sekaligus harus mampu menanamkan citra yang positif bagi perusahaan dan juga harus memiliki

kemampuan membantu perusahaan dalam memahami bahwa pelanggan adalah aset yang penting dan harus dipelihara serta dipertahankan keberadaannya.

2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh di abaikan bagi suatu perusahaan bagi suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan. Tingkat kepuasan pelanggan akan berdampak pada pendapatan lembaga dimana masyarakat memiliki pilihan kemana mereka hendak mendapatkan produk, program dan pelayanan. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan pada kepuasan nasabah perlu dan harus di tingkatkan secara terus menerus. Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk membantu eksistensi perusahaan.

3. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah dapat dikatakan sebuah komitmen seorang nasabah untuk berlangganan kembali produk ataupun jasa Bank selama nasabah nyaman dan puas terhadap pelayanan yang diberikan bank. Marshall (2010) mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali suatu produk atau jasa yang disukai secara konsisten dimasa mendatang. Konsep ini kemudian ditambahkan oleh Griffin (2004) dengan mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai pembelian yang dilakukan secara acak yang dicerminkan dengan adanya pembelian secara terus menerus oleh unit pembuat keputusan. Loyalitas nasabah sangatlah penting bagi bank karena jika tidak ada nasabah maka bank tidak bisa hidup alias tidak dapat menjalankan usahanya. Pendapatan bank berasal dari dana yang dihimpun bank, contohnya adalah tabungan dan deposito. Jika bank tidak menawarkan produk dan jasa yang menarik untuk nasabah maka bisa dikatakan sulit untuk memperoleh atau mendapatkan loyalitas dari nasabah. Loyalitas nasabah yang tinggi kepada bank akan mengharuskan bank selalu mempertahankan kinerja yang telah dibangun

dan dapat menunjukkan sebuah kualitas pelayanan yang lebih baik pada masa depan.

4. KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah)

Baitut tamwil adalah lembaga keuangan yang berbidang bisnis dalam penggalangan dana masyarakat dalam bentuk pembiayaan usaha masyarakat mikro dengan sistem jual beli, bagi hasil maupun jasa. KSPPS (Koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah) adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan waqaf. Sedangkan BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) adalah koperasi simpan pinjam dan pembiayaan yang berbasis syariah yang langsung dinaungi oleh lembaga organisasi Muhammadiyah. Jika pemanfaatan lembaga KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) ini dilakukan secara optimal, profesional, dan amanah maka perekonomian masyarakat sekitar dapat menjadi lebih baik. BTM muncul sebagai keputusan dari lembaga Muhammadiyah yang mengharamkan bunga pada bank konvensional. BTM sebagai lembaga mikro keuangan syariah, bukan hanya mengikuti prinsip-prinsip islam, tetapi juga diakui sebagai *best practice* dalam menetapkan keuangan syariah (Bagus Ahmadi et al, 2023).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas maka permasalahan yang akan di kaji dalam penelitian adalah sebagai berikut :
Bagaimana Manajemen pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah) BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa Cabang Bobotsari kabupaten Purbalingga?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

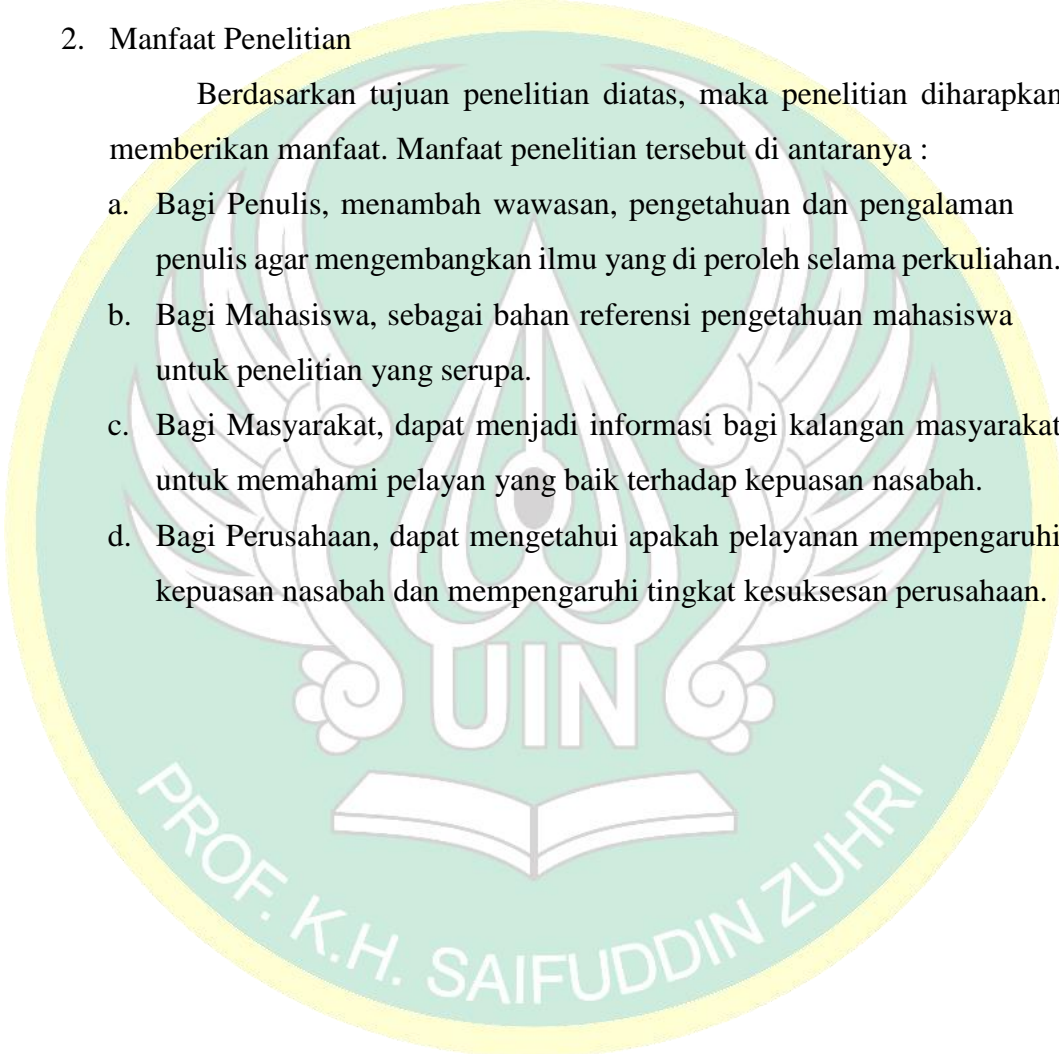
1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang di paparkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji tentang bagaimana manajemen pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah) BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa Cabang Bobotsari.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian diharapkan memberikan manfaat. Manfaat penelitian tersebut di antaranya :

- a. Bagi Penulis, menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman penulis agar mengembangkan ilmu yang di peroleh selama perkuliahan.
- b. Bagi Mahasiswa, sebagai bahan referensi pengetahuan mahasiswa untuk penelitian yang serupa.
- c. Bagi Masyarakat, dapat menjadi informasi bagi kalangan masyarakat untuk memahami pelayan yang baik terhadap kepuasan nasabah.
- d. Bagi Perusahaan, dapat mengetahui apakah pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah dan mempengaruhi tingkat kesuksesan perusahaan.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pelayanan

1. Pengertian Manajemen

Manajemen menurut stoner (dalam benty,2017) adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan berbagai sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang diinginkan. Menurut manulang sebagaimana dikutip oleh Ratminko dan Atik Septi Winarsih (2016:1) mengemukakan manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan dari pada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Tujuan dari perusahaan akan berjalan dengan baik apabila manajemennya dikelola dengan baik dan benar. Kepuasan pelanggan dalam suatu perusahaan atau lembaga salah satunya ditentukan oleh manajemen pelayanan yang bagus atau *service* yang baik terhadap pelanggan.

Manajemen pelayanan merupakan kegiatan merencanakan, mengorganisasi, menggerakkan serta mengendalikan proses pelayanan dengan standar yang sangat baik untuk memuaskan pelanggan agar tujuan organisasi tercapai (Nina, 2020). Oleh karena itu kajian proses manajemen pelayanan meliputi perencanaan, yang meliputi analisis kebutuhan dan penyusunan program pelayanan, pengorganisasian, berupa pembagian tugas untuk melaksanakan layanan, penggerakan, meliputi pengaturan pelaksanaan layanan serta pengawasan, meliputi pemantuan dan penilaian kinerja layanan di suatu instansi atau perusahaan (Wildan, 2018).

2. Fungsi Manajemen

Untuk mencapai tujuan, organisasi harus menjalankan fungsi-fungsi manajemen. Menurut George R. Terry fungsi-fungsi manajemen terdiri atas: perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Penggerakan (*Actuating*), Pengawasan (*Controlling*) (POAC) (Karyo, 2014:32).

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah kegiatan yang akan dilaksanakan. (Usman, 2017: 77) Perencanaan adalah proses dasar yang digunakan untuk memilih tujuan dan menentukan cakupan pencapaiannya.

b. Pengorganisasian (*Organizing*).

Pengorganisasian adalah suatu proses mendistribusikan pekerjaan dan tugas-tugas serta mengkoordinasikannya untuk mencapai tujuan organisasi. Manullang berpendapat bahwa pengorganisasian adalah pengelompokan aktifitas yang akan dilakukan atau pendistribusian tugas dan fungsi kepada setiap individu yang ada di dalam organisasi (Torang, 2015: 170).

c. Penggerakan (*Actuating*)

Penggerakan adalah seluruh proses pemberian motivasi kerja kepada bawahan sedemikian rupa. Sehingga mereka mampu bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis (Munir dan Wahyu Ilahi, 2015: 159).

d. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan merupakan salah satu fungsi manajemen yang berupa mengadakan penilaian dan sekaligus melakukan koreksi sehingga apa yang dilakukan bawahan bisa diarahkan ke jalan yang benar. Dalam pelaksanaan kegiatan pengawasan, atasan mengadakan pemeriksaan, mencocokkan serta mengusahakan agar kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan serta tujuan yang ingin dicapai (Manullang, 2016: 24).

3. Pengertian Pelayanan

Istilah Pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang di perlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia (Sinambela, 2011). Menurut Moenir (2014), Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung. Membicarakan pelayanan berarti membicarakan suatu proses kegiatan yang konotasinya lebih kepada hal yang abstrak (*intangible*). Pelayanan merupakan suatu proses, proses tersebut menghasilkan suatu produk yang berupa pelayanan, yang kemudian diberikan kepada pelanggan (Moenir, 2014 dan Pasolong, 2017).

Pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, memberikan pelayanan adalah merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan (Kasmir, 2015). Pelayanan juga merupakan kunci keberhasilan bagi perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran yang bersifat jasa (Adiwiyoto, 2017).

4. Fungsi Pelayanan

Fungsi dan tujuan pelayanan yaitu dapat membantu mencukupi kepentingan orang lain atau umum, karena kerap kali pemenuhan-pemenuhan tidak bisa dilakukan sendiri tetapi membutuhkan bantuan dari orang lain. Fungsi dari sebuah pelayanan tersebut antara lain :

- a. Memperlaju proses penerapan pekerjaan, agar bisa meminimlisir waktu.
- b. Menumbuhkan produktivitas barang maupun jasa.
- c. Mendapatkan kualitas produk yang lebih baik dan terjamin.
- d. Menciptakan rasa nyaman kepada individu yang bersangkutan.
- e. Membangkitkan rasa kepuasan bagi orang yang berkepentingan agar dapat menurunkan sifat emosionalnya.

5. Spesifik Pelayanan

Secara spesifik pelayanan dapat dibentuk 3 kategori yaitu sebagai berikut (Moenir, 2014 dan Fadla, 2016) :

a. Pelayanan dengan lisan

Pelayanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas yang berhubungan dengan masyarakat (HUMAS), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan (Batinggi, 2015).

b. Pelayanan melalui tulisan

Pelayanan dalam bentuk tulisan merupakan pelayanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas, tidak hanya dalam segi jumlah tetapi juga dari segi perannya.

c. Pelayanan dalam bentuk perbuatan

Pada umumnya pelayanan dalam bentuk perbuatan 70-80% dilakukan oleh petugas tingkat menengah dan bawah, karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan terhadap hasil perbuatan atau pekerja (Rindayanti dkk, 2017).

6. Asas-Asas Pelayanan

Seorang karawan dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan konsumen maka seorang karyawan diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan konsumennya. Tjiptono (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh dua hal, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Apabila pelayanan yang diberikan dapat diterima dan dirasakan sudah sesuai dengan apa yang diharapkan maka kualitas pelayanan adalah kualitas baik. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah maka kualitas pelayanan adalah kualitas pelayanan buruk. *Expected service* dan *perceived service*

ditentukan oleh *dimention of service quality* yang terdiri dari lima dimensi, yaitu (Tjiptono, 2015) :

- a. *Tangible* (Terlihat / terjamah), terdiri atas fasilitas fisik, peralatan, personil dan komunikasi.
- b. *Realibility* (Kehandalan), terdiri dari kemampuan unit pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat.
- c. *Responsiveness* (Tanggap), kemauan untuk membantu konsumen bertanggung jawab terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.
- d. *Assurance* (Jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan.
- e. *Empathy* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Setiap perusahaan selalu ingin dipandang terbaik oleh konsumennya, dan konsumen juga selalu ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Menurut Kasmir (2015), dasar dan ciri-ciri pelayanan yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan yaitu:

- a. Berpakaian dan berpenampilan bersih dan rapi.
- b. Percaya diri, bersikap akrab dengan penuh senyum.
- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebut nama jika sudah kenal.
- d. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
- e. Berbicara dengan bahasa baik dan benar.
- f. Bertanggung jawab sejak awal hingga selesai.

B. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan berasal dari bahasa latin yaitu *satisfaction*, yang memiliki arti satis adalah cukup dan *facere* adalah melakukan atau membuat. Maka kepuasan dapat diartikan bahwa produk atau jasa yang mampu memberikan lebih dari apa yang diharapkan konsumen mampu dipenuhi. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen.

Pengertian nasabah dalam KKBI, yaitu orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan lembaga keuangan. Dalam hal ini penulis memfokuskan kepada para nasabah Pengertian nasabah dalam KKBI, yaitu orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan lembaga keuangan. Dalam hal ini penulis memfokuskan kepada para nasabah dikarenakan nasabah adalah orang yang sudah memang terdaftar dalam lembaga sebagai anggota yang mempunyai hak dan kewajiban dalam struktur lembaga tersebut. Menurut (Kurniati Karim, 2020) Kepuasan Nasabah dalam dunia perbankan tidak bisa diartikan secara sepotong-potong, karena pada dunia dunia perbankan kepuasan nasabah harus diartikan dengan arti yang luas. Karena, nasabah akan merasa sangat senang dan puas ketika dapat terpenuhi secara lengkap.

Sunaryo (2013) mengemukakan bahwa kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Malang. Ridwan et al (2017) memperkuat temuan Sunaryo (2013) dalam penelitiannya pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Makasar. Kepuasan konsumen erat kaitannya dengan mutu layanan. Apabila kepuasan konsumen tinggi, hal itu berarti mutu layanan yang dirasakan konsumen sesuai atau bahkan lebih tinggi dari yang diharapkan konsumen. Jadi agar kepuasan konsumen dapat tercipta, perusahaan harus dapat memberikan dan menerapkan pelayanan yang bermutu pada konsumen-

konsumennya. Kolter, Philip (2010) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen melalui mutu pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan:

- a. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
- b. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pelayanan.
- c. Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Nasabah

Beberapa ahli merumuskan faktor-faktor yang dijadikan ukuran tingkat kepuasan nasabah. Salah satu rumusan penentuan tingkat kepuasan nasabah diuraikan oleh Indrasari (2019), bahwa secara umum terdapat lima faktor utama yang harus diberikan pemberi layanan yakni:

1. Kualitas Produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas. Maksud dari kualitas produk disini yaitu tentang kualitas produk yang ditawarkan pada KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari yaitu simpanan mudharabah, simpanan hari raya, simpanan pendidikan, pembiayaan modal usaha pembiayaan jual beli, dan lain sebagainya.
2. Kualitas Pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Maksudnya adalah kita mencari emosional dari nasabah yaitu emosional tingkat kepercayaan nasabah terhadap instansi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.

Maksud dari harga disini adalah dari pembagian hasil atau margin yang disepakati oleh nasabah dan instansi yang terkait.

5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung akan merasa puas.

3. Manfaat Kepuasan Nasabah

Walaupun konsep kepuasan pelanggan tampaknya sederhana, praktiknya tidaklah demikian. Ada banyak kontroversi seputar apa itu kepuasan pelanggan dan bagaimana mengukurnya. Bahkan Oliver mengungkapkan situasi dengan menarik dalam pernyataannya “Everyone knows what (satisfaction) is until asked to give a definition. Then it series, nobody knows”. Terlepas dari itu, sebagai salah satu ukuran kinerja bisnis yang paling populer, realisasi kepuasan pelanggan berpotensi memberikan sejumlah manfaat pokok, yakni:

a. Respon Terhadap Strategi Produsen Berbiaya Rendah

Belakangan ini makin banyak industri yang bercirikan *overcapacity* dan *oversupply*. Dalam kasus semacam ini biasanya pemotongan harga menjadi senjata utama untuk meraih pangsa pasar. Industri bersangkutan pun berubah menjadi “*red-ocean*”, tempat bertarungnya para produsen yang mati-matian saling berebut pelanggan. Perang harga yang disatu sisi menguntungkan konsumen namun jika tidak didasari efisiensi biaya, hanya akan merugikan kedua belah pihak.

b. Manfaat Ekonomik Retensi Pelanggan Dibandingkan Penjarangan Pelanggan Secara Terus-Terusan.

Sejumlah riset mengemukakan bahwa mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih murah dibandingkan upaya terus-terusan menarik atau memprospek pelanggan baru. Secara umum biaya mempertahankan pelanggan lebih murah 4 sampai 6 kali lipat dibandingkan biaya mencari pelanggan baru.

c. *Customer lifetime value.*

Singkat kata, CLV merupakan keterkaitan antara nilai yang diberikan perusahaan kepada pelanggan dari nilai yang diberikan pelanggan kepada perusahaan selama periode relasi antara keduanya.

d. Daya Persuasive Gethok Tular (*word of mouth* dan *word of mouse*).

Dalam banyaknya industri terutama pada sektor jasa, pendapat/opini positif dari teman atau keluarga jauh lebih *persuasive* dan *kredibile* ketimbang iklan.

Oleh sebab itu, banyak perusahaan yang tidak hanya meneliti kepuasan total, namun juga menelaah sejauh mana pelanggan bersedia merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. Sebaliknya, gethom tular negatif juga bisa merusak reputasi dan citra perusahaan. Pelanggan yang merasa tidak puas bisa mempengaruhi sikap dan penilaian negative rekan atau keluarganya bahkan orang lain untuk tidak mengambil produk yang ditawarkan pada perusahaan.

e. Reduksi Sensitivitas Harga.

Pelanggan yang puas dan loyal terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawar harga untuk setiap pembelian individualnya. Ini karena faktor kepercayaan (*trust*) sudah terbentuk. Karena pelanggan yakin bahwa perusahaan langganannya tidak akan bersikap oportunistik dan memanfaatkan mereka untuk kepentingan sesaat.

f. Kepuasan Nasabah Sebagai Indikator Kesuksesan Bisnis Di Masa Depan.

Pada hakikatnya, kepuasan nasabah merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima, dan kerap kali juga dituntut investasi besar pada serangkaian aktivitas

yang ditujukan untuk membahagiakan nasabah pada saat ini dan masa yang akan datang.

C. Loyalitas Nasabah

1. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merujuk kepada komitmen seorang nasabah untuk tetap setia menggunakan jasa suatu bank dalam waktu tertentu (Amin, Isa, dan Fountain, 2013:82).

Loyalitas nasabah menggambarkan komitmen yang diberikan nasabah untuk menggunakan kembali produk atau jasa yang telah digunakan. Hasil penelitian Akbar dan Paves (2019) menunjukkan ada hubungan yang positif dan signifikan antar kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan Aryani dan Rosinta (2010) terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas layanan terhadap loyalitas. Oleh karena itu, kualitas layanan yang diberikan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Jadi loyalitas nasabah tidak bisa dikesampingkan oleh pihak bank karena hal ini akan mempengaruhi profitabilitas.

Reichheld (1996) mengemukakan beberapa alasan mengapa mempertahankan pelanggan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan. Karena konsumen yang royal memerlukan biaya pelayanan yang lebih murah dibandingkan dengan pelanggan yang tidak royal, sehingga pelanggan yang royal lebih berkenan untuk mengeluarkan biaya pembelanjaan yang lebih besar dari pada pelanggan yang tidak royal.

Menurut (Ladhari et al, 2011; Bauman et al, 2011) seseorang yang royal akan melakukan :

- a. *Repeat*, yaitu melakukan pembelian ulang atau memperbanyak simpanan dalam waktu mendatang (*share of wallet*).
- b. *Retention*, yaitu tidak terpengaruh oleh barang yang ditawarkan oleh pihak lain.
- c. *Reffaal*, yaitu memberitahukan hal-hal yang positif kepada pihak lain.

2. Karakteristik Loyalitas Nasabah

Karakteristik dari nasabah yang loyal menurut Griffin (2003) antara lain:

- a. Melakukan pembelian secara teratur dan berulang
- b. Membeli diluar lini produk jasa
- c. Menunjukkan kekebalan dari tarikan persaingan tidak terpengaruh oleh tarikan persaingan produk sejenisnya
- d. Menolak produk lain
- e. Merekomendasikan kepada orang lain

3. Indikator Loyalitas Nasabah

Tjiptono (2002) mengemukakan tiga indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas, yaitu:

- a. Pembelian ulang
- b. Kebiasaan mengkonsumsi merek/produk
- c. Rasa suka yang besar pada merek/produk

D. Kajian Pustaka

Pertama, pada penelitian yang di tulis oleh Ria Oktavia pada tahun 2019 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah di Bank Index Kantor Cabang Lampung” dengan hasil penelitiannya adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, namun kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Index Kantor Cabang Lampung.

Kedua, pada penelitian yang di tulis oleh Nafsi, Rahmat, dan Sabri pada tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di BPRS Haji Miskin: Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen” dengan hasil Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, seperti responsiveness, empathy, assurance, dan tangible, memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di BPRS Haji Miskin. Selain itu, variabel seperti tangibles, empathy, reliability,

responsiveness, dan assurance juga berkontribusi positif terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa bank. Responsiveness dan assurance juga terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai koefisien regresi yang signifikan. Selain itu, empathy dan reliability juga memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai koefisien regresi yang positif.

Ketiga, pada penelitian yang ditulis oleh Fiqri Satria Eka Nugraha dan Dyah Astarini pada tahun 2023 dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan disektor Perbankan” dengan hasil penelitian Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan. Namun, kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan. Implikasi manajerial dari penelitian ini adalah pentingnya meningkatkan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan akhirnya loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga menyarankan untuk menambah variabel baru seperti word of mouth dan citra produk dalam penelitian selanjutnya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan di sektor perbankan.

Keempat, pada penelitian yang ditulis oleh Muhammad Ichlasul Amal pada tahun 2021 yang berjudul “Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Cabang Ambarawa Kabupaten Pringsewu” dengan hasil penelitian Dalam melaksanakan manajemen pelayanan BTM cabang Ambarawa menerapkan fungsi manajemen pelayanan yaitu: penemuan fakta, perencanaan dan pengambilan keputusan, komunikasi pelaksanaan, dan evaluasi. Kebijakan kebijakan yang diberikan oleh BTM cabang Ambarawa yaitu : pembayaran cicilan bagi para nasabah yang terkena dampak pandemi tidak ditarik, tidak melayani pembiayaan karena takut tidak bisa membayar karena terkena dampak pandemi, yang dulunya pelayanannya dilakukan dengan cara dijemput atau diantar sekarang hanya melakukan pelayanan di kantor BTM cabang Ambarawa, analisis penulis dengan kebijakan tersebut, yaitu dengan

program pelayanan yang diterapkan tersebut membuat BTM cabang Ambara tidak akan bertahan lama lagi.

Kelima, pada penelitian yang ditulis oleh Carmelia Cesariana, Fadlan Juliansyah, dan Rohani Fitriyani pada tahun 2022 yang berjudul “Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Litelatur Review Manajemen Pemasaran)”. Dengan hasil penelitian Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin baik persepsi kualitas produk oleh konsumen ini akan berdampak kepada keputusan pembelian suatu produk. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, konsumen akan semakin yakin untuk melakukan keputusan pembelian ini dapat meningkatkan penilaian pada perusahaan. Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin meningkat kualitas produk yang diberikan perusahaan, maka semakin konsumen merasa puas sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin besar. Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kepuasan yang memenuhi harapan para konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Keenam, pada penelitian yang ditulis oleh Budi Rahmatul Huda, Nazaruddin Aziz tahun (2019) yang berjudul “Pengaruh Biaya, Angsuran, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT At-Taqwa Muhammadiyah Cabang Sitebal Padang” dengan Hasil penelitian Variable Biaya berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Variabel angsuran juga mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 2. 1

Perbandingan dengan penelitian terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Ria Octavia, 2019	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah di Bank Index Kantor Cabang Lampung.	Adanya persamaan mengenai Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Nasabah.	Dari metode penelitian yang digunakan, pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif, dari objek tempat penelitian yang dimana penelitian terdahulu melakukan penelitiannya di Bank Index Kantor Cabang Lampung.
2	Nafsi, Rahmad, Sabri (2020).	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di BPRS Haji Miskin: Studi kasus pada mahasiswa program studi Manajemen.	Membahas tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.	Dari metode penelitian, peneliti terdahulu menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian terdahulu hanya meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tidak membahas tentang loyalitas nasabah.

3	Fiqri Satria Eka Nugraha, Dyah Astarini (2023)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Sektor Perbankan.	Membahas dan meneliti tentang layanan, kepuasan dan loyalitas nasabah.	Metode yang digunakan penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif, subjek dan objek penelitian terdahulu lebih menyeluruh karena peneliti meneliti pada sektor perbankan tanpa menyebutkan lokasi penelitian yang signifikan.
4	Muhammad Ichnasul Amal (2021)	Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) cabang Ambarawa Kabupaten Pringsewu.	Membahas dan meneliti tentang manajemen pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BTM.	Pada penelitian terdahulu tidak membahas dan mengamati tentang loyalitas nasabah.
5	Carmelia Cesariana, Fadlan Juliansyah, dan Rohani Fitriyani (2022).	Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Litelatur Review Manajemen Pemasaran).	Membahas tentang kepuasan dan pelayanan.	Metode yang digunakan menggunakan metode penelitian kuantitatif, peneliti lebih meneliti tentang keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan.

6	Budi Rahmatul Huda, Nazaruddin Aziz (2019).	Pengaruh Biaya, Angsuran, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT At-Taqwa Muhammadiyah Cabang Sitebal Padang.	Pembahasan tentang pelayanan terhadap kepuasan nasabah.	Penelitian ini membahas tentang pengaruh biaya, angsuran. Dan kualitas pelayanan yang diteliti itu berpengaruh pada kepuasan nasabah pembiayaan. Metode yang digunakan peneliti terdahulu yaitu menggunakan metode kuantitatif.
---	---	--	---	---

E. Landasan Teologis

Landasan Manajemen Pelayanan

Dalam manajemen pelayanan, seorang pelayan harus benar benar memperlakukan pelanggan dengan sebaik mungkin. Rasulullah memberi contoh kepada kita tentang bagaimana sikap yang benar ketika berinteraksi dengan orang lain. Dalam surah Al-Imran ayat 159 disebutkan bahwa:

فَإِمَّا رَحِمَ اللَّهُ رَحِيمَةً
فَأُولَئِكَ يَكُونُ لَكَ
عَدُوًّا مَلُومًا
فَإِمَّا يَنْزَغُ إِلَيْكَ
فِي سُلُوكِكَ إِفْسَارًا
فَأُولَئِكَ يَكُونُ لَكَ
عَدُوًّا مَلُومًا
فَإِمَّا يَنْزَغُ إِلَيْكَ
فِي سُلُوكِكَ إِفْسَارًا

لَهُمْ وَأَشْرًا وَهُوَ
أَقْبَلُ لَهُمْ يَوْمَ
تَأْتُوا اللَّهَ
بِأَعْيُنِنَا
فَإِمَّا يَنْزَغُ إِلَيْكَ
فِي سُلُوكِكَ إِفْسَارًا
فَإِمَّا يَنْزَغُ إِلَيْكَ
فِي سُلُوكِكَ إِفْسَارًا

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

Wahbah Az-Zuhaili memahami ayat tersebut sebagai landasan pedoman interaksi dengan manusia. Menurutnya, Allah Swt menjadikan nabi Muhammad Saw sebagai sosok yang berinteraksi,

santun dalam bertutur kata dan memberi nasihat dan penuh kelembutan. Seandainya Rasulullah Saw Berjiwa keras dan berhati kasar, tentu orang-orang akan menjauhinya dan tidak akan ada yang percaya bahwa Nabi Muhammad Saw adalah seorang rasul.

Dalam konteks manajemen pelayanan, ayat tersebut mengandung beberapa pedoman operasional. *Pertama*, yaitu tentang karakter kepribadian yang lemah lembut harus ada disetiap orang. *Kedua*, selain sifat lemah lembut, sifat kelembutan hati harus juga dimiliki karena dengan sifat kelembutan hati akan melahirkan perasaan untuk saling memaafkan. *Ketiga*, sikap bermusyawarah juga harus tertanam karena dengan musyawarahlah kita akan lebih mempunyai perasaan untuk berlapang dada sebagaimana sesuai anjuran ayat diatas.

Dalam agama islam juga mengajarkan bhwa dalam layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang dan jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, namun berikanlah pelayanan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa:

اِنَّ لِلَّذِيْنَ اٰتٰهُم مِّنْ اَمْوَالِ اللّٰهِ يَتَدَبَّرُوْنَهَا وَيُؤْتُوْنَ اٰقْرَبِيْنَ ذٰلِكَ اَنَّ يَتَدَبَّرُوْا اَمْوَالَهُمْ الَّتِيْ اٰتٰهُمُ اللّٰهُ لَعَلَّ يُؤْتُوْهُم اَحْسَنَ مِمَّا كَانُوْنَ عَلَيْهِمْ ۗ

اِنَّ لِلَّذِيْنَ اٰتٰهُم مِّنْ اَمْوَالِ اللّٰهِ يَتَدَبَّرُوْنَهَا وَيُؤْتُوْنَ اٰقْرَبِيْنَ ذٰلِكَ اَنَّ يَتَدَبَّرُوْا اَمْوَالَهُمْ الَّتِيْ اٰتٰهُمُ اللّٰهُ لَعَلَّ يُؤْتُوْهُم اَحْسَنَ مِمَّا كَانُوْنَ عَلَيْهِمْ ۗ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”

Ayat diatas menjelaskan tentang seorang pelayan publik bisam memberi pelayanan terhadap masyarakat dengan sepenuh hati sesuai dengan standar yang telah ditentukan, sebagai pelayan publik harus mempunyai iman yang kuat, bagaimana pelayan publik harus memiliki jiwa yang adil, jujur, akuntable, dan transparan. Semua itu merupakan

indeks keberhasilan pelayanan agar kepuasan pelanggan tercukupi.

1. Landasan Kepuasan

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk yang dirasakan dan apakah sudah sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Konsumsi bukanlah sebuah aktifitas tanpa batas, melainkan juga dibatasi oleh sifat kehalalan dan keharaman yang ada. Sebagai mana dalam firman Allah Swt dalam Al-Quran surah Al-Maidah ayat 87, yang menyatakan bahwa:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا مَا وَصَّ اللَّهُ لَكُمْ وَأَنْتُمْ تَحِبُّونَ ۗ فَمَنْ حَرَّمَ مِمَّا خَلَقَ إِلَّا ذُنُوبًا وَإِلْمًا مُّبِينًا ۗ وَاللَّهُ عَزِيزٌ عَلِيمٌ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagimu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.*”

Dari ayat diatas dapat dijadikan dasar dan rujukan dalam membangun teori konsumen secara umum dan kepuasan pelanggan dalam islam. Didalam islam sendiri ada 3 hukum yang berlaku dalam konsumsi, yaitu halal, mubah dan haram yang dimana harus dilakukan dalam menjual, melayani dan memproduksi barang dalam suatu usaha.

2. Landasan Loyalitas

Loyalitas adalah perilaku yang murni muncul dari diri pelanggan yang tidak bisa dipaksakan. Sebagai umat islam yang beriman, mereka mengakui hakikat iman dan hakikat agama tanpa adanya dusta. Hal ini yang dimaksud dengan loyalitas hamba kepada sang penciptanya.

Sebagaimana firman Allah pada Al-Quran surah Al-Hujurat ayat 15:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا خُذُوا زِينَتَكُمْ لِكُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلِّ مَأْكَلٍ وَكُلِّ مَسْكَنٍ ۚ وَكُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلِّ مَأْكَلٍ وَكُلِّ مَسْكَنٍ ۚ وَكُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلِّ مَأْكَلٍ وَكُلِّ مَسْكَنٍ ۚ وَكُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلِّ مَأْكَلٍ وَكُلِّ مَسْكَنٍ ۚ

وَأَقِمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْتَضُوا لِلَّهِ وَالرَّسُولِ حَتَّىٰ تَرْضَوْا ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “*Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu hanyalah orang-orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah, maka mereka itulah orang-orang yang benar.*”

Ayat tersebut dapat dikaitkan dengan loyalitas pelanggan, yang mana jika pelanggan sudah setia dan percaya pada suatu perusahaan maka ia akan menjadi loyal dengan tidak peduli harga produk tersebut.

Hal tersebut dikarenakan, loyalitas adalah sebuah karakter psikologis yang terbentuk dari kepuasan pelanggan serta ikatan emosional yang

terbentuk dari kualitas pelayanan yang diterima, sehingga mengarah kepada perasaan dan keadaan yang konsisten pada suatu pilihan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian jenis lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang langsung dilakukan dilapangan atau pada responden, penelitian ini juga menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dapat dipahami sebagai metode penelitian yang menggunakan data deskriptif yang berupa sebuah bahasa tertulis atau lisan dari orang dan pelaku yang diamati.

Sifat penelitian ini juga bersifat kualitatif deskriptif yaitu peneliti berupaya menghimpun, mengolah dan menganalisis data secara kualitatif. Maksudnya peneliti melakukan investigasi dengan cara peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara bertatap muka secara langsung dan melakukan interaksi dengan orang-orang di lokasi penelitian (Moleong, 2009). Penelitian deskriptif ini juga ditunjang oleh teknik survey *literature* yang dilakukan untuk memperoleh sumber data primer dari buku teks dan data sekunder dari artikel jurnal, media cetak, dan internet.

Sehingga dalam penelitian ini penulis akan berusaha mencari dan mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan subjek dan objek penelitian yang isinya tentang tingkat kesuksesan pelayanan karyawan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari yang beralamat di Jl. Pemuda Jl. Lkr. Terminal, Dusun III, Gandasuli, Kec. Bobotsari, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah. Alasan peneliti mengambil lokasi tersebut karena peneliti menemukan fenomena permasalahan yang akan diteliti. Selain itu didukung juga dengan data penelitian yang sudah didapatkan dilapakan ketika peneliti melakukan observasi pendahuluan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Maret 2024 Sampai dengan Juli 2024. Peneliti memilih waktu tersebut karena disesuaikan dengan akademik yang beredar.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Bapak Anar Wicaksana selaku Kepala Kantor cabang, ibu Lilla Nur Elyda selaku *customer service*, ibu Nika Annita selaku *teller*, dan bapak Heru Setiawan selaku *account Officer* dan *marketing* serta Nasabah KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari. Sedangkan, objek pada penelitian ini adalah Manajemen pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses pemerolehan data dan informasi dari tangan pertama, dengan cara melakukan sebuah pengamatan. Observasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Observasi juga merupakan proses sistematis dalam merekam pola perilaku manusia, objek dan kejadian-kejadian tanpa menggunakan pertanyaan atau berkomunikasi dengan subjek proses tersebut mengubah fakta menjadi data.

Adler & Adler (1987: 389) menyebutkan bahwa observasi merupakan salah satu dasar fundamental dari semua metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, khususnya menyangkut ilmu-ilmu sosial dan perilaku manusia. Oleh karena itu peneliti memilih observasi sebagai metode pengumpulan data karena dianggap sangat sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

Metode observasi ini peneliti gunakan agar memperoleh data secara langsung yang bersumber pada objek penelitian baik dari segi

yang melatarbelakangi permasalahan yang muncul, ataupun metode atau solusi yang dapat dipergunakan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode dimana subjek dan peneliti bertemu dalam situasi tertentu untuk menggali sebuah informasi terkait data yang dibutuhkan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2016:317) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam teknik wawancara ini peneliti melakukan tanya jawab kepada nasabah KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari yang akan di jadikan sebagai narasumber.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin yang artinya wawancara bebas mengajukan kerangka pertanyaan pokok yang tersusun dengan baik, dan ketika dalam proses wawancara seorang pewawancara boleh mengembangkan pertanyaan selagi tidak melenceng atau menyimpang dari pokok permasalahan. Hal ini diharapkan dapat menghindari kemungkinan kesalahan jawaban informal dan diharapkan bisa mendapatkan informasi dan data yang berkualitas.

Metode wawancara ini merupakan metode utama yang penulis terapkan dalam pengambilan informasi atau data di KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari, sehingga data dan informasi yang berkaitan dengan manajemen pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari valid dan berkualitas.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan sebuah metode untuk memperoleh data secara akurat serta informasi dalam bentuk dokumen atau sebuah gambar yang dimana metode ini mendukung proses penelitian yang dilakukan. Penulis melakukan metode ini untuk

memperoleh data-data yang resmi dan sesuai dengan keperluan penelitian untuk mendapatkan data yang objektif dan nyata.

Peneliti juga harus berhati-hati dalam memilih dokumen yang hendak dijadikan sumber penelitian karena tulisan seringkali tidak sistematis, kurang akurat, ditulis dalam masa dan untuk tujuan tertentu sehingga perlu rekonstruksi. Dokumentasi berarti juga keterampilan dalam menemukan, menangani, dan merinci sumber-sumber dan merawat catatan-catatan yang mengklarifikasinya.

Metode ini peneliti gunakan untuk menelaah catatan atau dokumen sebagai sumber data guna mendapatkan fakta visi misi, struktur organisasi, letak geografis, jumlah karyawan dan nasabah.

E. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder, dalam hal ini yang dimaksud adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah sebuah data yang langsung diambil dari sumber tempat objek penelitian dari data pertanyaan yang berupa wawancara peneliti dengan nara sumber (Soegiyono, 2011: 137). Data primer disebut juga dengan data asli atau yang memiliki sifat *up to date*. Teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Perolehan data primer dari penelitian ini diperoleh dari dokumentasi dan wawancara dengan Kepala Kantor, Karyawan, Nasabah KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Soegiyono, 2011: 137). Data sekunder juga merupakan sekumpulan informasi yang telah ada sebelumnya dan digunakan sebagai pelengkap dari kebutuhan data yang masih kurang lengkap dari data yang diteliti. Data yang digunakan pada penelitian ini guna melengkapi data adalah buku, jurnal, dokumen-dokumen penting, dan sumber lainnya yang erat kaitannya dengan objek penelitian.

F. Uji Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber (Soegiyono, 2017) menyebutkan ada tiga macam triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Teknik triangulasi sumber yaitu dengan mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Peneliti memanfaatkan beberapa sumber guna melakukan pengecekan data yang diperoleh dari KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari. Kemudian data yang telah dianalisis oleh peneliti akan menghasilkan suatu kesimpulan yang selanjutnya dimintakan kesepakatan kepada pihak KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari.

G. Teknik Analisi Data

Teknik analisis data merupakan metode mengumpulkan serta memproses data untuk menjadi sebuah informasi. Selain itu juga teknik analisis data juga untuk mendapatkan solusi dari masalah yang diteliti. Dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan, berikut adalah teknik analisis data yang digunakan peneliti antara lain:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu tahap dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data merupakan penyederhanaan, penggolongan, dan membuang yang tidak perlu data sedemikian rupa sehingga data tersebut dapat menghasilkan informasi yang bermakna dan memudahkan dalam penarikan kesimpulan. Banyaknya jumlah data dan kompleksnya data, diperlukan analisis data melalui tahap reduksi. Tahap reduksi ini dilakukan untuk pemilihan relevan atau tidaknya data dengan tujuan akhir. Kegiatan reduksi ini dilakukan secara terus menerus selama kegiatan pengumpulan data dari lokasi (Sugiyono, 2012: 338).

2. Penyajian Data

Setelah data reduksi, selanjutnya penyajian data yang diperoleh peneliti dari berbagai jaringan kerja, jenis serta keterkaitan kegiatan (Sugiyono, 2012: 341). Penyajian data merupakan salah satu kegiatan

dalam pembuatan laporan hasil penelitian yang telah dilakukan agar dapat dipahami dan dianalisis sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Data yang disajikan harus sederhana, jelas agar mudah dibaca.

3. Menarik Kesimpulan

Kegiatan analisis yang terakhir adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Ketika kegiatan dari pengumpulan data dilakukan, seorang penganalisis kualitatif akan mencari arti benda-benda. Kesimpulan akhir akan muncul tergantung dari besar kecilnya kesimpulan, catatan lapangan, pengkodean, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang dilakukan. Dengan demikian penarikan kesimpulan oleh peneliti diharapkan dapat menjawab rumusan-rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal pembuatan penelitian (Sugiyono, 2012: 345).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari

Pada awalnya pembentukan BTM ini adalah inisiasi dari kader-kader Muhammadiyah cabang Rembang kabupaten Purbalingga yang berbadan hukum koperasi yang berbasis hukum syariah dengan modal awal itu adalah simpanan pokok dari anggota. KSPPS BTM ini dibentuk pada tahun 2011, pada awal merilis KSPPS BTM memulai perjuangan pertamanya itu dari nol maka dari itu lembaga jasa keuangan ini masih memerlukan bimbingan tentang bagaimana mengelola keuangan syariah sehingga para anggota ikut melaksanakan berbagai pelatihan pada jaringan BTM Provinsi tepatnya di Jawa Tengah yang pusat kantornya berada di Pekalongan. Pada awalnya KSPPS BTM ini masih memiliki nama KSPPS BTM Purbalingga kemudian pada tahun 2017 membuka kantor cabang di kecamatan Bobotsari dan selang tiga bulan membuka cabang kembali di kecamatan Kertanegara. Pada awalnya di kabupaten Purbalingga sendiri itu memiliki dualisme manager, yang dimana manager KSPPS BTM Rembang itu memegang kantor cabang yang berada di Bobotsari dan Kertanegara. Sedangkan, KSPPS BTM Purbalingga memegang kantor cabang di Bojong, Kutasari dan Pengadegan. Karena di kantor pusat se-Jawa Tengah yang berada di Pekalongan memberikan instruksi terkait peraturan bahwa setiap Kabupaten hanya boleh memiliki satu lembaga BTM, maka dari itu pada awal tahun 2022 yang awalnya di purbalingga memiliki dua manager pada akhirnya BTM Rembang dan BTM Purbalingga melakukan *marger perusahaan* yang kemudian menjadi satu nama menjadi KSPPS BTM Perkasa Purbalingga, sehingga pada saat ini manajemen yang awalnya dua menjadi satu. KSPPS BTM Perkasa Purbalingga sekarang Memiliki 6 kantor cabang yang tersebar di beberapa kecamatan di

Purbalingga, salah satu kantor cabangnya yaitu KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari.

Peran BTM (Baitut Tanwil Muhammadiyah) sejauh ini memiliki berbagai fungsi diantaranya sebagai akses permodalan , pengawasan, dan evaluasi. KSPPS BTM sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Lingkungan persyarikatan Muhammadiyah sejak digulirkan hingga secara garis besar dapat dibagi menjadi dua periode, yang pertama yaitu pada Periode sebelum berlakunya UU No. 29 tahun 1999, tentang Bank Indonesia. Pada awalnya, bentuk kelembagaan BTM adalah Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM), Legalitas BTM sebagai KSM diberikan oleh Yayasan Baitul Mal Muhammadiyah (YBMM) dan kedudukannya sebagai Lembaga Pengembangan Swadaya Masyarakat (LPSM) partisipan Proyek Hubungan Bank Indonesia dan Kelompok (KSM), Kewenangan YBMM menerbitkan surat keputusan tentang pengoprasian BTM didasarkan pada Surat Keputusan Dirjen Pembina Pengusaha Kecil Depertemen Koperasi dan PPK Nomor : 01/PPK/I/1995 tanggal 3 Januari 1995. Selanjutnya, Periode sesudah berlakunya UU No. 29 tahun 1999, tentang Bank Indonesia Berdasarkan UU No. 29 Tahun 1999, PHBK yang dilaksanakan oleh Bank Indonesia ditiadakan. Dengan ditiadakan PHBK, maka legalitas BTM sebagai KSM yang diberikan oleh YBMM hilang (batal demi hukum), karena keberadaan LPSM pada dasarnya tergantung pada PHBK. Berdasarkan Tanfidz Keputusan Mukhtamar Muhammadiyah ke 44 tahun 2000 di Jakarta, Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang ada dilingkungan Muhammadiyah didorong supaya mengusahakan badan hukum, agar keberadaannya menjadi legal. Pilihan badan hukum yang tersedia yang dapat digunakan sebagai payung hukum yang tersedia adalah Perseroan Terbatas (PT) atau Koperasi. Apabila memilih badan hukum PT maka BTM akan beroperasi sebagai Bank Perkreitan Rakyat Syariah (BPRS). Sedangkan jika memilih Badan Hukum Koperasi, maka ada 2 alternative. Pertama menjadi Koperasi Serba Usaha (KSU), maka keberadaan BTM hanya merupakan salah satu unit dari kegiatan usaha

koperasi, sedangkan kalau memilih sebagai Koperasi Simpan Pinjam (KSP), maka keberadaan BTM adalah merupakan satu-satunya kegiatan usaha koperasi. Hampir semua BTM memilih badan hukum koperasi, dan hampir semuanya pula kemudian memilih Koperasi Simpan Pinjam (KSP) sebagai payung hukum. Hal itu disebabkan, untuk mendirikan sebuah PT BPRS persyaratan reaktif lebih sulit dibandingkan dengan mendirikan sebuah koperasi, baik dilihat dari persyaratan permodalan, Sumber Daya Manusia, maupun ditinjau dari persyaratan Administratif. Sementara kondisi sebagian besar BTM pada umumnya masih tahap awal pendirian yang kemampuan finansialnya dan berbagai perangkat pendukung untuk menjadi PT BPRS sangat terbatas.

Pengelolaan KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari harus tetap istiqomah memenuhi harapan pada pendirinya. Dikelola oleh pengurus dan manajemen yang profesional memiliki integritas, kejujuran dan mampu bekerja secara ikhlas, sehingga dapat tumbuh dan berkembang menjadi lembaga keuangan mikro syariah yang unggul dan memberikan solusi yang baik untuk masyarakat luas. Ada beberapa visi, misi, dan tujuan dari KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari.

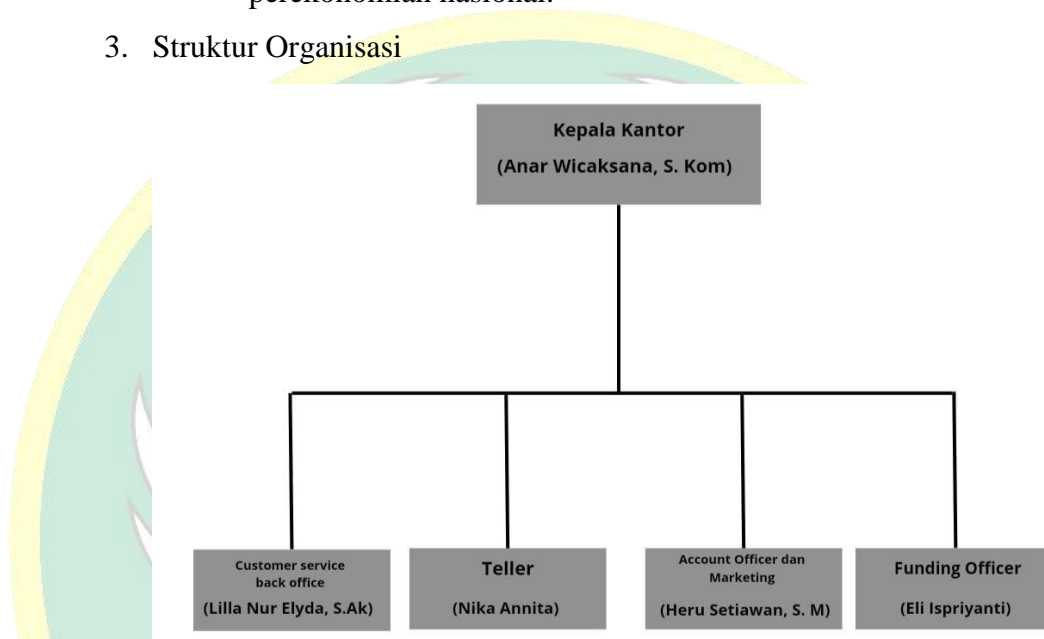
2. Visi, Misi dan Tujuan KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari
 - a. Visi

Menjadikan amal usaha di bidang keuangan yang handal dan mampu mendukung dakwah Muhammadiyah.
 - b. Misi
 - 1.) Mewujudkan dakwah bil haal di bidang ekonomi
 - 2.) Membangun perekonomian anggota dan warga Muhammadiyah pada khususnya, serta masyarakat Indonesia pada umumnya sesuai ajaran islam.
 - 3.) Menciptakan amal usaha di bidang ekonomi yang dapat mendukung misi Muhammadiyah.

c. Tujuan

- 1.) Meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.
- 2.) Menyediakan pelayanan jasa keuangan bagi anggota dan masyarakat yang sesuai dengan ajaran islam.
- 3.) Menjadi gerakan ekonomi rakyat, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional.

3. Struktur Organisasi



Gambar 4. 1

Struktur Organisasi KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah)
Perkasa cabang Bobotsari

Adapun tugas serta fungsi masing-masing jabatan adalah sebagai berikut:

a. Kepala Kantor (*Branch Manager*)

Kepala kantor (*Branch Manager*) adalah jabatan eksklusif yang bertanggung jawab untuk mengelola sebuah kantor cabang dilokasi tertentu. Tugas dari kepala kantor itu sendiri adalah memimpin kantor cabang dan memastikan agar target dari kantor terpenuhi dalam waktu yang tepat, kepala kantor juga bertanggung jawab atas keberhasilan dan kegagalan kantor cabang tersebut.

Seorang kepala kantor memiliki beberapa tugas pokok, berikut beberapa tugas pokok yang dilakukan kepala kantor di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari yaitu:

- 1.) Mengkoordinasi semua kegiatan operasional di kantor cabang.
- 2.) Kepala kantor bisa memperkerjakan staf dan melakukan pelatihan kepada anggota staf baru.
- 3.) Mengembangkan target dan mempertahankan kinerja perusahaan.
- 4.) Memimpin kegiatan pemasaran di kantor cabang.
- 5.) Mengevaluasi segala kegiatan di kantor cabang.
- 6.) Melakukan manajemen resiko dalam operasional kantor cabang.
- 7.) Memberikan solusi terhadap setiap permasalahan di kantor cabang.
- 8.) Menilai kinerja karyawan yang berada dibawahnya.

Seorang kepala kantor juga memiliki tanggung jawab pada kantor cabang yang dipimpinnya dan juga sekaligus bertanggung jawab kepada kantor pusat yang berada diatasnya. Berikut beberapa tanggung jawab yang dilakukan kepala kantor di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari:

- 1.) Mengarahkan seluruh aspek operasional yang meliputi, distribusi, *customer service*, sumber daya manusia, administrasi dan penjualan yang sesuai dengan tujuan perusahaan.
- 2.) Memberikan pelatihan, pembinaan, pengembangan, dan motivasi bagi karyawan.
- 3.) Mengembangkan target dan rencana bisnis.
- 4.) Mempertanggungjawabkan pencapaian kepada pimpinan.
- 5.) Mengelola anggaran dan mengalokasikan dana dengan tepat.
- 6.) Menangani masalah kepuasan pelanggan dan karyawan dengan cepat.

- 7.) Mematuhi standar etika yang tinggi, dan mematuhi semua aturan hukum yang berlaku..
- 8.) Memperkuat jaringan untuk meningkatkan reputasi cabang dan perusahaan.
- 9.) Tetap mengikuti persaingan pasar dan melaporkan pergerakan dan penetrasi pasar.

b. Teller

Teller merupakan seorang petugas dari pihak sebuah instansi keuangan yang berfungsi untuk melayani nasabah hal transaksi keuangan perbankan kepada semua nasabahnya. Tugas seorang *teller* secara umum yaitu menangani, membantu, dan memberikan solusi bagi semua nasabah didalamnya nanti memberikan jasa layanan uang tunai maupun non tunai. Tugas *teller* adalah sebagai berikut:

- 1.) Seorang *teller* yang baik harus datang tepat waktu sesuai jam masuk, memastikan semua perlengkapan berfungsi dengan baik (alat penghitung uang, alat pengecekan uang palsu, bolpoin, dsb).
- 2.) Jika ada nasabah maka harus siap bersikap ramah, memberikan *greeting* (selamat pagi/siang/sore, mengucapkan terimakasih jika sudah melakukan transaksi), memberi senyum di awal dan di akhir pertemuan.
- 3.) Menjaga penampilan berbusana sesuai standar kantor (baju rapi dan sopan, mengenakan ID card, rambut rapi, memakai minyak wangi, dsb).
- 4.) Jika ada nasabah ingin melakukan setor/tarik tunai maka teller wajib menghitung uang, mengkonfirmasi jumlah uang kepada nasabah, melakukan perhitungan uang didepan nasabah.
- 5.) Melakukan pembayaran non tunai/tunai kepada nasabah yang bertransaksi non tunai/tunai di *counter* bank, dan melakukan update data transaksi di sistem komputer bank.

- 6.) Setelah selesai proses setor/tarik tunai *teller* wajib memberikan slip *kwitansi* kepada nasabah dan menandatangani sebagai tanda tangan pengesahan.
- 7.) Bertanggungjawab terhadap kesesuaian antara jumlah kas di sistem dengan kas diterminalnya.

c. Customer Service

Customer Service merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank. Sesuai dengan fungsinya, *customer service* diharapkan dapat melakukan “*One Stop Service*”, artinya nasabah cukup menghubungi bagian *customer service* saja dalam berhubungan dengan bank. Selanjutnya, *customer service* akan menjelaskan ataupun mengerjakan kebutuhan tentang permasalahan yang dibutuhkan nasabah. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan nasabah terkait dengan pelayanan yang diberikan karena nasabah merasa tercukupi tentang kebutuhannya. *Customer service* juga harus memahami dan mengetahui secara umum tentang bentuk-bentuk pelayanan yang baik serta produk-produk yang dimiliki bank.

Fungsi *customer service* berdasarkan fungsi dan penjelasan di atas bahwa fungsi seorang *customer service* dapat dijabarkan lebih lanjut dalam kesehariannya sebagai karyawan bank, yang mana fungsi-fungsi tersebut adalah sebagai berikut:

- 1.) *Front Line Officer* keberadaan bagian *customer service* berada dibagian depan suatu bank, maka *customer service* menjadi cerminan penilaian pelayanan suatu bank.
- 2.) *Liasson Officer Customer Service* adalah satu aparat yang menjadi perantara antara bank dengan nasabah. Orang pertama yang dihubungi oleh nasabah sewaktu datang ke bank adalah aparat *customer service*, baik untuk meminta informasi maupun melaksanakan transaksi.

- 3.) *Information center Customer Service* adalah satu-satunya personil yang dengan mudah dihubungi oleh nasabah pada kesempatan pertama maka aparat *customer service* menjadi pusat dan narasumber informasi-informasi mengenai produk dan jasa bank.
- 4.) *Salesman* (penjual) berfungsi sebagai penjual produk, dengan menawarkan berbagai produk yang ada, seperti jenis tabungan, deposito, kredit serta mengetahui keluhan pada nasabah.
- 5.) *Servicing* (pelayanan) sesuai dengan fungsinya, *customer service* harus melakukan pelayanan yang baik dengan cara menyambut kedatangan nasabah dengan ramah dan menanyakan keperluan serta kebutuhan yang dialami nasabah.
- 6.) *Handling Complaint Unit Customer Service* apabila dalam operasionalnya, nasabah tidak puas, karena terdapat ketidakcocokkan atau kesepakatan, komplain dan lain-lain sebagainya, maka adalah tepat apabila orang pertama yang dihubungi adalah aparat *Customer Service*. Dalam hal ini dituntut tidak saja dapat menangani keluhan akan tetapi juga diharapkan dapat memecahkan masalah dengan baik sebagai “*trouble suiter*”.

Tugas *Customer Service* diantaranya:

- 1.) Memberikan pelayanan kepada nasabah yang berkaitan dengan pembukaan rekening tabungan, giro, pembukaan deposito, permohonan nasabah yang lainnya. Di samping itu memberikan informasi se jelas mungkin mengenai berbagai produk dan jasa yang ingin diketahui dan diminati kepada nasabah atau calon nasabah.
- 2.) Menerima, melayani dan mengatasi permasalahan yang disampaikan oleh nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh pihak nasabah.
- 3.) Mengadministrasikan daftar hitam Bank Indonesia dan daftar rehabilitas nasabah serta file nasabah.

- 4.) Mengadministrasikan resi permintaan dan pengembalian buku cek dan bilyet giro serta surat kuasa.
 - 5.) Memberikan informasi tentang saldo dan mutasi nasabah.
 - 6.) Mengadministrasikan buku cek, bilyet giro, dan buku tabungan.
 - 7.) Memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa yang ada dan yang baru sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.
- d. Marketing

Marketing merupakan karyawan yang ada di divisi pemasaran dan menjadi otak keberhasilan suatu perusahaan. *Marketing* menjadi kegiatan yang krusial, karena berkaitan dengan omset penjualan. Perencanaan dan penerapan strategi pemasaran yang tepat dipercaya dapat memudahkan bisnis dalam mencapai tujuannya masing-masing. Untuk memudahkan pekerjaan, biasanya tim pemasaran dibagi-bagi dalam beberapa bagian, setiap bagian memiliki tugas, fungsi dan tanggung jawabnya masing-masing. Divisi *marketing* atau pemasaran memiliki fungsi antara lain:

1.) Fungsi Pertukaran

Pada fungsi ini pelanggan bebas memilih ingin mengambil produk apa dan dimana. Pelanggan juga boleh menentukan apakah barang atau produk yang dibelinya mau di gunakan sendiri atau di jual kembali.

2.) Fungsi Distribusi

Distribusi adalah kegiatan memindahkan atau menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Distribusi sendiri dapat dilakukan melalui darat, udara dan laut.

3.) Fungsi Perantara

Fungsi perantara adalah fungsi yang pada umumnya dijalankan oleh bagian pemasaran. Tim pemasaran melakukan kegiatan yang dimana menyampaikan dan mengenalkan produk yang dimiliki perusahaan kepada konsumen. Dalam hal ini tingkat kepuasan pelanggan sangat bergantung dari fungsi ini,

maka dari itu tim pemasaran diharapkan mampu melayani konsumen dengan baik.

Selain fungsi, tim *marketing* juga memiliki tugas sesuai posisi atau jabatannya masing-masing. Adapun tugas *marketing*, diantaranya yaitu:

1.) Tugas admin *marketing*

Admin *marketing* adalah seseorang yang bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengoperasian dari aktivitas pemasaran yang ada di perusahaan. Admin *marketing* adalah pelaksana dari strategi pemasaran yang ditetapkan. Terdapat 9 tugas admin *marketing* yaitu:

- a.) Melakukan riset pasar
- b.) Mengimplementasikan strategi pemasaran
- c.) Membantu tim *public relation* (PR) untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen.
- d.) Merekap data penjualan.
- e.) Bertanggung jawab atas *database* pelanggan.
- f.) Menyusun laporan pemasaran.
- g.) Membuat arsip penjualan.
- h.) Membantu mengecek persediaan.
- i.) Membantu menjelaskan produk yang dijual perusahaan kepada konsumen.

2.) Tugas Staf *Marketing*

Staf *marketing* adalah seseorang yang terlibat secara langsung dalam aktivitas penjualan. Staf *marketing* dalam menerapkan strategi pemasaran menggunakan komunikasi yang baik. Adapun tugas staf *marketing* antara lain yaitu:

- a.) Mengelola dan melakukan kampanye konsumen.
- b.) Menganalisis dan mengidentifikasi konsumen.
- c.) Mengawasi aktivitas promosi.
- d.) Membuat laporan keuangan.
- e.) Menjual produk sesuai target.

- f.) Mengenali produk yang dimiliki perusahaan.
- g.) Memberikan informasi seputar produk yang dijual.

3.) Tugas *Sales Marketing*

Seorang *sales marketing* diharapkan memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik agar konsumen tertarik membeli produk. *Sales marketing* diharapkan mampu menjalin relasi yang baik agar konsumen loyal membeli produk yang diproduksi perusahaan. Berikut tugas *sales marketing* yaitu:

- a.) Menyusun strategi pemasaran yang baik.
- b.) Melakukan riset guna mengetahui kebutuhan konsumen.
- c.) Melakukan analisis terhadap kompetitor.
- d.) Mencapai target.
- e.) Mencari mitra kerja demi meningkatkan penjualan.
- f.) Membuat rekapan hasil penjualan.
- g.) Mengawasi *sales marketing* lain agar penjualan berjalan dengan baik.

4. Produk-Produk KSPPS BTM(Baitut Tanwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari

a. Produk Simpanan

1.) Simpanan Mudharabah

Simpanan yang peruntukkannya dapat diambil sewaktu-waktu.

2.) Simpanan Hari Raya

Simpanan yang diperuntukkannya hanya bisa diambil sebelum hari raya dengan ketentuan yang berlaku.

3.) Simpanan Pendidikan

Simpanan untuk perencanaan persiapan terkait biaya masuk pendidikan putra dan putri nasabah.

4.) Simpanan Qurban Aqiqah

Simpanan yang peruntukkannya untuk pengadaan hewan qurban atau aqiqah.

5.) Simpanan Haji dan Umrah

Simpanan yang diperuntukkan untuk biaya haji maupun umrah dengan ketentuan yang berlaku.

6.) Simpanan Wisata Dakwah

Simpanan yang diperuntukkannya untuk berwisata religi sesuai dengan ketentuan dan waktu yang sudah direncanakan.

7.) Simpanan Berjangka

Simpanan dengan ketentuan pengambilannya dengan cara-cara berjangka sesuai dengan perjanjian yang ditentukan.

8.) Simpanan Masa Depan

Sebuah investasi untuk perencanaan hari tua maupun rencana jangka panjang.

b. Simpanan Pembiayaan

1.) Modal Usaha (Musyarakah)

Diperuntukan untung penambahan usaha yang sudah berjalan.

2.) Jual Beli (Murabahah)

Diperuntukan untuk pembelian barang konsumsi barang dagangan maupun barang bahan bangunan.

3.) Biaya Atas Jasa

Diperuntukan untuk pembayaran jasa orang lain yang telah memberikan kemanfaatan untuk dirinya. Produk ini juga bisa digunakan untuk pemberangkatan magang ke jepang, biaya jasa pemberangkatan haji dan umrah.

c. Produk lainnya

1.) Menerima titipan zakat, infaq, shodaqoh (ZIS) yang disalurkan melalui LazizMu.

2.) Menerima pembayaran SPP, uang gedung, dan biaya lainnya untuk mahasiswa ITB-MP.

d. Syarat Umum

1. Mengisi formulir keanggotaan.

2. Membayar simpanan pokok sebesar Rp.10.000,-

B. Gambaran Umum Manajemen Pelayanan di KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari

Masih banyak beberapa lembaga yang belum mengetahui sistem kerja manajemen pelayanan yang dimana hal ini sangat dibutuhkan bagi para konsumen agar dapat memudahkan dalam melakukan transaksi. Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu. sedangkan pelayanan adalah suatu kegiatan yang diberikan individu atau kelompok kepada konsumen namun tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Manajemen pelayanan di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional menuntut sebuah perusahaan atau lembaga untuk merancang strategi guna menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin kuat. Apalagi bagi lembaga syariah yang harus berusaha semaksimal mungkin bersaing dengan lembaga konvensional dengan tujuan mensejahterakan masyarakat melalui sistem perekonomian yang sesuai dengan syariat islam yang menghindari sistem *riba*, *gharar*, *maysir*. (Muhammad, I.A., 2021).

Dalam rangka usaha memuaskan kebutuhan nasabah juga harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat “*win-win situation*” yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan nasabah merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan nasabah untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha (Chintia Monica et al, 2023). Dalam kegiatan meningkatkan kinerja keuangan syariah di perlukan strategi manajemen pelayanan yang baik untuk menggaet nasabah guna melakukan transaksi di lembaga keuangan syariah. Seperti yang dilakukan karyawan pada KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari ini, dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan dalam mengenalkan produk kepada nasabah maka di luncurkanlah strategi marketing dengan system *jemput bola*. Pengertian dari “*jemput bola*” adalah mendatangi atau mencari pelanggan (dengan cara apapun dan efektif tanpa harus mengeluarkan banyak tenaga). Jadi dapat di simpulkan, system jemput bola adalah suatu

kegiatan yang dilakukan marketing guna mencari nasabah dengan cara mendatangi nasabah melalui *door to door*.

Strategi jemput bola ini memberikan banyak kemudahan bagi nasabah dimana nasabah hanya menunggu di tempat kerja atau di rumah masing-masing untuk melakukan sebuah transaksi. Strategi ini di rasa lebih efektif dan efisien dalam mengenalkan produk-produk yang dimiliki KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari ini karena dapat menjangkau sebuah wilayah yang di datangi oleh tim marketing. Selain menggunakan sistem jemput bola tim marketing KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari juga menggunakan system pemasaran dari mulut kemulut atau yang sering di sebut dengan WOM (*word of mouth*).Pemasaran dari mulut kemulut atau sering di sebut juga dengan *word of mouth* (WOM) merupakan usaha strategi pemasaran dari konsumen untuk mempromosikan, menganjurkan produk, membicarakan produk dan menjual produk atau jasa yang telah kita coba kepada konsumen lainnya (Fahmi Wijaya dan Sujana, 2020). Pada strategi ini tim marketing mengandalkan sistem WOM ini kepada nasabah tetapnya agar mengajak orang di lingkungan sekitarnya agar bisa bergabung dan mengambil produk yang di miliki oleh KSPPS BTM (Baitut Tanwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari. Kualitas pelayanan sebagai bagian dari strategi pemasaran jasa yang memiliki peranan besar bagi keberhasilan perusahaan (Sulasih et al,2019). Terkait dengan pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas, Luo dan Bhattacharya (2006), serta Pollack (2009) berpendapat bahwa loyalitas akan tercipta manakala konsumen merasa mendapat kepuasan dari layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Setiap perusahaan pasti ingin memberikan pelayanan yang baik untuk mendapatkan kepuasan dan loyalitas dari pelanggan, sehingga citra perusahaan akan terlihat baik dimata para pelanggannya. Dalam melakukan pelanannya perusahaan harus mengetahui ciri-ciri pelayanan yang baik sehingga keinginan pelanggan dapat tercapai dan terpenuhi. Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik (Kasmir, 2015) yaitu:

1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik, konsumen ingin dilayani prima. Oleh karena itu untuk melayani konsumen salah satu yang paling penting untuk diperhatikan adalah dari sarana dan prasarana yang ada.
2. Tersedia karyawan yang baik, kenyamanan konsumen tergantung dari petugas yang melayaninya. Petugas harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu petugas harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan serta pintar.
3. Bertanggung jawab kepada konsumen dari awal hingga akhir. Dalam menjalankan kegiatan pelayanannya setiap karyawan harus mampu melayani dari awal hingga akhir.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani konsumen diharapkan petugas harus melakukannya sesuai dengan prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal dan pekerjaan tertentu dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen.
5. Mampu berkomunikasi, petugas harus mampu berbicara kepada setiap konsumen dan dapat memahami keinginan konsumen, artinya petugas harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang baik dan jelas sehingga mudah dimengerti, dan jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.
6. Berusaha memenuhi kebutuhan konsumen, petugas harus cepat tanggap tentang apa yang diinginkan konsumen, mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

Nasabah di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari ini memiliki berbagai macam kebutuhan yang berbeda. Pada umumnya nasabah mengajukan pembiayaan untuk berbagai sektor kebutuhan misalnya perdagangan, bidang usaha, konstruksi, dan lain sebagainya sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan masyarakat. Dari berbagai sektor kebutuhan itu dibagi lagi untuk kepentingan seperti konsumtif, modal kerja, dan investasi. Sehingga manajemen pelayanan pada KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari ini melakukan strategi pelayanan untuk mempermudah nasabahnya dalam melakukan transaksi. Syarat yang harus dipenuhi oleh

nasabah dalam mengajukan transaksi terkait pengambilan produk di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari ini yaitu sebagai berikut:

- 1.) Data diri pemohon
 - a.) Nama pemohon
 - b.) Tempat Tanggal Lahir
 - c.) Alamat sekarang sesuai dengan KTP
 - d.) Nomor HP/Telepon
 - e.) Nomor KTP/SIM
 - 2.) Data pekerjaan/usaha
 - 3.) Jumlah pengajuan dan tujuan penggunaan
 - a.) Jumlah pengajuan
 - b.) Tujuan pengajuan
 - 4.) Cara pelunasan
 - 5.) Data keuangan
Yaitu data terkait penghasilan yang didapatkan nasabah selama satu bulan.
 - 6.) Presentasi bagi Hasil/Nisbah
 - 7.) Tanda tangan pemohon
 - 8.) Tandatangani suami/istri/penjamin
- Data pendukung:
- 1) Legalitas nasabah
 - a) Fotocopy KTP suami/istri terbaru
 - b) Fotocopy KK
 - c) Fotocopy Buku Nikah
 - 2) Legalitas jaminan
 - a) Fotocopy BPKB
 - b) Fotocopy sertifikat hak milik (SHM)

Tabel 4. 1

Alur pengajuan pembiayaan di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari

Tahap 1 (pengajuan)	<ul style="list-style-type: none"> • Calon nasabah mengisi formulir permohonan pembiayaan bermaterai dan stempel • Calon nasabah memenuhi syarat-syarat berupa dokumen sesuai persyaratan
Tahap 2(verifikasi)	<ul style="list-style-type: none"> • Pihak <i>customer service</i> akan melakukan verifikasi data persyaratan calon nasabah, lalu menyetorkannya ke pihak <i>marketing</i> • Dilanjutkan taksasi keuangan dengan menganalisa profil dan portofolio calon nasabah dari dokumen persyaratan yang dilakukan oleh pihak <i>marketing</i> • Pihak <i>marketing</i> juga melakukan taksasi agunan yang akan dijadikan sebagai obejck pada akad • Pihak <i>marketing</i> membuat usulan pembiayaan hasil verifikasi dan analisa terhadap calon nasabah melalui sistem
Tahap 3 (persetujuan pengajuan pembiayaan)	<ul style="list-style-type: none"> • Bagian <i>marketing</i> melakukan pengecekan terhadap data pengajuan calon nasabah dan melakukan verifikasi secara langsung melalui handphone kepada nasabah • Bagian <i>marketing</i> juga melakukan analisis dengan cara observasi, wawancara kepada nasabah guna melihat perilaku yang dimiliki nasabah. Tujuan dilakukan analisis agar mengetahui layak tidaknya calon nasabah ini yang nantinya dapat mengurangi resiko terjadinya nasabah yang macet
Tahap 4 (Persetujuan pengajuan)	<ul style="list-style-type: none"> • Setelah <i>marketing</i> melakukan analisis observasi dan wawancara kepada nasabah

	<p>kebudia data yang didapatkan dirapatkan dengan kepala kantor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apabila calon nasabah memenuhi kriteria dan dinyatakan layak maka calon nasabah akan dihubungi dan <i>marketing</i> akan menemuinya kembali guna untuk melakukan akad
--	---

Manajemen pelayanan di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari berusaha semaksimal mungkin dalam menunjang keternudahannya nasabah dalam melakukan transaksi, dan juga selalu mencari tau tentang masalah yang dialami nasabah jika ada nasabah yang mengalami kemacetan dalam mengangsur. Hal ini guna menjalin hubungan kedekatan antara pihak KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari dengan nasabahnya, dengan tujuan agar nasabah merasa diperhatikan terkait kebutuhan dan permasalahannya. Karena, manajemen pelayanan merupakan kegiatan merencanakan, menggerakkan serta mengedalikan proses pelayanan dengan standar yang sangat baik namun memuaskan pelanggan agar tujuan organisasi tercapai (Nina, 2019).

Kepuasan dan loyalitas nasabah sangat berperan penting dalam sebuah perusahaan. Manajemen pelayanan yang dilakukan di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari ini pun memprioritaskan pelayanan yang baik agar nasabah merasa puas dan loyal kepada KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari ini. Artinya, kepuasan dan loyalitas nasabah sangat berpengaruh terhadap jalannya sebuah perusahaan, sehingga manajemen pelayanan sangat berperan dalam menentukan strategi pelayanan yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh nasabah. Sebagai mana yang di katakan oleh bapak Anar wicaksana selaku kepala kantor cabang yaitu:

“Terkait Manajemen pelayanan dari BTM sendiri itu tetap melaksanakan kegiatan pelayanan itu sesuai dengan SOP yang sudah ditetapkan oleh BTM Pusat, namun kita juga memiliki strategi dimana dalam melakukan pelayanan kita mencari cara agar kepuasan nasabah itu

bisa di dapatkan, karena jika nasabah sudah merasa puas terhadap pelayanan dan produk yang ada kan besar kemungkinan nasabah itu akan loyal”.

Selain itu juga bapak Anar Wicaksana selaku kepala kantor cabang ini juga menyampaikan tentang mengapa dalam strategi manajemen pelayanannya itu harus bisa mendapatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, yaitu:

“Karena kepuasan dan loyalitas nasabah itu sangat penting karena agar nantinya dapat membangun relasi kerjasama dimasa depan, artinya nabasabah itu sewaktu-waktu akan menjadi nasabah disini lagi jika sekarang nasabah itu sudah selesai melakukan transaksi disini”.

Berdasarkan wawancara dengan kepala kantor cabang KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari ini bahwa manajemen pelayanan yang diterapkan pada KSPPS BTM ini sesuai dengan SOP yang diberikan dan terus mencari strategi pelayanan yang dimana agar nasabah benar-benar puas dengan pelayanan dan produk yang ditawarkan oleh KSPPS BTM, sehingga besar kemungkinan nasabah akan menjadi loyal sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai.

1. Faktor-faktor yang menjadi indikator kepuasan nasabah

Perkembangan dunia perbankan syariah tidak lepas dari peran para nasabah yang memberikan kepercayaan terhadap pihak perbankan untuk penyimpanan aset keuangannya. Fungsi perbankan secara umum dalam hal penghimpunan dana dari masyarakat kemudian akan disalurkan kepada pihak yang defisit dan memerlukan dana sehingga dalam fungsi ini dana yang disimpan masyarakat akan lebih produktif dan bermanfaat (Shofwa,2016). Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh di abaikan bagi suatu perusahaan bagi suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan pada kepuasan nasabah perlu dan harus di tingkatkan secara terus menerus. Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk membantu eksistensi perusahaan.

Kepuasan dari pelanggan merupakan syarat yang diperlukan bagi terciptanya loyalitas. Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan nasabah ditentukan oleh pelayanan yang diterima oleh nasabah dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan nasabah sangat ditentukan oleh kualitas layanan dari jasa yang diberikan. Dalam industri perbankan, penelitian hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan sudah sangat banyak dilakukan. Naeem, Akram, dan Saif (2009) mereka menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif kepada kepuasan nasabah. Dalam hal itu terkait dengan kualitas layanan, para peneliti menggunakan dimensi/indikator yang berbeda sebagai pengukurnya. Pollack (2009) mengemukakan bahwa lebih dari 20 tahun banyak penelitian telah dilakukan untuk menentukan ukuran yang tepat bagi kualitas layanan. Kualitas yang prima akan berdampak kepada loyalitas nasabah yang puas, namun kepuasan saja tidaklah cukup untuk membawa pelanggan menjadi loyal.

Loyalitas nasabah adalah komitmen yang tinggi untuk membeli suatu produk atau jasa yang disukai dimasa mendatang, disamping pengaruh situasi dan usaha pemasar dalam merubah perilaku. Dengan kata lain nasabah akan setia untuk melakukan pembelian ulang secara terus-menerus. Untuk mempertahankan loyalitas nasabah tidak hanya dibutuhkan kepuasan, melainkan lebih dari itu adalah kepercayaan nasabah yang merupakan kunci dari *relationship marketing*. Adapun definisi loyalitas adalah pembentukan sikap dan pola perilaku seorang konsumen terhadap pembelian dan penggunaan produk hasil dari pengalaman mereka sebelumnya (Griffin, 2005). Seorang nasabah dapat dikatakan nasabah yang loyal adalah ketika konsumen yang puas dengan produk tertentu sehingga mereka mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya nasabah yang loyal juga akan menunjukkan kesetiaanya untuk membeli produk-produk yang lainnya dari tempat yang sama. Loyalitas sendiri itu terbentuk dari dua komponen, loyalitas sebagai perilaku yang membeli ulang secara konsisten dan loyalitas sebagai sikap positif terhadap suatu suatu produk atau produsen

(penyedia jasa) ditambah dengan sebuah pembelian yang konsisten dari nasabah itu. Maka dari itu berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen terhadap suatu produk berhubungan dengan sikap positif yang dimiliki seorang konsumen terhadap produk dengan melakukan pembelian ulang secara konsisten. Ada beberapa faktor yang menjadi indikator terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, salah satu rumusan penentuan tingkat kepuasan nasabah diuraikan oleh Indrasari (2019) yaitu:

- 1.) Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
- 2.) Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.
- 3.) Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap produk mereka, apabila memakai produk tertentu yang memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- 4.) Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif lebih rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
- 5.) Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung akan merasa lebih puas.

Menurut bapak Anar Wicaksana selaku kepala kantor cabang mengungkapkan tentang pemenuhan indikator kepuasan nasabah dari manajemen yang diberikan oleh KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari, yaitu:

“indikator kepuasan nasabah yang kami terapkan pada manajemen pelayanan yang kita terapkan guna mendapatkan kepuasan nasabah itu dari kualitas produk, dimana di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari ini memberikan produk yang dimana produk-produk tersebut sangat relevan dikalangan masyarakat. Kemudian indikator berikutnya itu tentunya dari kualitas pelayanan, kami berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar nasabah merasa

puas menjalin kerjasama dengan kami, lalu indikator yang terakhir itu tentang biaya yang dimana pelanggan tidak mengeluarkan biaya tambahan untuk mengambil produk disini, dengan cara kita mengunjungi rumah nasabah yang akan melakukan transaksi”.

Selain itu juga disampaikan oleh ibu Y, selaku nasabah yang merasa puas pada pelayanan dan produk yang diberikan oleh KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari yaitu:

“Produk yang ada di KSPPS BTM ini sangat relevan untuk kebutuhan dan masalah yang saya alami, dan syaratnya juga mudah, lalu untuk pelayanan yang diberikan sangat baik dan mereka mau untuk datang kerumah sehingga memudahkan dan menghemat biaya”.

Berdasarkan wawancara diatas bahwa manajemen pelayanan yang diberikan oleh KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari memberikan tiga faktor indikator untuk memenuhi kepuasan nasab, dan dari tiga indikator tersebut sudah dirasa cukup untuk memberikan pelayanan yang baik agar nasabah menjadi merasakan kepuasan terhadap produk dan pelayanan yang diberikan. Dan nasabah juga sudah merasa puas dengan manajemen pelayanan serta produk yang diberikan.

2. Faktor-faktor yang menjadi indikator loyalitas nasabah

Loyalitas nasabah adalah komitmen yang tinggi untuk membeli suatu produk atau jasa yang disukai dimasa mendatang, disamping pengaruh situasi dan usaha pemasar dalam merubah perilaku. Dengan kata lain nasabah akan setia untuk melakukan pembelian ulang secara terus-menerus. Untuk mempertahankan loyalitas nasabah tidak hanya dibutuhkan kepuasan, melainkan lebih dari itu adalah kepercayaan nasabah yang merupakan kunci dari *relationship marketing*. Seorang nasabah dapat dikatakan nasabah yang loyal adalah ketika konsumen yang puas dengan produk tertentu sehingga mereka mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya nasabah yang loyal juga akan menunjukkan kesetiaanya untuk membeli produk-produk yang lainnya dari tempat yang sama. Loyalitas sendiri itu

terbentuk dari dua komponen, loyalitas sebagai perilaku yang membeli ulang secara konsisten dan loyalitas sebagai sikap positif terhadap suatu produk atau produsen (penyedia jasa) ditambah dengan sebuah pembelian yang konsisten dari nasabah itu. Maka dari itu berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen terhadap suatu produk berhubungan dengan sikap positif yang dimiliki seorang konsumen terhadap produk dengan melakukan pembelian ulang secara konsisten. Oleh karena itu karyawan melakukan upaya bagaimana agar mendapatkan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah terhadap produk yang ditawarkan, tingkat kepuasan nasabah harus berpotensi besar karena sangat penting dalam menunjang kelancaran tingkat keberhasilan suatu perusahaan.

Loyalitas nasabah merujuk kepada komitmen seorang nasabah untuk tetap setia menggunakan jasa suatu bank dalam waktu tertentu (Amin, Isa, Fountain, 2013: 82). Menurut (Ladhari et al, 2011 ; Bauman et al, 2011) seseorang yang royal akan melakukan tiga indikator, yaitu :

- 1.) *Repeat*, yaitu melakukan pembelian ulang atau memperbanyak simpanan dalam waktu mendatang (*share of wallet*).
- 2.) *Retention*, yaitu tidak terpengaruh oleh barang yang ditawarkan oleh pihak lain.
- 3.) *Reffeval*, yaitu memberituhkan hal-hal yang positif kepada pihak lain.

Seperti yang diungkapkan bapak Anar Wicaksana bahwa nasabah yang loyal sangat penting untuk tercapainya tujuan perusahaan, yaitu:

“Nasabah yang loyal sangatlah penting, karena nasabah yang loyal akan melakukan transaksi terus menerus, sehingga dapat membangun relasi kerjasama dan dapat ikut serta dalam mencapai tujuan perusahaan”.

Selain itu ibu Lilla Nur Elyda selaku *customer service back office* (CSBO) di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari juga mengungkapkan tentang nasabah yang dimiliki oleh KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari banyak yang loyal, yaitu:

“Menurut data, banyak nasabah yang loyal ke KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari hal ini dibuktikan dengan nasabah yang beberapa kali mengambil produk disini baik produk simpanan dan pinjaman”.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah sangat diperlukan dan sangat penting untuk perusahaan, namun untuk mendapatkan seorang nasabah yang bisa di tingkat loyal tentu butuh strategi manajemen pelayanan yang sangat baik. Artinya, manajemen pelayanan juga harus di perhatikan agar bisa menggaet nasabah merasa puas sehingga besar kemungkinan menjadi loyal.

Selanjutnya, wawancara dengan salah satu nasabah oleh bapak S yang bisa dikatakan menjadi nasabah yang loyal, yaitu:

“Pelayanan yang ramah, sopan, dan jelas membuat saya puas dengan pelayanan yang dilakukan, dan produk yang tidak mengenal sistem riba membuat saya juga puas mengambil produk disini, sehingga saya tidak ragu untuk melakukan transaksi di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari ini”.

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan jika nasabah yang loyal sudah tentu merasakan kepuasan, baik dari kepuasan pelayanan maupun produk yang diberikan. Dalam hal ini loyalitas nasabah juga harus terus di tingkatkan dan dipertahankan karena loyalitas seorang nasabah sangatlah berpengaruh besar terhadap tercapainya tujuan perusahaan. Namun nasabah yang merasa puas belum cukup untuk dikatakan sebagai nasabah yang loyal. Namun, nasabah yang loyal pastinya merasa puas terhadap sebuah perusahaan.

C. Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari

Manajemen pelayanan yang dilakukan di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari yaitu berusaha semaksimal mungkin memberikan pelayanan yang baik guna mendapatkan kepuasan nasabah dan loyalitas dari nasabah yang ada. Karena kepuasan dan loyalitas nasabah sangat berperan penting untuk menjaga dan meningkatkan citra perusahaan dan juga ikut

membantu dalam tercapainya tujuan sebuah perusahaan. Jika manajemen pelayanan yang diberikan baik dan nasabah merasa puas, maka nasabah tidak segan-segan untuk mengambil produk kembali. Dalam pelaksanaan manajemen pelayanan yang diterapkan KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari ini melakukan pemasaran produk yang mudah diterima masyarakat dan yang dibutuhkan masyarakat. Selain, itu pelaksanaan manajemen pelayanan yang lain adalah dengan melakukan pelayanan yang mempermudah calon nasabah dalam melakukan transaksi, seperti persyaratan yang tidak ribet, tim *marketing* yang mendatangi rumah-rumah calon nasabah yang akan melakukan akad sehingga calon nasabah tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk datang ke kantor guna melakukan transaksi pengambilan produk. Dalam melakukan manajemen pelayanan KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari ini menggunakan 3 indikator dalam pemenuhan kepuasan nasabah, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan biaya. Dari indikator-indikator yang digunakan ternyata bisa menghasilkan banyak nasabah yang puas dan loyal kepada perusahaan. Sebagaimana yang dikatakan oleh bapak Anar Wicaksana yaitu:

“Alhamdulillah, dengan manajemen pelayanan yang digunakan banyak nasabah yang puas dan loyal kepada KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari ini. Setiap bulannya nasabah disini selalu bertambah, walaupun tidak bertambah banyak setidaknya target selalu tercapai dan konsisten”.

Selain itu ibu Nika Annita selaku *teller* di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari juga mengemukakan yaitu:

“Nasabah yang saya layani disini dan data yang saya catat selalu bertambah setiap bulannya”.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pelayanan yang diterapkan pada KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari cukup baik karena banyak nasabah yang merasa puas dan bertambahnya nasabah setiap bulannya. Hal ini juga dikemukakan oleh Bapak Heru Setiawan selaku *marketing*, yaitu:

“Banyak nasabah yang merasa puas dan loyal dengan pelayanan serta produk yang ditawarkan, karena banyak nasabah yang mengajak orang dilingkungannya untuk ikut mengambil produk di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari. Karena itu kita sudah tidak mengutamakan kembali terkait perluasan wilayah pemasaran, karena pemasaran dari mulut-kemulut sudah berjalan, dan sudah banyak nasabah yang melakukan pengambilan ulang produk yang ada, entah mengambil produk yang sama atau produk yang berbeda”.

Selain itu ibu Lilla Nur Elyda selaku *customer service* juga mengemukakan yaitu:

“Kepuasan dan loyalitas nasabah di KSPPS BTM ini sudah cukup banyak, karena dari data yang saya masukan ke sistem banyak nasabah yang sudah melakukan pengambilan ulang produk yang kita tawarkan”.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah tidak hanya merasa puas dengan pelayanan dan produk yang ditawarkan, namun nasabah sudah loyal kepada KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari, hal itu karena nasabah sudah memenuhi indikator nasabah loyal yaitu nasabah sudah melakukan *repeat* yaitu pembelian ulang atau mengambil produk lebih dari satu kali, kedua nasabah sudah melakukan *retention* yaitu nasabah tidak terpengaruh pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan lain, dan yang terakhir nasabah sudah melakukan *refeal* yaitu nasabah sudah memberitahukan hal-hal positif kepada pihak lain yang artinya nasabah sudah mengajak orang lain atau orang disekitarnya untuk mengambil produk diperusahaan tersebut. Hal ini juga dikemukakan oleh ibu P selaku nasabah di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari:

“Saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, karena pelayanan yang diberikan baik, sopan, ramah, dan cukup jelas dalam menjelaskan terkait produk yang ditawarkan. Dan selama melayani saya sebagai nasabah karyawan melayani dengan sabar dan penuh pengertian”.

Selanjutnya juga dikemukakan oleh ibu A selaku nasabah juga di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari yaitu:

“Saya merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan dan produk yang ditawarkan, karena produk yang ditawarkan sesuai dengan syariat islam dan bebas dari riba. Sehingga saya merasa puas dan loyal kepada KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari ini, dan mengajak serta menyarankan orang-orang disekitar saya untuk mengambil produk di sini”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa para nasabah merasa puas terhadap pelayanan dan produk yang ditawarkan sehingga hal itu bisa membuat nasabah menjadi royal kepada perusahaan.

karena nasabah merasa puas ketika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan responsif terhadap kebutuhan dan permintaan mereka. Misalnya, waktu tunggu yang singkat untuk mendapatkan layanan atau respon yang cepat terhadap pertanyaan atau keluhan. Produk atau layanan yang berkualitas juga berkontribusi pada kepuasan nasabah. Ketika nasabah merasa bahwa produk atau layanan yang mereka terima sesuai dengan ekspektasi atau bahkan melebihi harapan mereka, mereka cenderung merasa puas dan loyal. Kualitas interaksi antara nasabah dan karyawan perusahaan sangat mempengaruhi kepuasan nasabah. Karyawan yang ramah, berpengetahuan, dan membantu dapat meningkatkan pengalaman nasabah secara keseluruhan. Kemudahan dalam proses transaksi atau penggunaan layanan juga menjadi faktor penting. Nasabah cenderung lebih puas jika mereka dapat menyelesaikan transaksi atau mendapatkan layanan tanpa hambatan yang berarti.

Dari beberapa manajemen pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah dapat disimpulkan bahwa Kemudahan dalam proses transaksi atau penggunaan layanan juga menjadi faktor penting. Nasabah cenderung lebih puas jika mereka dapat menyelesaikan transaksi atau mendapatkan layanan tanpa hambatan yang berarti. Respons yang baik terhadap keluhan nasabah dan upaya untuk menyelesaikan masalah dengan cepat dan efektif dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Nasabah yang merasa bahwa keluhan mereka didengar dan diperhatikan akan cenderung lebih loyal. Nasabah cenderung lebih puas dan loyal terhadap perusahaan yang memiliki reputasi baik dan dianggap dapat dipercaya dalam memberikan produk dan layanan.

Terkadang, faktor personal seperti preferensi nasabah terhadap merek atau kesetiaan terhadap perusahaan tertentu juga dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas. Misalnya, nasabah yang memiliki pengalaman positif dalam jangka waktu yang lama dengan suatu perusahaan akan cenderung lebih loyal. Oleh Karena itu faktor-faktor tersebut saling berhubungan dan berkontribusi terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan wawancara, observasi, dokumentasi dan hasil analisis bahwa pelayanan yang berkualitas meningkatkan kepuasan nasabah. Karena kualitas pelayanan yang tinggi, seperti respons yang cepat, efisiensi dalam proses, dan kemudahan akses, berkontribusi secara langsung terhadap tingkat kepuasan nasabah. Kepuasan Nasabah berperan penting dalam meningkatkan Loyalitas, karena nasabah yang merasa puas dengan pelayanan perusahaan cenderung lebih setia dan bersedia untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan perusahaan tersebut.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami hubungan yang kompleks antara manajemen pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas. Implikasi dari penelitian ini dapat memberikan panduan berharga bagi manajemen dalam upaya untuk meningkatkan pengalaman nasabah dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan nasabah mereka.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan diatas, peneliti dapat menyampaikan beberapa saran antara lain:

1. Kepada peneliti lain untuk bisa meneliti ulang terkait masalah ini, dikarekan penelitian ini mungkin masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Namun terlepas dari kekurangan yang ada, semoga hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam penelitian selanjutnya.
2. Dan kepada pihak KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari agar selalu mencari strategi dan mengembangkan manajemen pelayanannya guna membantu masalah yang terjadi dimasyarakat.
3. Untuk pegawai dan kepala kantor cabang diharapkan tetap selalu istiqomah serta ikhlas dalam mengembangkan KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari untuk mencapai tujuan perusahaan dan selalu

membantu dan memberikan pelayanan yang baik untuk masyarakat disekitar.

4. Lalu untuk para nasabah hendaknya selalu sabar dan tetap mempercayai KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari sebagai pilihan lembaga simpanan dan pinjaman.



DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. (2022). Strategi jemput bola simpanan wadi'ah dalam menjaga loyalitas nasabah di BTM sang surya Pamekasan. *Jurnal Indonesi sosial sains*, 3(7).
- Azmi, K. (2022). Implementasi strategi manajemen di baitul tamwil muhammadiyah (BTM) Sumatra Barat. *Jurnal pendidikan sains dan manajemen bisnis*, 1(1), 6-10.
- Cahyani, P.D. (2016). Tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan perbankan syariah di Yogyakarta. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 6(2), 151-162.
- Darmawan, Z.C., Ridlwan, A.A. (2018). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal ekonomi dan bisnis islam*, 3(2), 107-115.
- Dhinantia, A.A., Meilany, L. (2023). Komunikasi organisasi pelayanan sosial dalam administrasi pekerjaan sosial. *Jurnal pekerjaan sosial*, 6(1), 46-56.
- Diza, F., Moniharapon, S., Imelda, WJ. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal ekonomi riset*, 4(1).
- Hardinsyah, R., Tricahyono, D. (2019). Identifikasi faktor-faktor kesuksesan start up digital di kota Bandung. *Jurnal ekonomi*, 27(2), 134-145.
- Ichsan, R.N., Karim, A. (2021). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Jasa raharja medan. *Jurnal penelitian pendidikan humaniora*, 6(1).
- Monica, C., Marlius, D. (2023). Pengaruh kuaalitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada bank nagari. *Jurnal Pundi*, 7(1).
- Muhammad, I.A. (2021). Manajemen pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BTM(Baitul Tamwil Muhammadiyah). UIN Raden Intan Lampung.
- Nasfi, Rahmad, Sabri. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah. *Jurnal ekonomi syariah*, 4(1).
- Navarone, O. (2003). Analisis pengaruh tingkat kesuksesan produk baru dalam peningkatan kinerja pemasaran. *Jurnal sains pemasaran Indonesia*, 2(1), 111-112.
- Nugraha,F.S.E., Astriani,D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dimediasi oleh kepuasan nasabah. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 6(1), 1911-1924.
- Octavia, R., (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank index Lampung. *Jurnal manajemen pemasaran*, 13(1), 35-39.
- Shofwa, Y. (2016). Pengaruh kualitas produk dan religiusitas terhadap keputusan nasabah produk simpanan pada BSM cabang Purwokerto, 4(1).

- Sigit, K.N., Soliha, E. (2017). Kualitas produk dan kuantitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. *Jurnal keuangan dan perbankan*, 21(1), 157-168.
- Sulasih, Oktiana, R.D., (2019). Analisis faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan produk halal online pada pondok pesantren di Purwokerto. *Jurnal Indonesian Journal of Islamic Business and Economics*, 1, 1-74.
- Syahril, S. (2019). Pengaruh kemampuan intelektualitas dan moralitas terhadap tingkat kesuksesan dalam pengembangan karier karyawan pada perusahaan daerah air minum (PDAM) kota Padang. *Jurnal penelitian dan kajian ilmiah*, 14(2).
- Tho'in, M. (2011). Pengaruh faktor-faktor kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah di baitul mal wat tamwil(BMT) tekun Karanggede Boyolali. *Jurnal ekonomi dan perbankan syariah*, 2(1), 73-89.
- Utaami, H.T., (2018). Analisis perbedaan literasi keuangan naasabah credit union dan nasabah baitul maal wattamwil. *Jurnal Bisnis*, 6(2).
- Wahyoedi, Soengeng. Sapparso. (2019). Loyalitas nasabah bank syariah: studi atas religitas, kualitas layanan, trust, dan loyalitas. Deepublish.
- Wijaya, F., Sujana. (2020). Pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap *Word Of Mouth*. *Jurnal ilmiah pariwisata*, 4(1), 9-18.
- Wijaya, H., Beik, I.S., Sartono, B. (2017). Pengaruh kualitas layanan perbankan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah xyz di Jakarta. *Jurnal aplikasi bisnis dan manajemen*, 3(3), 417-4



Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Indra Anggit Prayoga

NIM : 2017202088

Prodi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari.

Biodata Informan Kepala Kantor

Nama : Anar Wicaksana, S. Kom.

Jabatan : Kepala Kantor

Alamat : Rembang

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana prosedur manajemen pelayanan yang diterapkan oleh KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari?	Prosedur manajemen pelayanan yang diterapkan tentunya sesuai SOP yang diberikan oleh kantor pusat. Tentang pelayanan prima <i>costumer</i> . Dengan mengutamakan kepuasan nasabah, dan tentunya sesuai dengan prinsip syariah.
2.	Apa saja yang menjadi kriteria pelayanan kepada nasabah yang diterapkan oleh KSPPS BTM?	Sebenarnya tidak ada kriteria tertentu dalam pelayanan, kita sesuai SOP yang diterapkan. Namun kita berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan terbaik, agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
3.	Apa visi dan misi KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari?	1. Visi Menjadikan amal usaha di bidang keuangan yang handal dan mampu mendukung dakwah Muhammadiyah. 2. Misi

		<ul style="list-style-type: none"> a. Mewujudkan dakwah bil haal di bidang ekonomi b. Membangun perekonomian anggota dan warga Muhammadiyah pada khususnya, serta masyarakat Indonesia pada umumnya sesuai ajaran islam. c. Menciptakan amal usaha di bidang ekonomi yang dapat mendukung misi Muhammadiyah.
4.	Berapa target nasabah yang didapatkan?	Untuk sekarang tidak ada target nasabah, kita berjalan sesuai prosedur. Namun kita juga menghusahkan kalau setiap bulannya untuk sekarang mendapatkan 5 nasabah, kalau tidak tercapai juga tidak masalah.
5.	Bagaimana strategi yang digunakan dalam manajemen pelayanan agar selalu mencapai target pendapatan?	Strategi yang digunakan tentunya menggaet nasabah puas dan loyal sebanyak-banyaknya, agar dalam tercapainya target mudah.
6.	Apakah kepuasan dan loyalitas nasabah sangat berpengaruh penting terhadap KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari ini?	Tentu sangat penting, karena dengan nasabah yang puas dan loyal, dapat mempermudah tercapainya tujuan perusahaan, dan dapat menjaga citra perusahaan. Maka dari itu kita selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah.

Biodata customer service

Nama : Lilla Nur Elyda S. Ak.

Jabatan : *Customer Service Bank Office (CSBO)*

Alamat : Bobotsari

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apasaja tugas <i>customer service</i> di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari?	Melayani nasabah tentang pembukaan rekening, pengajuan pembiayaan, mengecek laporan keuangan, input pembukuan ke sistem, membantu <i>marketing</i> dalam pengenalan produk.
2.	Apa ada kriteria tertentu dalam pelayanan yang dilakukan <i>customer service</i> ?	Tidak ada kriteria tertentu dalam pelayanan, namun kita berusaha melayani dengan ramah, sopan, sabar dan sepenuh hati dalam melakukan pelayanan.
3.	Apa saja produk yang dimiliki KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari? dan Produk apa yang sering di ambil oleh nasabah?	<p>Produk yang dimiliki KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari itu ada dua jenis, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk simpanan <ol style="list-style-type: none"> a. Simpanan Mudharabah b. Simpanan hari raya c. Simpanan pendidikan d. Simpanan qurban aqiqah e. Simpanan haji dan umrah f. Simpanan wisata dakwah g. Simpanan berjangka h. Simpanan masa depan 2. Produk pembiayaan <ol style="list-style-type: none"> a. Modal usaha (Musyarakah) b. Jual beli (Murabahah) c. Biaya atau jasa (Ijarah jasa). <p>Disini juga ada produk lain yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menerima titipan zakat, infaq, shodaqoh (ZIS) yang disalurkan melalui lembaga Lazizmu. 2. Menerima pembayaran SPP, uang gedung, dan biaya lainnya untuk mahasiswa ITB-MP

4.	Menurut anda apakah manajemen pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah itu diperlukan?	Diperlukan karena hal ini dapat menunjang berjalannya sebuah perusahaan agar terus berkembang, sehingga perusahaan berusaha secara maksimal untuk mengembangkan bagaimana menjaga dan meningkatkan manajemen pelayanan.
----	---	---



Biodata *Teller*

Nama : Nika Annita

Jabatan : *Teller*

Alamat : Bobotsari

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apasaja tugas <i>teller</i> di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari?	Mengatur keluar masuknya uang, melayani setoran dan penarikan uang berbentuk tunai, pencatatan kas, memastikan kas agar seimbang (<i>balance</i>), mengecek validasi.
2.	Apakah ada kriteria tertentu dalam pelayanan yang dilakukan <i>teller</i> ?	Bersikap ramah, sopan, teliti, disiplin, rapi dan jujur
3.	Apakah banyak nasabah yang melakukan setor dan tarik tunai disini?	Terbilang cukup banyak dan sering nasabah yang melakukan penyetoran ataupun penarikan, hampir setiap hari pasti ada nasabah yang melakukannya.
4.	Menurut anda apakah manajemen pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah itu diperlukan?	Sangat diperlukan, demi keberlangsungan kerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan.



Biodata *marketing*

Nama : Heru Setiawan, S. M.

Jabatan : *Marketing*

Alamat : Bobotsari

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apasaja tugas <i>marketing</i> di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari?	<i>Marketing</i> syariah itu dibagi menjadi 2 jenis yaitu <i>funding</i> dan <i>landing</i> . Yang tugasnya itu sama-sama memperkenalkan produk-produk perusahaan. Tugas <i>marketing</i> di KSPPS BTM ini lebih ke <i>marketplace</i> produk yang ada agar nasabah mengambil produk.
2.	Apakah ada kriteria tertentu dalam pelayanan yang dilakukan <i>marketing</i> ?	Sesuai SOP perusahaan, namun kita berusaha memberikan pelayanan yang dimana dapat memenuhi kriteria kepuasan pada nasabah, yaitu dengan memaksimalkan pelayanan agar mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi.
3.	Bagaimana strategi yang diterapkan <i>marketing</i> untuk mencapai target?	Ya tentunya kita melakukan pelayanan yang terbaik agar nasabah merasa puas, jika nasabah puas kemungkinan besar nasabah akan loyal kepada kita, sehingga mempermudah dalam pencapaian target. Target nominal lebih diutamakan, dari pada target jumlah nasabah. Karena jika nasabah banyak namun dalam transaksi banyak kemacetan itu akan mempersulit untuk pencapaian target. Dan kita juga mengutamakan nasabah RO yaitu nasabah yang melakukan pengambilan produk kembali.
4.	Menurut anda apakah manajemen kepuasan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah itu diperlukan?	Sangat perlu, hal ini berpengaruh besar terhadap tercapainya target pendapatan perusahaan.
5.	Menurut anda selama jadi <i>marketing</i> yang dimana sering berinteraksi dengan nasabah. Apakah nasabah lebih puas terhadap pelayanan atau produk	Dua-duanya membuat nasabah merasa puas dan loyal. Dengan puasnya pelayanan yang diberikan tentu dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap

	yang ditawarkan? Atau keduanya membuat nasabah merasa puas?	perusahaan sehingga nasabah tidak ragu-ragu untuk megambil kembali produk yang ditawarkan. Dan dengan produk yang memuaskan juga dapat membuat nasabah untuk mengambil kembali produk yang diberikan.
--	---	---



Biodata Nasabah

Nama : Bu Y, bu M, pak S, bu P, bu A

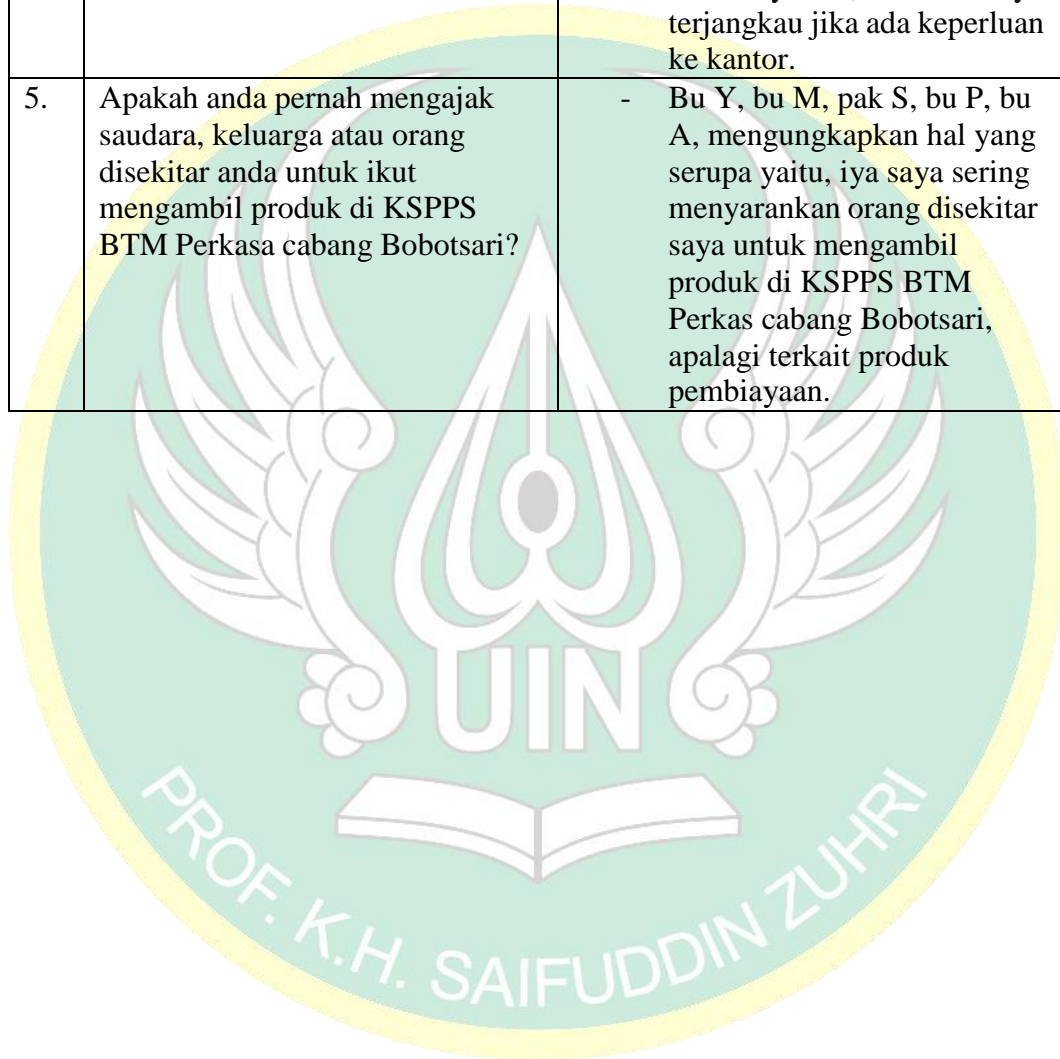
Jabatan : Nasabah

Alamat : Bobotsari, Kasih, Kali Jaran

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama anda menjadi nasabah KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari?	<ul style="list-style-type: none">- Bu Y, mengungkapkan bahwa sudah menjadi nasabah selama 3 tahun.- Bu M, mengungkapkan bahwa sudah menjadi nasabah selama 2 tahun.- Pak S, mengungkapkan sudah menjadi karyawan selama 3 tahun.- Bu P, mengungkapkan sudah menjadi nasabah selama 1,5 tahun.- Bu A, mengungkapkan sudah menjadi nasabah selama 3 tahun.
2.	Apakah anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh anggota KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari?	<ul style="list-style-type: none">- Bu Y, mengungkapkan bahwa cukup merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.- Bu M, mengungkapkan bahwa merasa puas dan senang terhadap pelayanan yang diberikan.- Pak S, mengungkapkan sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan.- Bu P, mengungkapkan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.- Bu A, mengungkapkan suka, puas dan senang terhadap pelayanan yang diberikan.
3.	Sudah berapa kali anda mengambil atau melakukan transaksi di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari?	<ul style="list-style-type: none">- Bu Y, mengungkapkan sudah 3 kali melakukan pengambilan produk di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari.

		<ul style="list-style-type: none"> - Bu M, mengungkapkan sudah 2 kali pengambilan produk di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari. - Pak S, mengungkapkan sudah melakukan 3 kali pengambilan produk di KSPPS BTM Perkaasa cabang Bobotsari. - Bu P, mengungkapkan sudah melakukan 2 kali pengambilan produk di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari. - Bu A, mengungkapkan bahwa sudah melakukan 2 kali pengambilan produk di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari.
4.	<p>Mengapa anda lebih memilih mengambil produk di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari dibanding dengan instansi yang lain?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bu Y, mengungkapkan bahwa alasan saya tetap mengambil produk di sini, karena lebih enak, pelayanan baik, ramah, terus produk yang ditawarkan jelas. - Bu M, mengemukakan pendapat dan alasannya yaitu, alasan saya lebih memilih mengambil produk disini karena produknya jelas soalnya dijelasin, bagi hasilnya jelas, dan tentunya karensaya sudah percaya pada KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari. - Pak S, mengungkapkan alasannya tetap memilih produk disini yaitu karena sistemnya sudah syariah dimana sesuai dengan syariah agama, dan sudah percaya dengan pelayanan, produk dan instansi. - Bu P, juga mengungkapkan alasannya tentang tetap mengambil produk di sini yaitu karena sudah percaya

		<p>dengan produk dan pelayanan yang diberikan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bu A, mengungkapkan alasannya yaitu, saya tetap mengambil produk disini karena tentunya saya sudah percaya tentang pelayanan dan produk yang diberikan, dan sudah menggunakan sistem syariah, dan lokasinya terjangkau jika ada keperluan ke kantor.
5.	Apakah anda pernah mengajak saudara, keluarga atau orang disekitar anda untuk ikut mengambil produk di KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari?	<ul style="list-style-type: none"> - Bu Y, bu M, pak S, bu P, bu A, mengungkapkan hal yang serupa yaitu, iya saya sering menyarankan orang disekitar saya untuk mengambil produk di KSPPS BTM Perkas cabang Bobotsari, apalagi terkait produk pembiayaan.



Lampiran 2

Dokumentasi Penelitian
Wawancara dengan Karyawan



Lampiran 3

Dokumentasi Penelitian

Wawancara dengan Nasabah



Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



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: febl.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 918/Un.19/FEBl.J.PS/PP.009/6/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Indra Anggit Prayoga
NIM : 2017202088
Program Studi : Perbankan Syariah
Pembimbing Skripsi : Dr. Atabik, M.Ag.
Judul : Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan dan loyalitas nasabah pada KPPS BTM (Baitul Maal Wa Tamwil Muhammadiyah) Perkasa Cabang Bobotsari

Pada tanggal 21 Juni 2024 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 21 Juni 2024
Koord. Prodi Perbankan Syariah

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Surat Keterangan Lulus Komprehensif



**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

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 1111/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/6/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Indra Anggit Prayoga

NIM : 2017202088

Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 10/06/2024 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **73 / B**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 10 Juni 2024
Koord. Prodi Perbankan Syariah

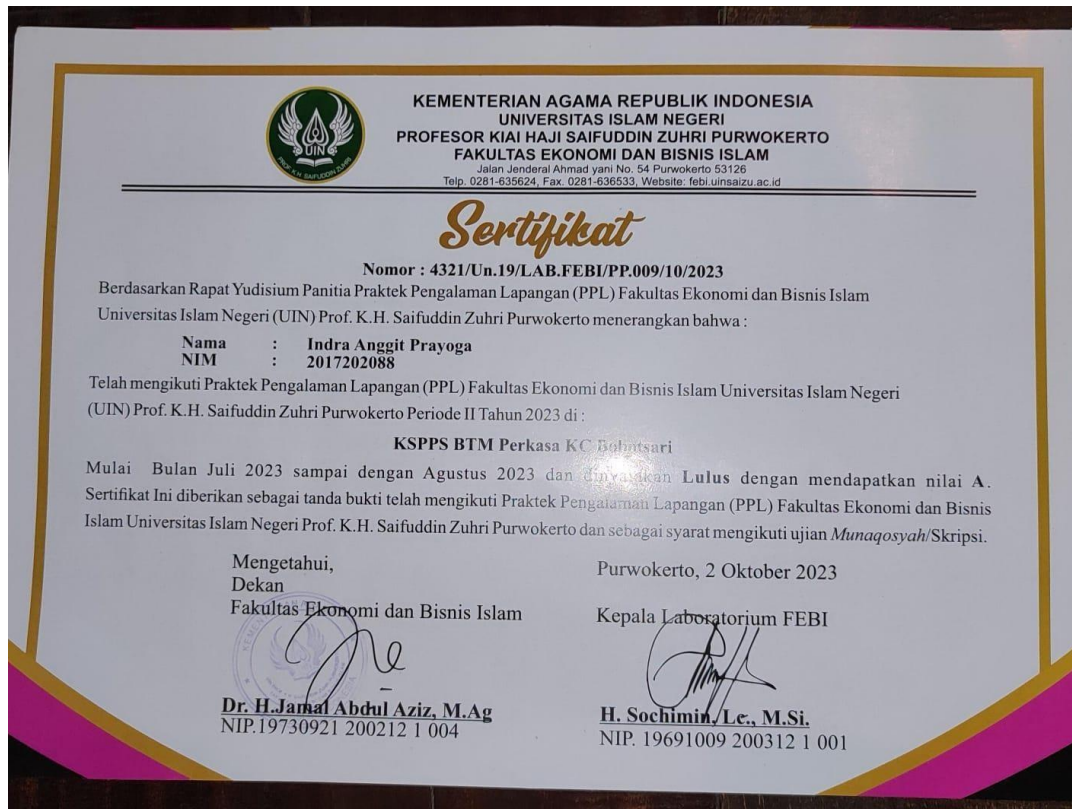


Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Sertifikat KKN



Sertifikat PPL



Sertifikat PBM



Sertifikat EPTUS

 **MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA**
STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaizu.ac.id | www.bahasa.uinsaizu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية بجمهورية إندونيسيا
جامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بـوروكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

CERTIFICATE
الشهادة
No.B-3310/Un.19/K.Bhs/PP.009/ 5/2024

This is to certify that
Name : **Indra Anggit Prayoga**
Place and Date of Birth : **Purbalingga, 21 September 2002**
Has taken **EPTUS**
with Computer Based Test,
organized by Language Development Unit on : **28 Mei 2024**
with obtained result as follows :
Listening Comprehension: 46 **Structure and Written Expression: 49** **Reading Comprehension: 51**
فهم السموع فهم العبارات والتراكيب فهم المقروء

منحت إلى
الاسم
محل وتاريخ الميلاد
وقد شارك/ت الاختبار
على أساس الكمبيوتر
التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ
مع النتيجة التي تم الحصول عليها على النحو التالي:
المجموع الكلي

Obtained Score : 488

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.
تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بـوروكرتو.

Purwokerto, **28 Mei 2024**
The Head of Language Development Unit,
رئيسة الوحدة لتنمية اللغة

Muflihah, S.S., M.Pd.
NIP.19720923 200003 2 001

EPTUS
English Proficiency Test of UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

IGLA
Institusi al-Qudrah 'ala al-Lughah al-'Arabiyyah



Sertifikat IQLA

UNIT PELAKSANAAN TESTING BAHASA UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO

MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsozu.ac.id | www.bahasa.uinsozu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية بجمهورية إندونيسيا
جامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بـوروكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

CERTIFICATE
الشهادة
No.B-3309/Uin.19/K.Bhs/PP.009/5/2024

This is to certify that
Name : **Indra Anggit Prayoga**
Place and Date of Birth : **Purbalingga, 21 November 2002**
Has taken : **IQLA**
with Computer Based Test,
organized by Language Development Unit on : **28 Mei 2024**
with obtained result as follows :

منحت إلى
الاسم
محل وتاريخ الميلاد
وقد شارك/ت الاختبار
على أساس الكمبيوتر
التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ
مع النتيجة التي تم الحصول عليها على النحو التالي:

Listening Comprehension: 43 فهم السموع
Structure and Written Expression: 45 فهم العبارات والتراكيب
Reading Comprehension: 49 فهم المقروء
Obtained Score : 459 المجموع الكلي

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.
تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بـوروكرتو.

Purwokerto, **28 Mei 2024**
The Head of Language Development Unit,
رتيبة الوحدة لتنمية اللغة

EPTUS
English Proficiency Test of UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

IQLA
Integrasi al-Qur'an 'ala al-Lughah al-'Arabiyyah

Muflihah, S.S., M.Pd.
NIP.19720923 200003 2 001



Surat Observasi Pendahuluan



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

Nomor : 1220/Un.19/WD.I.FEBI/PP.009/7/2024 3 Juli 2024
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan KSPPS BTM PERKASA CABANG BOBOTSARI
Di
Purbalingga

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul Manajemen Pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari.

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin Observasi Pendahuluan kepada mahasiswa/i kami atas nama:

Nama : Indra Anggit Prayoga
NIM : 2017202088
Prodi / Semester : S-1 Perbankan Syariah / VIII

Adapun Observasi Pendahuluan tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Objek Penelitian : Manajemen pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah
Tempat Penelitian : KSPPS BTM PERKASA CABANG BOBOTSARI
Waktu Penelitian : 1 Juni 2024 s/d 29 Juli 2024
Metode Penelitian : Kualitatif

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wa'alaikumsalam Wr. Wb.



a.n. Dekan,
Wakil Dekan I,

Jhuma
Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

Surat Permohonan Riset Individual



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI 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

Nomor : 1215/Un.19/WD.I.FEBI/PP.009/7/2024
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

1 Juli 2024

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari
Di
Purbalingga

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul Manajemen pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa cabang Bobotsari.

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin Riset Individual kepada mahasiswa/i kami atas nama:

Nama : Indra Anggit Prayoga
NIM : 2017202088
Prodi / Semester : S-1 Perbankan Syariah / VIII

Adapun Riset Individual tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Objek Penelitian : Manajemen pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah
Tempat Penelitian : KSPPS BTM Perkasa cabang Bobotsari
Waktu Penelitian : 1 Juni 2024 s/d 29 Juni 2024
Metode Penelitian : Kualitatif

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wa'alaikumsalam Wr. Wb.



a.n. Dekan,
Wakil Dekan I,

[Signature]
Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

Surat Diberikan Izin Penelitian



**KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH
BAITUT TAMWIL MUHAMMADIYAH PERKASA PURBALINGGA**
Alamat : Jl. Piere Tendean No. 12 Purbalingga Tlp. (0281) 8904233
PURBALINGGA 53312

SURAT IZIN PENELITIAN

Nomor : / / /

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anar Wicaksana, S.kom

Jabatan : Kepala Kantor Cabang

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Indra Anggit Prayoga

NIM : 2017202088

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Diberikan izin untuk melaksanakan penelitian yang berjudul "*Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa Cabang Bobotsari*" di KSPPS BTM Perkasa Cabang Bobotsari Pada tanggal 01 Juni 2024 sampai tanggal 29 Juni 2024.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Bobotsari, 09 Juni 2024

Kepala Kantor Cabang

Anar Wicaksana, S.Kom



**KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH
BAITUT TAMWIL MUHAMMADIYAH PERKASA PURBALINGGA**
Alamat : Jl. Piere Tendean No. 12 Purbalingga Tlp. (0281) 8904233
PURBALINGGA 53312

SURAT KETERANGAN

Nomor : / / /

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anar Wicaksana, S.kom
Jabatan : Kepala Kantor Cabang

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Indra Anggit Prayoga
NIM : 2017202088
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian yang berjudul "*Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada KSPPS BTM (Baitut Tamwil Muhammadiyah) Perkasa Cabang Bobotsari*" di KSPPS BTM Perkasa Cabang Bobotsari Pada tanggal 01 Juni 2024 sampai tanggal 29 Juni 2024.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Bobotsari, 03 Juni 2024
Kepala Kantor Cabang

Anar Wicaksana, S.Kom

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Indra Anggit Prayoga
2. NIM : 2017202088
3. Tempat/Tanggal lahir : Purbalingga, 21 September 2002
4. Alamat Rumah : Desa Tanalum, Kec. Rembang, Kab. Purbalingga,
Jawa Tengah
5. Nama Orang Tua
Ayah : Mugiono
Ibu : Hartati
6. Nomor HP : 087721802709
7. Email : indraanggit02@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD : SD Negeri 1 Tanalum
2. SMP : SMP negeri 1 Rembang
3. SMA : SMA Negeri 1 Rembang
4. S1 : UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

C. Riwayat Organisasi

1. Staff Kementerian komunikasi dan informasi DEMA FEBI 2022/2023
2. Menteri Kementrin Komunikasi dan informasi DEMA FEBI 2023/2024