

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Industri perbankan di Indonesia saat ini telah berkembang dengan baik, termasuk kemunculan Bank baru yang menimbulkan persaingan semakin ketat. Adanya persaingan dalam industri perbankan harusnya dapat mengubah orientasi yang sebelumnya berfokus pada tawaran produk, menjadi orientasi pada pelanggan. Sebagai salah satu langkah untuk mewujudkan loyalitas seorang pelanggan, maka penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan.<sup>1</sup>

Kualitas pelayanan merupakan konsep yang konkret terkait layanan yang berkualitas.<sup>2</sup> Menurut Suit dan Almasdi, dalam memberikan pelayanan pada pelanggan penting memperhatikan beberapa aspek seperti sikap yang handal, cepat, adanya empati dan berpenampilan yang menarik. Pada perusahaan di sektor jasa, maka memberikan layanan yang berkualitas pada konsumen sebagai tujuan utama untuk mencapai keberhasilan.<sup>3</sup> Penting bagi sebuah perusahaan untuk memperhatikan kualitas pelayanan dalam mendapatkan citra yang baik dari pelanggan. Pelayanan dikatakan berkualitas bila mampu memenuhi beberapa dimensi dengan baik, menurut

---

<sup>1</sup> Tri Endang Yani dan Iwan Prasetyo, "Strategi Meningkatkan Loyalitas Dengan Pelayanan Prima, Customer Relationship Management Dan Kepuasan Pelanggan", *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 22 (1), 2020: 45, <https://doi.org/10.26623/jdsb.v22i1.2331>.

<sup>2</sup> Dita Amanah dan Kustoro Budiarta, "Kepuasan Pengunjung Tempat Wisata Pemandian Hairos Weterpark Medan", *Jurnal Plans*, 51 (1), 2018: <https://doi.org/10.24114/plans.v13i1.9816>

<sup>3</sup> Almasdi, dan Jusuf Suit, *Aspek Sikap Mental Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Syiar Media, 2012), 12.

Menurut Othman dan Owen dimensi kualitas pelayanan disebut dengan CARTER.

**Tabel 1.1 Dimensi Kualitas Pelayanan**

No.	Dimensi	Indikator
1.	<i>Compliance</i> (Kepatuhan)	Kepatuhan perusahaan pada peraturan yang ada, dalam hal lembaga keuangan syariah maka penting memenuhi kepatuhan syariah ( <i>sharia compliance</i> )
2.	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Karyawan perusahaan mampu memberikan informasi yang tepat dan akurat
3.	<i>Realibility</i> (Keandalan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karyawan perusahaan mampu berkomunikasi dengan baik</li> <li>- Karyawan perusahaan mampu memecahkan masalah pelanggan</li> <li>- Karyawan perusahaan mampu melayani pelanggan dengan prosedur secara tepat</li> </ul>
4.	<i>Tangible</i> (Berwujud)	Fasilitas fisik terkelola dengan baik, seperti sarana dan prasarana dalam perusahaan dalam kondisi yang baik dan layak
5.	<i>Empathy</i> (Empati)	Sikap karyawan perusahaan melayani pelanggan, dengan sopan santun, memberikan pelayanan setulus hati, dan tidak deskriminatif pada pelanggan
6.	<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karyawan perusahaan tanggap dalam memberikan bantuan kepada pelanggan</li> <li>- Karyawan perusahaan tanggap dalam menerima keluhan pelanggan</li> <li>- Karyawan tanggap dalam merespon pertanyaan pelanggan</li> </ul>

Sumber data: Buku Hariyanto (2020)<sup>4</sup>

Kualitas pelayanan sebagai salah satu cara untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Secara umum loyalitas merupakan respon yang dituangkan oleh seorang konsumen atau pembeli berupa tindakan

<sup>4</sup> Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah: Teori dan Praktik* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), 27.

pengulangan pembelian pada sebuah merk sama diantara produk lain. Pada praktik di industri perbankan, maka menjaga hubungan dengan nasabah sangat penting. Loyalitas nasabah akan terwujud melalui peran perusahaan terhadap langkah-langkah dalam menjaga hubungan dengan konsumen. Strategi yang dapat dilakukan dengan penerapan kualitas layanan melalui perpanjangan waktu bagi pelanggan dalam melakukan transaksi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.<sup>5</sup> Wujud loyalitas ini dapat terpenuhi apabila telah memenuhi karakteristik loyalitas, menurut Hermawan Kartajaya karakteristik loyalitas sebagai berikut:

**Tabel 1.2 Indikator Loyalitas Pelanggan**

No.	Karakteristik	Realisasi
1.	<i>Repeat Purchase</i>	Ketika pelanggan melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa perusahaan
2.	<i>Purchase Across Product Lines</i>	Ketika pelanggan melakukan pembelian antar lini atau beberapa produk atau jasa perusahaan
3.	<i>Referrals</i>	Ketika pelanggan melakukan referensi pembelian kepada orang lain
4.	<i>Retention</i>	Ketika pelanggan kebal dengan ketertarikan produk pesaing

Sumber data: Buku Kartajaya<sup>6</sup>

Loyalitas dapat terpenuhi harus didahului dengan persepsi positif terhadap layanan yang diberikan suatu perusahaan. Kepuasan menjadi salah satu tolak ukur dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Kepuasan dapat menunjukkan perasaan senang atas layanan produk atau jasa dari perusahaan. Mengukur kepuasan juga penting bagi perusahaan, sebagai wujud evaluasi

<sup>5</sup> Swasta, B.Dharmmesta, "Loyalitas Pelanggan. Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan bagi Peneliti", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 14 (3), 2019: 75.

<sup>6</sup> Hermawan Kartajaya, *Boosting Loyalty Marketing Performance* (Jakarta: Markplus Inc, 2005), 106.

dalam mengembangkan perusahaan. Seiring berkembangnya waktu, membuat tingkat kepuasan pelanggan dapat berubah-ubah. Menurut Candrianto terdapat empat langkah alternatif dalam mengukur kepuasan pelanggan antara lain sebagai berikut:

**Tabel 1.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

No.	Pengukuran	Realisasi
1.	Identifikasi dimensi kunci kepuasan	Perusahaan melakukan identifikasi beberapa indikator yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan
2.	Penilaian produk atau jasa oleh pelanggan	Pelanggan akan menilai produk atau jasa berdasarkan apa yang mereka rasakan
3.	Penilaian produk atau jasa pesaing oleh pelanggan	Pelanggan akan menilai produk atau jasa pesaing dengan komparasi produk atau jasa dari perusahaan yang bersangkutan
4.	Penentuan dimensi yang penting oleh pelanggan	Pelanggan menentukan beberapa indikator kepuasan yang penting menurut mereka

Sumber data: Buku Candrianto<sup>7</sup>

Salah satu jenis Bank Syariah berbentuk Bank Pengkreditan Rakyat Syariah yang tengah berkembang cukup baik yaitu BPRS Mojokerto. BPRS Mojokerto Cabang Ngoro adalah salah satu lembaga keuangan syariah di Indonesia yang selalu menerapkan strategi kualitas pelayanan untuk menjaga loyalitas nasabahnya. BPRS Mojokerto Cabang Ngoro merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang pola operasionalnya mengikuti

<sup>7</sup> Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* (Batu: Literasi Nusantara, 2018), 78.

prinsip-prinsip syariah, sehingga dalam melayani nasabah sesuai dengan Pelayanan Islam. Pelayanan di Mojokerto Kantor Cabang Ngoro Jombang ini cukup baik karena banyak masyarakat yang menjadi nasabah di BPRS Mojokerto Kantor Cabang Ngoro Jombang tersebut, hal itu dapat dilihat dari 1.636 jumlah keseluruhan nasabah tabungan di BPRS Mojokerto Cabang Ngoro. Dampak dari pelayanan yang baik itu juga berdampak positif ke BPRS dan nasabah di BPRS tersebut karena BPRS dapat meningkatkan mutu kinerjanya dan nasabah juga terbantu dari masalah yang dihadapinya.

BPRS Mojokerto sejatinya berkantor pusat di wilayah Mojokerto sejak 2011. BPRS ini memiliki produk unggulan yaitu Pusyar yang bekerjasama dengan Baznas dan lembaga pendidikan, serta pengembangan usaha untuk UMKM. BPRS Mojokerto mendapatkan predikat baik pada kinerja keuangan di tahun 2014-2017.

BPRS Mojokerto Cabang Ngoro berdiri sejak tahun 2017 atas keputusan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, dalam hal ini BPRS Mojokerto Cabang Ngoro termasuk lembaga keuangan yang telah berdiri selama 5 tahun yang senantiasa berusaha untuk tetap memenuhi kepuasan dari para nasabah agar mereka bisa menjadi nasabah yang loyal terhadap BPRS Mojokerto Cabang Ngoro. Oleh karena itu untuk mencapai target tersebut, maka BPRS Mojokerto Cabang Ngoro berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya sesuai visi misi, serta adanya penerapan 5S yang meliputi senyum, salam, sapa, sopan, dan santun. Penerapan 5S untuk menciptakan layanan yang ramah dan menaruh

perhatian pada nasabah, sehingga persepsi nasabah terhadap layanan menjadi baik. Selalu memberikan pelayanan sebaik mungkin, seperti menghadapi nasabah dengan ramah, mendengarkan setiap keluhan, memberikan layanan transaksi keuangan dengan cepat dan tepat, serta adanya sistem jemput bola kepada para nasabah. Menurut *Customer service* BPRS Mojokerto Cabang Ngoro dalam praktik pelayanan, nasabah memiliki latar belakang, sifat dan karakter yang berbeda. Seringkali menerima keluhan, namun *Customer service* berusaha menghadapi keluhan yang ada dengan baik. Sehingga BPRS Mojokerto Cabang Ngoro perlu mengkaji berbagai karakter nasabahnya guna mendapatkan nasabah baru yang memiliki loyalitas tinggi terhadap kepuasan pelanggan sehingga nasabah tertarik dengan apa yang ditawarkan oleh BPRS Mojokerto Cabang Ngoro.<sup>8</sup>

Pada wilayah Jombang, pesaing dari BPRS Mojokerto Kantor Cabang Ngoro yang juga sedang berkembang ialah BPRS Lantabur Tebuireng. Pada BPRS Lantabur Tebuireng merupakan tempat pemodalannya untuk para pengembang usaha masyarakat kelompok berkecukupan (menengah kebawah), apalagi untuk nasabah lingkungan sekitar dapat merasa mudah karena akses mereka yang cepat. Adapun perbandingan antara kedua BPRS tersebut antara lain sebagai berikut:

---

<sup>8</sup> Observasi, BPRS Mojokerto Cabang Ngoro, 25 Mei 2022.

**Tabel 1.4 Perbandingan PT. BPRS Lantabur Tebuireng Jombang dan PT. BPRS Kota Mojokerto Cabang Ngoro Jombang**

No	Keterangan	BPRS Kota Mojokerto Cabang Jombang	BPRS Lantabur Tebuireng
1	Lokasi	a. Jl. Supriadi No. 43, Pandean, Ngoro, Kec. Ngoro, Kab. Jombang, Jawa Timur (61473). Cabang : a. Ngoro b. Pandaan c. Mojosari d. Mojokerto b. Lokasi cukup strategis karena dekat dengan pasar cabang	a. Jl. A. Yani Ruko Citra Niaga Blok E-11 Pasar Legi Jombang , Jawa Timur (61415). Cabang : a. Surabaya b. Gresik c. Sidoarjo d. Mojokerto e. Jombang b. Lokasi cukup strategis karena dengan pasar .
2	Pendirian	2017	2006
3	Produk	<p><b>Produk Wadiah :</b></p> a. Tabungan Si Barkah iB (Tabungan <i>Mudharabah</i> ) b. Tabungan Al-Madinah iB ( Tabungan Haji) c. Deposito d. Tabungan Amanah iB (Tabungan Umum ) e. Tabungan Qurban iB f. Simpel iB (Tabungan Pelajar) <p><b>Produk Pembiayaan :</b></p> a. <i>Mudharabah</i> b. <i>Murabahah</i> c. <i>Ijarah</i> d. <i>Musyarakah</i> e. <i>Mikro Ib</i>	<p><b>Produk Wadiah :</b></p> a. Deposito <i>mudharabah</i> b. HIJRAH (Tabungan Haji dan Umrah) c. QOLAM (Tabungan Pelajar) d. Tabungan Lembaga e. TADHABUR (Tabungan <i>Mudharabah</i> Lantabur) f. TAQARRUB (Tabungan Qurban Lantabur) <p><b>Produk Pembiayaan :</b></p> a. <i>Mudharabah</i> b. <i>Murabahah</i> c. <i>Multijasa (Ijarah)</i> d. <i>Musyarakah</i>

		<b>Layanan:</b> a. <i>Pick Up Service</i> dengan terintegrasi melalui <i>Mobile Banking Integrated Banking Application (IBA)</i> b. Fasilitas Pembiayaan Mikro	
4	Promosi	a. <i>Advertising</i> b. Publisitas c. Personal selling d. Media cetak e. Mulut ke mulut f. <i>Door to door</i>	a. <i>Website</i> b. Brosur c. Mulut ke Mulut

Sumber data: Data diperoleh dari observasi kedua objek

Berdasarkan tabel 1.4 tersebut dapat dilihat bahwa BPRS Mojokerto Cabang Ngoro yang berdiri pada tahun 2017 ini menerapkan strategi promosi yang telah dilakukan oleh BPRS Kota Mojokerto Cabang Ngoro melalui beberapa media yaitu *Advertising*, Publisitas, Personal selling, Media cetak, Mulut ke mulut, *Door to door*, sehingga menarik banyak nasabah untuk mempercayakan kepada pihak BPRS Kota Mojokerto Cabang Ngoro. Sedangkan pada BPRS Lantabur Tebuireng Jombang hanya melakukan promosi melalui tiga saluran yaitu website, brosur, dan mulut ke mulut. Sehingga berdasarkan strategi promosi BPRS Mojokerto Cabang Ngoro lebih bervariasi dan dapat menciptakan memperoleh nasabah lebih luas.

Melalui beberapa fasilitas layanan yang diberikan tentu menjadi salah satu modal bagi BPRS Mojokerto Cabang Ngoro dalam menarik minat



masyarakat. Sebagai lembaga keuangan tentu penting untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam pengembangan perusahaan. Berikut ini data perolehan dana yang terkumpul di BPRS Mojokerto Cabang Ngoro.

**Tabel 1.5 Dana Yang Terkumpul di BPRS Mojokerto Cabang Ngoro**

No.	Jenis Dana	Jumlah (miliar)
1.	Tabungan	1.404.488.556, 60
2.	Deposito	2.441.000.000
3.	Pembiayaan	4.887.580.141

Sumber data: Data diperoleh dari observasi pada objek

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa kualitas pelayanan sangat penting dalam mencapai kepuasan pelanggan, dan melalui persepsi kepuasan tersebut akan menimbulkan loyalitas. Loyalitas sangat penting untuk membantu promosi perusahaan. Pada praktik pelayanan yang diberikan BPRS Mojokerto Cabang Ngoro, dengan jumlah dana yang terkumpul cukup besar berarti bahwa kepercayaan masyarakat cukup tinggi.

Melalui *feedback* yang baik dari nasabah tentu menjadi keunggulan bagi BPRS Mojokerto Cabang Ngoro dan modal yang baik untuk mengembangkan perusahaan. Sehingga tidak heran jika minat masyarakat cenderung meningkat, hal ini terbukti dengan data jumlah nasabah tabungan berikut:

**Tabel 1.6 Tabel Jumlah Nasabah Tabungan Amanah iB**

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2018	230
2.	2019	379
3.	2020	664
4.	2021	726
5.	2022	758

Sumber data: Data diperoleh dari observasi objek

Produk tabungan menjadi salah satu jenis layanan yang penting bagi sebuah lembaga keuangan. Tabungan merupakan sumber dana dari lembaga keuangan dalam melakukan kegiatan operasionalnya. Pada BPRS Mojokerto Cabang Ngoro memiliki beberapa jenis produk tabungan, namun Amanah iB yang memiliki jumlah nasabah paling tinggi. Dalam kurun waktu tiga tahun terakhir, jumlah nasabah tabungan Amanah iB mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 ke 2019 mengalami peningkatan sebesar 65%. Kemudian tahun 2020 mengalami peningkatan jumlah nasabah sebesar 75%. Serta tahun 2021 dan 2022 juga mengalami peningkatan jumlah nasabah.

BPRS Mojokerto Cabang Ngoro memiliki keunggulan tersendiri untuk menarik nasabah, yaitu memberikan pelayanan yang terbaik dengan memenuhi harapan dan preferensi para nasabah, terlihat dalam kurun waktu tiga tahun terakhir terjadi peningkatan jumlah nasabah. Pencapaian tersebut tak lepas dari strategi dari segi pemasaran maupun pelayanannya. Adanya peningkatan jumlah nasabah, tentu dapat berpengaruh terhadap perolehan jumlah dana BPRS Mojokerto Cabang Ngoro. Dana yang didapatkan dari masyarakat sebagai salah satu modal dalam pengembangan usaha serta pemberian layanan lebih baik kepada nasabah.

Berdasarkan uraian gambaran masalah diatas ,maka penulis tertarik untuk meneliti di BPRS Mojokerto Cabang Ngoro karena ingin mengetahui bagaimana strategi serta peran kualitas pelayanan BPRS Mojokerto Cabang Ngoro dalam membangun kepercayaan nasabah yang akan berimbas pada

kepuasan dan Loyalitas Nasabah. Maka dari itu peneliti ingin mengangkat judul penelitian tentang **“Peran Strategi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah & Relevansinya Dengan Pelayanan Islam (Studi Kasus Pada BPRS Mojokerto Kantor Cabang Ngoro Jombang)”**

#### **B. Fokus Penelitian**

Melalui pemaparan penjelasan pada konteks penelitian diatas, fokus penelitian yang hendak penulis bahas yaitu:

1. Bagaimana strategi kualitas pelayanan di BPRS Mojokerto Cabang Ngoro?
2. Bagaimana peran strategi kualitas pelayanan di BPRS Mojokerto Cabang Ngoro dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah?
3. Bagaimana relevansi strategi kualitas pelayanan di BPRS Mojokerto Cabang Ngoro dengan pelayanan Islam?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian tentu juga memiliki tujuan yang hendak dicapai melalui hasil pembahasan kelak, sehingga tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui strategi kualitas pelayanan di BPRS Mojokerto Cabang Ngoro
2. Untuk mengetahui peran strategi kualitas pelayanan di BPRS Mojokerto Cabang Ngoro dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah

3. Untuk mengetahui relevansi strategi kualitas pelayanan di BPRS Mojokerto Cabang Ngoro dengan pelayanan Islam

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, penulis mengharapkan adanya tambahan wawasan dan berkontribusi sebagai bahan kajian untuk penelitian selanjutnya terutama dalam bidang Peran Strategi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah & Relevansinya Dengan Pelayanan Islam.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Akademis

Secara umum penelitian yang merupakan karya ilmiah ini dapat menjadi sumber informasi atau referensi yang dapat dipakai sebagai data sekunder serta dapat dijadikan masukan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan pengembangan dan variasi materi permasalahan yang lebih kompleks serta kajian dan analisis yang lebih akurat.

- b. Bagi Perusahaan

Sebagai acuan serta tolak ukur keberhasilan strategi kualitas pelayanan dalam perusahaan yang dijalankan guna memenuhi kepuasan pelanggan tentunya tetap berlandaskan pada Syari`ah

Islam, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah agar tetap eksis dikengah persaingan.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan pembahasan yang berguna untuk peneliti selanjutnya yang ingin membahas terkait permasalahan yang sama.

## E. Penelitian Terdahulu

1. Peran Strategi Pemasaran Nobby Hijab Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Nobby Hijab Cabang Kediri) Oleh Ayu Setyaningsih, Mahasiswa IAIN Kediri, 2019.

Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran dari Nobby Hijab untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Melalui penelitian kualitatif, dengan hasil yang menunjukkan bahwa pemasaran Nobby Hijab merupakan bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, pemilihan tempat, serta promosi.<sup>9</sup> Sedangkan pada loyalitas konsumen ditandai dengan pembelian secara teratur oleh konsumen. Persamaan penulis dengan peneliti sebelumnya yaitu menggunakan variabel dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Sedangkan perbedaannya terdapat pada lokasi penelitiannya.

---

<sup>9</sup>Ayu Setyaningsih, *Peran Strategi Pemasaran Nobby Hijab Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen* (Studi Kasus pada Nobby Hijab Cabang Kediri) (Skripsi IAIN Kediri, 2019), 33.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Good Corporate Governance* dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah oleh Restu Fajar Maulida, Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2022.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan di Bank Panin Dubai Syariah wilayah Malang terhadap loyalitas nasabah di bank tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas dari nasabah. Jadi dimana loyalitas nasabah linier dengan baik atau buruknya kualitas pelayanan di bank tersebut. Persamaan penulis dengan peneliti sebelumnya yaitu menggunakan variabel kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Sedangkan perbedaannya terdapat pada lokasi penelitiannya.<sup>10</sup>

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus pada Farmasi Puskesmas Badas Kabupaten Kediri) oleh Fitri Febriani, Mahasiswa STAIN Kediri, 2015.

Fokus dari penelitian ini adalah mengukur bagaimana tingkat kepuasan pasien di puskesmas Badas terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Penelitian ini menjelaskan bahwa kepuasan pasien muncul karena adanya perasaan terkait layanan dengan keinginan. Persamaan penulis dengan peneliti sebelumnya yaitu sama menggunakan variabel kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

---

<sup>10</sup>Restu Fajar Maulida. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Good Corporate Governance dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah* (Skripsi UIN Tulungagung, 2022), 57.

Sedangkan perbedaannya penulis menggunakan obyek penelitian di sistem perbankan sedangkan peneliti sebelumnya meneliti obyek di bidang pelayanan kesehatan.<sup>11</sup>

4. Strategi Pemasaran BMT Podojoyo Blitar dan BMT Harapan Umat Tulungagung untuk Menarik Minat Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Mudharabah di BMT Podojoyo Blitar dan BMT Harapan Umat Tulungagung. Oleh Wahyu Fajar Bagaskara, Mahasiswa IAIN Tulungagung, 2017.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat sangat antusias menggunakan produk pembiayaan mudharabah di BMT Podojoyo Blitar dan BMT Harapan Umat Tulungagung. Hal tersebut disebabkan oleh tingkat bagi hasil yang menguntungkan kepada kedua belah pihak. Strategi yang telah dilakukan oleh BMT Podojoyo Blitar dan BMT Harapan Umat Tulungagung melalui pendekatan spiritual yang menggunakan mediasi keagamaan serta adanya strategi untuk harga atau bagi hasil. Selain itu terdapat kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan pembiayaan yang besar. Persamaan penulis dengan peneliti sebelumnya yaitu sama meneliti tentang BMT. Sedangkan perbedaannya penulis menggunakan strategi kualitas pelayanan

---

<sup>11</sup>Fitri Febriani. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus pada Farmasi Puskesmas Badas Kabupaten Kediri)* (Skripsi STAIN Kediri, 2015), 156.

sementara peneliti sebelumnya meneliti strategi-strategi pendekatan spiritual dimana pendekatan ini menggunakan mediasi keagamaan.<sup>12</sup>

5. Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dalam Sistem Murabahah Pada Leasing FIF (Federal International Finance) Syariah Taman Palem Jakarta Barat oleh Rustian Zaka Rullah, Mahasiswi UIN Jakarta, 2015.

Hasil analisis yang dilakukan menyimpulkan bahwa leasing syariah adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa dalam batasan waktu tertentu, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang. jadi strategi pelayanan yang digunakan oleh pihak leasing FIF adalah memberikan produk yang berkualitas, memberikan kualitas pelayanan yang ramah, mengutamakan pada kepentingan atau pencapaian kepuasan nasabah, memberikan jaminan keamanan dari produk maupun pelayanan yang diberikan, sehingga para nasabah percaya dengan produk ataupun jasa yang ditawarkan dan akan terus menjadi pelanggan setia perusahaan kita.<sup>13</sup> Persamaan dengan penelitian penulis adalah pembahasan terkait strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Namun penulis juga berfokus pada loyalitas nasabah serta mengungkap relevansinya yang terkait dengan pelayanan Islam.

---

<sup>12</sup>Wahyu Fajar Bagaskara. *Strategi Pemasaran BMT Podojoyo Blitar dan BMT Harapan Umat Tulungagung untuk Menarik Minat Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Mudharabah di BMT Podojoyo Blitar dan BMT Harapan Umat Tulungagung*. (skripsi IAIN Tulungagung, 2017), 19.

<sup>13</sup>Rustian Zaka Rullah, *Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dalam Sistem Murabahah Pada Leasing FIF (Federal International Finance) Syariah Taman Palem Jakarta Barat* (Skripsi UIN Jakarta, 2015)