



**PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN
PELAYANAN KEPADA NASABAH DI BMT UGT SIDOGIRI CAPEM
JEMBER KOTA**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Ahli Madya
Bisnis Pada Program Studi D-3 Keuangan & Perbankan*

Oleh

Novita Saskia Ramadhani

21010043

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI & SAINS MANDALA JEMBER**

2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA JEMBER


PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN
PELAYANAN KEPADA NASABAH DI BMT UGT SIDOGIRI CAPEM
JEMBER KOTA

Nama : Novita Saskia Ramadhani
NIM : 21010043
Program Studi : D3 Keuangan & Perbankan
Minat Studi : Bank dan Lembaga Keuangan Non-Bank

Disetujui Oleh :

DOSEN PEMBIMBING UTAMA

DOSEN PEMBIMBING ASISTEN



Mustofa S.E., M.Si
NIDN : 0711017801



Musaiyadi S.E., M.M
NIDN : 0720017704

Ka. Prodi D3 Keuangan & Perbankan



Mustofa S.E., M.Si
NIDN : 0711017801

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA JEMBER

PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN
PELAYANAN KEPADA NASABAH DI BMT UGT SIDOGIRI CAPEM
JEMBER KOTA

Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir pada :

Hari :

Jam :

Tempat :

Disetujui Oleh Tim Penguji Tugas Akhir

Drs. Bagus ORE MP :

NIDN :0716116003

Ketua Penguji

Musaivadi. S.E. M.M :

NIDN :0720017704

Sekretaris Penguji

Mustofa. S.E. M.Si :

NIDN: 0711017801

Anggota Penguji

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan

D3 Keuangan dan Perbankan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Mustofa S.E. M.Si

Dr. Muhammad Firdaus. S.P. M.M. M.P

NIDN:0711017801

NIDN: 0008077107

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Novita Saskia Ramadhani

NIM : 21010043

Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan

Minat Studi : Bank dan Lembaga Keuangan non-Bank

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tugas akhir dengan judul “PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN KEPADA NASABAH DI BMT UGT SIDOGIRI CAPEM JEMBER KOTA” yang mana merupakan hasil karya ilmiah yang saya buat sendiri.

Apabila terbukti pernyataan saya ini tidak benar maka saya akan siap menanggung risiko dibatalkannya karya ilmiah (Tugas Akhir) yang telah saya buat.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan.

Jember, 20 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan



Novita Saskia Ramadhani

MOTTO

إِذْ أَوْى الْفِتْيَةُ إِلَى الْكَهْفِ فَقَالُوا رَبَّنَا آتِنَا مِن لَّدُنكَ رَحْمَةً وَهَيِّئْ لَنَا مِنْ أَمْرِنَا رَشَدًا

(Ingatlah) ketika pemuda-pemuda itu berlindung ke dalam gua lalu mereka berdoa, “Ya Tuhan kami. Berikanlah rahmat kepada kami dari sisi-Mu dan sempurnakanlah petunjuk yang lurus bagi kami dalam urusan kami.”

BE YOURSELF, CALM AND TRUST YOURSELF

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT serta dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, penulisan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu walaupun jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada :

1. Kedua orang hebat dalam hidup saya (Papi dan Ibum) yang selalu berjuang serta selalu memberikan kehidupan yang terbaik dan selalu mendoakan yang terbaik untuk segala kelancaran anaknya.
2. Dosen pembimbing terbaik saya (Mustofa S.E M.Si dan Musaiyadi, S.E., M.M) yang sudah membimbing serta memberikan masukan dan saran selama ini, sehingga penulisan tugas akhir ini dapat terselesaikan.
3. Teman-teman Angkatan prodi D3 Keuangan dan Perbankan yang telah menemani selama 3 tahun dan selalu bersedia dalam bertukar pikiran serta memberikan semangat dalam menyelesaikan perkuliahan ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis bisa melakukan magang dan dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan judul “Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota”. Penulisan laporan ini dibuat untuk melengkapi salah satu syarat untuk mencapai gelar ahli madya pada program minat studi D3 Keuangan dan Perbankan di Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan kebaikan dari berbagai pihak yang telah membantu. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Suwignyo Widagdo, S.E., M.M., M.P selaku Rektor Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember.
2. Bapak Dr. Muhammad Firdaus, S.P., M.M., M.P selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Mustofa, S.E., M.Si selaku Ketua Prodi D3 Keuangan dan Perbankan serta menjadi Dosen Pembimbing Utama
4. Bapak Musaiyadi S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Asisten
5. BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota yang telah memberikan akses untuk diteliti, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Bapak Muhtar dan Bapak Afan selaku Kepala Capem BMT UGT Sidogiri dan karyawan yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.
7. Kedua orang tua Papi Sudi Hartono dan Ibum Astutik Fitriyah tercinta yang selalu memberikan arahan dan dukungan agar selalu semangat dan terus berjuang dalam meraih sebuah kesuksesan.
8. Kedua Adik saya Gita dan Al yang selalu membantu dan memberikan saya semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. And last “I want to thank me for doing all this hard work. I want to thank me for having no days off. I want to thank me for never quitting. I want to thank me for always being a giver and trying to give more than I receive.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis berharap agar pembaca bisa memberikan saran dan kritik guna membangun semangat dalam menyempurnakan dan menyelesaikan tugas akhir ini.

Dengan demikian semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca serta pihak-pihak lainnya, Aamiin.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

Jember, 20 Mei 2024

Novita Saskia Ramadhani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Penelitian Terdahulu	7
1.6 Tinjauan Pustaka	12
1.6.1 Pengertian Customer Service	12
1.6.2 Fungsi dan Tugas Customer Service	12
1.6.3 Syarat/ Kriteria Customer Service	14
1.6.4 Peranan Customer Service	16
1.6.5 Pengertian Pelayanan	16
1.6.6 Manfaat Pelayanan	17

1.6.7 Pengertian BMT	18
1.6.8 Jenis BMT	18
1.6.9 Fungsi dan Peran BMT	18
1.7 Batasan Masalah	20
BAB II. METODE PENELITIAN	21
2.1 Pendekatan dan Strategi Penelitian	21
2.2 Teknik Pengambilan Sampel	21
2.3 Metode Pengambilan Data	22
2.4 Tahapan Penelitian	23
2.4.1 Tahapan Penelitian di Lapangan	23
2.4.2 Lokasi Penelitian	24
2.4.3 Waktu Penelitian	25
2.5 Pendekatan dalam Analisis Data	25
2.6 Keabsahan Penelitian	27
BAB III. HASIL PENELITIAN	30
3.1 Orientasi Kancan Penelitian	30
3.1.1 Sejarah Baitul Mal Wa Tamwil UGT Sidogiri Capem Jember Kota	30
3.1.2 Visi dan Misi Baitul Mal Wa Tamwil UGT Sidogiri Capem Jember Kota	31
3.1.3 Struktur Organisasi Baitul Mal Wa Tamwil UGT Sidogiri	32
3.1.4 Jaringan Kantor Baitul Mal Wa Tamwil UGT Sidogiri	33
3.1.5 Produk-produk Baitul Mal Wa Tamwil UGT Sidogiri	34
3.2 Pelaksanaan Penelitian	43
3.3 Hasil Temuan	44
3.3.1 Hasil Wawancara	44
BAB IV. PEMBAHASAN	48

4.1 Peran Customer Service	48
BAB V. PENUTUP	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Implikasi	50
5.3 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	11
Tabel 3.1 Pelaksanaan Penelitian	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Wawancara dan Dokumentasi Foto	56
---	----

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui peran Customer Service dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yang bersifat deskriptif kualitatif, dengan dua sumber data, yakni sumber data primer yang peneliti dapat dari proses wawancara dan sumber data sekunder yang peneliti dapat dari studi kepustakaan untuk selanjutnya dianalisis dengan metode berfikir induktif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh Customer Service BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota telah termasuk dalam kategori yang baik dan telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah sehingga mendapatkan penilaian yang positif dari nasabah. Beberapa hal yang dilakukan Customer Service di BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota dalam upayanya memberikan pelayanan terbaik diantaranya: Bersikap ramah, sopan, Melayani secara cepat dan tepat serta memberikan kemudahan dengan system Jemput Bola kepada nasabah.

Kata Kunci: Customer Service, Pelayanan, BMT

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the role of Customer Service in improving services to customers at BMT UGT Sidogiri Capem Jember City. This type of research is field research (field research) which is descriptive qualitative, with two sources of data, namely primary data sources that researchers can from the interview process and secondary data sources that researchers can from literature studies to be further analyzed by inductive thinking method. This study concludes that the services performed by Customer Service BMT UGT Sidogiri Capem Jember City has been included in the category of good and has been in accordance with what is expected by the customer so as to get a positive assessment of the customer. Some things done by Customer Service at BMT UGT Sidogiri Capem Jember City in an effort to provide the best service including: Be friendly, polite, Serve quickly and precisely and provide convenience with Ball Pickup system to customers.

Keyword: *Customer Service, Service, BMT.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

BMT singkatan dari Baitul māl wattamwil. Menurut Heri Sudarsono dan Ahmad Supriyadi (2008-82), BMT terdiri dari dua istilah yaitu baitul māl dan baitul tamwil. Baitul māl lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti zakat, infaq, dan shodaqoh serta menjalankan sesuai dengan peraturan dan amanahnya. Sedangkan baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.

Dengan demikian BMT sesungguhnya merupakan lembaga yang bersifat sosial keagamaan sekaligus komersial. BMT menjalankan tugas sosialnya dengan cara menghimpun dan membagikan dana masyarakat dalam bentuk zakat, infaq, dan shodaqoh (ZIS) tanpa mengambil keuntungan. Disisi lain ia mencari dan memperoleh keuntungan melalui kegiatan kemitraan dengan nasabah baik dalam bentuk penghimpunan, pembiayaan, maupun layanan-layanan pelengkap sebagai suatu lembaga keuangan Islam. Kehadiran BMT untuk menyerap aspirasi masyarakat muslim di tengah kegelisahan kegiatan ekonomi dengan prinsip riba, sekaligus sebagai supporting funding untuk mengembangkan kegiatan pemberdayaan usaha kecil dan menengah. Kehadiran lembaga keuangan mikro syariah yang bernama Baitul Maal wa Tamwil (BMT) dirasakan telah membawa manfaat finansil bagi masyarakat, terutama masyarakat kecil yang kurang cocok dan berusaha menghindari riba, karena berorientasi pada ekonomi kerakyatan dan syariah. Transformasi BMT menjadi koperasi adalah langkah strategis yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas, keberlanjutan, dan dampak positifnya terhadap masyarakat. Dengan akses modal yang lebih besar, kepastian hukum yang lebih jelas, peningkatan kepercayaan dan kredibilitas, serta pengelolaan yang lebih profesional, BMT dapat terus berperan sebagai agen pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil dan menengah. Transformasi ini juga mencerminkan komitmen BMT dalam menjalankan prinsip-prinsip syariah sambil beradaptasi dengan dinamika ekonomi yang terus berkembang.

Persaingan bisnis jasa khususnya keuangan saat ini berkembang dengan sangat cepat. Kondisi tersebut di dasari dengan adanya sistem pasar global dimana tingkat persaingannya semakin terasa baik secara nasional maupun internasional. Setiap lembaga keuangan bersaing untuk menarik nasabah sebanyak-banyaknya untuk keberlangsungan operasional lembaga itu sendiri. Oleh karena itu, dunia keuangan mau tidak mau harus meningkatkan profesionalisme, kompetensi dan daya saing agar mampu bertahan pada kondisi apapun.

Untuk itu, lembaga keuangan khususnya Baitul Maal wa Tamwil (BMT) harus dapat menjaga kepercayaan yang diberikan oleh nasabahnya. Kepercayaan sangat penting dan tinggi nilainya, karena tanpa kepercayaan masyarakat mustahil lembaga keuangan dapat hidup dan berkembang. Sebagai upaya menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah, lembaga keuangan harus menjaga citra positif di mata masyarakat. Citra tersebut dapat dibangun melalui Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas. Terutama dari segi kualitas layanan dan keamanan.

Sumber daya manusia yang terlibat dalam proses penyampaian jasa memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan jasa yang dihasilkan dan untuk menentukan persepsi pelanggan terhadap layanan terkait. Jadi sumber daya manusia adalah salah satu faktor penting dalam pemberian layanan. Perbedaan utama antar perusahaan penghasil produk berupa barang dan perusahaan yang memproduksi jasa berdasarkan pelayanannya, dimana perusahaan jasa lebih berpedoman mengoptimalkan kualitas dari *customer service*, bagi perusahaan jasa tentu saja cukup sulit untuk mendapatkan tingkat pelayanan yang sama di mata konsumen. Tantangan bagi pihak manajemen jasa saat ini adalah bagaimana mengintegrasikan seluruh elemen yang ada dalam *Customer Service* agar sesuai dengan strategi dan operasi perusahaan yang telah ditetapkan.

Secara umum, pengertian *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang di peruntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang (Kasmir, Etika Customer Service, 2005). *Customer Service* memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak

bank dalam menghadapi nasabah. Dalam dunia lembaga keuangan tugas utama seorang *Customer Service* yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat, *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah agar tetap menjadi nasabah dari lembaga keuangan (Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa, 2001)

Customer Service merupakan garda terdepan dari sebuah lembaga keuangan. *Customer Service* haruslah mampu dalam menyelesaikan masalah atau keluhan dari nasabah. Serta dapat menjelaskan secara detail berbagai produk dan informasi dari lembaga keuangan. Bagaimana *Customer Service* melayani pelanggan mencerminkan sikap lembaga keuangan yang sebenarnya dalam melayani nasabahnya, oleh karena itu sikap *Customer Service* haruslah berpedoman pada SOP Service Excellent yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Ditengah kondisi persaingan yang semakin meningkat, lembaga keuangan sebaiknya terus meningkatkan pelayanan *Customer Service* Untuk mencapai kinerja yang baik dan berkualitas hendaknya *Customer Service* mampu untuk mewujudkan komunikasi personal dengan kualitas yang baik mengingat bahwa unit *Customer Service* merupakan unit terdepan yang langsung berhadapan dengan nasabah atau calon nasabah. Terjadinya persaingan antar lembaga keuangan yang semakin ketat saat ini tidak hanya di bidang produk jasa yang ditawarkan, tetapi juga pada masalah pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya. Karena pada dasarnya setiap nasabah ingin mendapatkan pelayanan terbaik dari perusahaan melalui kemudahan kontak dengan perusahaan, pelayanan yang cepat dan keramahan dari petugas.

Customer service berkomitmen untuk memberikan pelayanan prima kepada nasabah, sehingga pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah. Menurut Nina (2013:17) Layanan prima adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan. Awalnya pelanggan memiliki harapan yang sederhana dan sementara dibenaknya yang bersifat biasa dengan standar yang umum yang banyak diberikan oleh perusahaan lainnya namun ternyata adanya pelayanan ekstra yang tidak diduga dan merupakan surprise dari pelayanan pelayanan perusahaan seperti seorang nasabah mendapatkan email ucapan ulang tahun dari

lembaga keuangan tempat ia menabung, maka nasabah akan merasa diberikan perhatian khusus dan merasa dihargai. Untuk itu *customer service* harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang dapat membuat nasabah merasa terspesialkan.

Saat ini, *customer service* telah menjadi senjata utama dalam usaha memenangkan persaingan, seiring banyaknya lembaga keuangan yang mempunyai layanan yang sama untuk diperlihatkan kepada nasabah atau calon nasabah. *Customer Service* tidak hanya melayani namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Nasabah membutuhkan informasi yang lengkap dan jelas, pelayanan yang cepat serta kenyamanan pelayanan. *Customer Service* yang baik mampu mengerti keinginan nasabah dan senantiasa memberikan nilai tambah di mata nasabah.

BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota sebagai salah satu lembaga keuangan yang berbasis syariah, dalam menjalankan kegiatan usahanya selalu mengutamakan kepuasan nasabah diantaranya melayani masyarakat ingin menggunakan produk pendanaan dan pembiayaan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti pada kegiatan *Customer Service* dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat baik yang menjadi nasabah atau yang menjadi calon nasabah sangat berpengaruh. Bagaimana sikap *Customer Service* dalam menanggapi permintaan dan menanggapi keluhan nasabahnya sangat menentukan kepuasan nasabah tersebut. Mulai dari cara bicara yang sopan dan santun, penyampaian tanggapan dengan baik akan menentukan bagaimana nasabah tersebut nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Setiap tugas dan tanggung jawab dari seorang *Customer Service* telah diatur oleh bank dalam bentuk standar operasional prosedur (SOP) guna menyelesaikan pekerjaan secara efektif dan efisien baik dalam hal waktu maupun biaya.

BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota merupakan salah satu unit lembaga keuangan di provinsi Jawa Timur yang telah berusaha memberikan pelayanan terbaik dalam melayani nasabahnya. Maka untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pelayanan *customer service*, maka peneliti tertarik untuk meneliti dalam Tugas Akhir yang berjudul "**PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM**

MENINGKATKAN PELAYANAN KEPADA NASABAH DI BMT UGT SIDOGIRI CAPEM JEMBER KOTA"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian ini adalah Bagaimana peran *Customer Service* dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab persoalan di dalam pertanyaan penelitian di atas yakni untuk mengetahui peran *Customer Service* dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan ilmu baru bagi penulis khususnya mengenai Peran *Customer Service* dalam memberikan pelayanan maupun memuaskan nasabah dilembaga keuangan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan dan masukan dalam meningkatkan meningkatkan pelayanan pada nasabah.

3. Bagi Almamater

Diharapkan bisa berguna untuk menambah referensi dan wawasan penelitian sejenis pada waktu yang akan datang, dan memberikan informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan mengenai judul yang dibahas dalam penelitian ini.

1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan, yaitu penelitian tentang “Peran *Customer Service* dalam meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota”. Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain :

1. Anibal Sefero (2023), “Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di PT. Bank Perekonomian Rakyat Nusamba Rambipuji” Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (Field Research) Untuk menganalisa data penelitian, penulis menggunakan analisa Deskriptif.
2. Ni'mah, Winda Maulidatun (2022) “Strategi Customer Service dalam meningkatkan kualitas pelayanan nasabah di BMT Al-Hikmah”. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif yang langsung dilakukan oleh peneliti di lapangan dengan melalui wawancara dan berusaha menggambarkan, menjelaskan objek dengan kenyataannya. Dari hasil penelirian ini, strategi pelayanan yang utama meliputi Responsiveness (cepat tanggap), competence (kompetensi), creadibility (kredibilitas), contribution (kontribusi), honesty (kejujuran), service excellent (pelayanan prima).
3. Okvela (2021), “Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah Di Pt. Btpn Purna Bakti Kc Padang”. Metode penelitian yang digunakan : Studi Perpustakaan (library research), Studi Lapangan (field research) dan Untuk menganalisa data penelitian, penulis menggunakan analisa Deskriptif.
4. Md Alfachrozie (2020), “Sistem Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BMT Al-Ittihad Cabang Panam Kota Pekanbaru”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran Customer Service dalam meningkatkan Kepuasan nasabah di BMT Al-Ittihad Cabang Panam Kota Pekanbaru. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (Field Reserch) dengan pendekatan kualitatif. Dalam pengumpulan datanya penelitian ini menggunakan

metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian data yang di peroleh di analisis menggunakan metode deskriptif kualitatif.

5. Rinda Feni Yolanda (2020), “Strategi Pelayanan Prima Customer Service Perspektif Bisnis Islam Di Bprs Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning”. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (Field Research) sedangkan sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. hasil penelitian bahwa strategi pelayanan prima yang dilakukan oleh BPRS Kas Bukit Kemuning dengan meningkatkan kualitas pegawainya khususnya Customer Service yang memiliki tugas berhubungan langsung dengan nasabah keberhasilan dalam melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari dua strategi yang pertama ada 5 Strategi mengenai pelayanan prima yaitu bukti nyata, Keandalan (reliability), Kesigapan (responsiveness), Empati (Empathy), Jaminan (Assurance) ada pun yang kedua menurut perspektif bisnis islam meliputi kesatuan, kehendak bebas, tanggung jawab, terakhir keseimbangan dan keadilan.
6. Anang Kusuma (2020), “Strategi Pelayanan Customer Service Sebagai Fungsi Public Relations Di BMT NU Jawa Timur Kantor Cabang Sumberasih Probolinggo” Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, interview dan dokumentasi.
7. Erni Damayanti (2020), “Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan” Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif, dalam dalam penelitian ini yakni seluruh nasabah di BMT NU Cabang Kadur. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Purposive sampling, pengambilan sampel ditentukan dengan rumus slovin dengan jumlah responden 98 kuesioner (angket), observasi dan dokumentasi.
8. Putri, Nofriani, (2019). “Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat Jorong Kampung Tengah Pariaman Cabang Padang” Pengertian Customer Service secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau

ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Teknik pengumpulan datanya menggunakan studi lapangan, interview dan dokumentasi. Setelah data diperoleh datanya lalu di uji keabsahan data agar berkualitas ilmiah, dan terakhir di analisis datanya menggunakan deskriptif kualitatif.

9. Neni Wijayanti (2018), “Peran Customer Service dalam Meningkatkan Pelayanan kepada Nasabah di Bank Lampung cabang Bandar Jaya” Penelitian yang dilakukan oleh peneliti termasuk jenis penelitian lapangan (field research). Jenis dan sifat penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif, terperinci dan mendalam. Kemudian data yang di peroleh di analisis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.
10. Yulia Ellawati (2017), “Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu” Jenis penelitian yang penulis gunakan ialah field research (penelitian lapangan). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif ini antara lain didasarkan pada pertimbangan bahwa dengan pendekatan ini dapat membantu peneliti dengan menjelaskan kenyataan-kenyataan yang terjadi di lapangan. data yang berhasil peneliti kumpulkan dari lokasi penelitian, selanjutnya dianalisa dan kemudian disajikan secara tertulis dalam laporan tersebut, yaitu berupa data yang ditemukan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh dari PT BPRS Safir Bengkulu.

Dari beberapa peneliti terdahulu yang telah disebutkan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat adanya perbedaan dan persamaan, yaitu:

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Anibal Sefero	Peran Customer Service Dalam Meningkatkan	a) Menggunakan metode kualitatif	a) Objek Penelitian

	(2023)	Kepuasan Nasabah Di PT. Bank Perekonomian Rakyat Nusamba Rambipuji	b) Menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif.	b) Lokasi Penelitian c) Tahun Penelitian
2	Ni'mah, Winda Maulidatun (2022)	Strategi Customer Service dalam meningkatkan kualitas pelayanan nasabah di BMT Al-Hikmah	a) Menggunakan metode kualitatif b) Menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif.	a) Objek Penelitian b) Lokasi Penelitian c) Tahun Penelitian
3	Okvela (2021)	Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah Di Pt. Btpn Purna Bakti Kc Padang	a) Menggunakan metode kualitatif b) Metode Field Research. c) Menggunakan Metode Deskriptif	a) Menggunakan Tabel Dalam Mencari Perbedaan Penabung dari Tahun 2018 - 2020. b) Objek Penelitian. c) Lokasi Penelitian. d) Tahun Penelitian
4	Md Alfachrozie (2020),	Sistem Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BMT Al-Ittihad Cabang Panam Kota Pekanbaru	a) Menggunakan Metode Kualitatif. b) Menggunakan Metode Field Research	a) Objek Penelitian. b) Lokasi Penelitian. c) Tahun Penelitian
5	Rinda Feni	Strategi Pelayanan	a) Menggunakan	a) Objek

	Yolanda (2020),	Prima Customer Service Perspektif Bisnis Islam Di Bprs Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning	metode kualitatif b) Metode Field Research. c) Menggunakan Metode Deskriptif	Penelitian b) Lokasi Penelitian c) Tahun Penelitian
6	Anang Kusuma (2020)	Strategi Pelayanan Customer Service Sebagai Fungsi Public Relations Di BMT NU Jawa Timur Kantor Cabang Sumberasih Probolinggo	a) Menggunakan metode kualitatif b) Menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif..	a) Menggunakan metode kuantitatif b) Objek Penelitian c) Lokasi Penelitian d) Tahun Penelitian
7	Erni Damayanti (2020)	Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan	a) Menggunakan Metode dokumentasi	a) Menggunakan metode kuantitatif b) Objek Penelitian c) Lokasi Penelitian d) Tahun Penelitian
8	Putri, Nofriani, (2019).	Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat	a) Menggunakan metode kualitatif b) Menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif.	a) Objek Penelitian b) Lokasi Penelitian c) Tahun Penelitian

		Jorong Kampung Tengah Pariaman Cabang Padang		
9	Neni Wijayanti (2018)	Peran Customer Service dalam Meningkatkan Pelayanan kepada Nasabah di Bank Lampung cabang Bandar Jaya	a) Menggunakan metode kualitatif b) Menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif.	a) Objek Penelitian b) Lokasi Penelitian c) Tahun Penelitian
10	Yulia Ellawati (2017)	Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu	a) Menggunakan Metode Field Research b) Menggunakan metode kualitatif	a) Fokus Penelitian adalah tentang Loyalitas Nasabah. b) Objek Penelitian. c) Lokasi Penelitian. d) Tahun Penelitian

Sumber: (Jurnal Terdahulu), Anibal Sefero (2023), Ni'mah, Winda Maulidatun (2022), Okvela (2021), Md Alfachrozie (2020), Rinda Feni Yolanda (2020), Anang Kusuma (2020), Erni Damayanti (2020), Putri Nofriani (2019), Neni Wijayanti (2018), Yulia Ellawati (2017)

Secara keseluruhan, persamaan penelitian ini dengan peneliti terdahulu yaitu menggunakan metode penelitian field research dan library research, sedangkan untuk perbedaannya yaitu terletak pada tahun penelitian, lokasi, objek penelitian serta focus penelitian adalah Loyalitas Nasabah. Pada penelitian ini diambil objek di BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota

1.6 Tinjauan Pustaka

1.6.1 Pengertian Customer Service

Customer Service secara bahasa berasal dari dua kata yaitu “customer” yang artinya pelanggan, dan “service” yang artinya pelayanan. Istilah *Customer Service* yang terjemahkan dalam bidang bisnis secara umum sebagai pelayanan pelanggan. Menurut Kasmir (2014:249) Secara umum, pengertian *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang diberikan seseorang sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

1.6.2 Fungsi dan Tugas Customer Service

Banyak nasabah yang masih beranggapan bahwa *Customer Service* itu sebagai pusat informasi saja, padahal kenyataannya *Customer Service* juga memberikan pelayanan jasa-jasa dan produk dari perusahaan. Setiap *Customer Service* tentu telah di terapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas yang harus benar-benar dipahami dan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya sehingga dapat menjalankan tugasnya secara prima.

Fungsi dan tugas *Customer Service* Menurut Kasmir (2008:194) adalah sebagai berikut:

1. Sebagai receptionis

Receptionis artinya *Customer Service* sebagai penerima tamu atau nasabah yang datang ke bank. Dalam menerima tamu, *Customer Service* harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan. Dalam hal ini *Customer Service* harus bersikap memberikan perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah dimengerti. Selama melayani nasabah *Customer Service* tidak diperkenankan untuk merokok, makan dan minum.

2. Sebagai deskman

Deskman artinya seorang *Customer Service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Pelayanan yang diberikan berupa informasi mengenai produk-produk bank. Termasuk memberikan arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas, serta prosedur transaksi yang diinginkan oleh nasabah atau calon nasabah. Sebagai deskman juga harus menyiapkan berbagai brosur dan formulir untuk kepentingan nasabah.

3. Sebagai salesman

Salesman artinya *Customer Service* sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pendekatan, mencari nasabah baru, mengatasi dan menjawab segala permasalahan nasabah.

4. Sebagai *Customer Relation Officer*

Customer Relation Officer sebagai orang membina hubungan baik kepada seluruh nasabah. Dalam menjaga hubungan baik kepada nasabah dengan cara menjaga image bank sehingga nasabah merasa senang, puas dan makin percaya kepada bank.

5. Sebagai komunikator

Sebagai komunikator, *Customer Service* sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah. Komunikasi penting karena akan dapat mempererat hubungan antara nasabah dengan bank

1.6.3 Syarat/Kriteria Customer Service

Untuk memberikan kualitas pelayanan terbaik bagi nasabah yang paling penting adalah kualitas layanan. *Customer Service* memegang peranan yang sangat penting untuk menciptakan pelayanan yang berkualitas, harus ada beberapa di antaranya persyaratan seseorang untuk menjadi *Customer Service*. Di bawah ini adalah persyaratan untuk menjadi *Customer Service*:

1. Persyaratan Fisik

Seorang *Customer Service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik yang meliputi tinggi dan berat badan ideal, penampilan yang menawan, berjiwa sehat serta badan dan pakaian yang rapi dan bersih

2. Persyaratan Mental

Sebagai seorang *Customer Service* hendaklah selalu sabar, murah senyum dan ramah dalam menghadapi berbagai ciri khas nasabah. Menurut Awaluddin (2011-32) Hindarkan petugas *Customer Service* yang cepat marah/emosi dan cepat putus asa. Seorang *Customer Service* harus memiliki sifat yang penuh percaya diri, teliti, cermat, jujur dan bertanggung jawab

3. Persyaratan Sosial

Menurut Awaluddin (2011-33) *Customer Service* harus mampu memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, berbudi pekerti yang halus, pandai bergaul, pandai berbicara dan fleksibel. *Customer Service* juga harus cepat menyesuaikan diri, mudah bekerja sama, tenang, dan tabah.

1.6.4 Peranan Customer Service

Menurut Kasmir (2011:181) Secara umum, peranan *Customer Service* bank adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
2. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.

1.6.5 Pengertian Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pelayanan diartikan sebagai kemudahan yang diberikan sehubungan jual beli. Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.

Pelayanan juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki, Mengutip dari M. Nur Rianto Al-Arif (2010-211).

Dari definisi tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu aktifitas yang terjadi antara konsumen dengan karyawan guna memecahkan permasalahan konsumen yang sifatnya tidak berwujud.

Menurut Kasmir (2006:34) Pelayanan publik yang baik memiliki ciri – ciri sebagai berikut:

1. Tersedianya karyawan yang baik.
2. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik.
3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah (pelanggan) sejak awal hingga akhir.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat.

5. Mampu berkomunikasi.
6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah (pelanggan).
9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

1.6.6 Manfaat Pelayanan

Manfaat dari pelayanan adalah untuk mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau customer loyalty. Pembelotan pelanggan atau berpaling pelanggan disebabkan karena kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan (Nina Rahmayanty, 2013)

1.6.7 Pengertian BMT

BMT singkatan dari Baitul māl Wattamwil. Menurut Heri Sudarsono dalam Ahmad Supriyadi (2008-82), BMT terdiri dari dua istilah yaitu baitul māl dan baitul tamwil. Baitul māl lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti zakat, infaq, dan shodaqoh serta menjalankan sesuai dengan peraturan dan amanahnya. Sedangkan baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.

1.6.8 Jenis BMT

BMT dalam struktur keuangan mikro di Indonesia memiliki 2 (dua) jenis, pertama merupakan lembaga keuangan mikro non bank formal kedua, lembaga keuangan mikro non bank non formal. BMT yang merupakan non bank formal adalah BMT yang telah berbentuk koperasi atau KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah). Sedangkan BMT yang berbentuk non bank non formal adalah BMT yang tidak berbentuk koperasi.

1.6.9 Fungsi dan Peran BMT

Fungsi Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Menurut Andri Soemitra (2010-453) yaitu:

1. Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisir, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan ekonomi anggota, kelompok, usaha anggota muamalat (pokusma) dan kerjanya.
2. Mempertinggi kualitas SDM anggota dan Pokusma menjadi lebih profesional dan islami sehingga makin utuh dan tangguh menghadapi tantangan global.
3. Menggalang dan mengorganisir potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.

Selain itu BMT juga memiliki beberapa peran Menurut Nurul Huda dan Muhammad Haykal (365) diantaranya adalah:

1. Menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi yang bersifat non islam melakukan sosialisasi di tengah masyarakat tentang arti penting sistem ekonomi islam.
2. Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil. BMT harus harus bersikap aktif menjalankan fungsi sebagai lembaga keuangan mikro, misalnya dengan jalan pendampingan, pembinaan, penyuluhan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha nasabah.
3. Melepaskan ketergantungan pada rentenir, masyarakat yang masih tergantung rentenir disebabkan rentenir mampu memenuhi keinginan masyarakat dalam memenuhi dana dengan segera. Maka BMT harus mampu melayani masyarakat lebih baik, misalnya selalu tersedia dana setiap saat.
4. Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata. Fungsi BMT langsung berhadapan dengan masyarakat yang kompleks dituntut harus pandai bersikap, oleh karena itu langkah-langkah untuk melakukan evaluasi dalam rangka

pemetaan skala prioritas yang harus diperhatikan, misalnya dalam masalah pembiayaan, BMT harus memperhatikan kelayakan usaha dalam hal golongan nasabah dan juga jenis pembiayaan yang dilakukan.

1.7 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, batasan masalah dirancang untuk menjaga fokus dan kejelasan dari topik yang dibahas. Batasan masalah sangat penting untuk memastikan bahwa penelitian tetap terarah dan tidak meluas ke area yang tidak relevan.

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dibahas, maka perlu dilakukan pembatasan masalah yang diteliti, oleh karena itu penulis membatasi masalah pada penelitian ini yang berfokus pada Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota.

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Pendekatan dan Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (Field Research). Menurut Moleong (2012), penelitian lapangan (field research) dapat juga dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode dalam mengumpulkan data kualitatif. Maksud dari field research dalam penelitian ini adalah peneliti akan melakukan penelitian secara langsung ke lokasi penelitian yang akan diteliti yaitu pada BMT UGT Sidogiri Capem Jember.

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif deskriptif, karena data yang diperoleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk uraian-uraian. Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, maksudnya sumber data yang diperoleh tertulis atau ungkapan dan tingkah laku yang diobservasikan dari manusia (Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, Metode Survei 1995)

2.2 Teknik Pengambilan Sampel

Sugiyono (2018:131) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari total dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tersebut, dengan kata lain sampel merupakan metode dalam suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengambil sebagian atas setiap populasi yang hendak akan diteliti.

Teknik snowball sampling yaitu teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit kemudian menjadi membesar, hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari informan lain yang digunakan sebagai sumber data (Sugiyono, 2017: 218-219).

2.3 Metode Pengambilan Data

Menurut Sugiyono (2016) Teknik pengumpulan data adalah suatu Langkah yang dinilai strategis dalam penelitian, karena mempunyai tujuan yang utama yaitu memperoleh data. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Pengamatan (Observasi), Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek- objek alam yang lain.
2. Wawancara, Menurut Sugiyono (2018) wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dan jumlah respondenya sedikit atau kecil. Dalam penelitian ini, peneliti mencatat atau merekam semua jawaban dari informan dengan apa adanya. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, maksud dari wawancara terstruktur yaitu peneliti sudah menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu sebelum mewawancarai informan.
3. Dokumentasi Menurut Sugiyono (2018) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi ini merekam semua hasil wawancara dan keterangan yang diberikan oleh informan. Dokumentasi dalam penulisan ini yaitu mengumpulkan dokumen pendukung yang berasal dari BMT UGT Sidogiri Capem Jember seperti foto, maupun dokumen lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

2.4 Tahapan Penelitian

2.4.1 Tahapan Penelitian Di Lapangan

Menurut Moleong (2007:126) menjelaskan bahwa Tahapan penelitian kualitatif menyajikan 3 tahapan yaitu:

1. Tahap Pra-lapangan merupakan kegiatan yang dilakukan peneliti sebelum pengumpulan data. Tahapan ini diawali dengan penjajakan lapangan untuk menentukan permasalahan atau fokus penelitian. Tahapan ini secara rinci meliputi: menyusun rancangan lapangan, memilih lapangan penelitian, mengurus perizinan, menajajaki dan menilai lapangan, memilih dan memanfaatkan informasi, menyiapkan perlengkapan penelitian, persoalan etika penelitian.
2. Tahap pekerjaan lapangan merupakan kegiatan peneliti yang dilakukan ditempat penelitian. Pada tahapan pelaksanaan ini, peneliti mengumpulkan data sesuai dengan fokus masalah dan tujuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.
3. Tahap Analisis Data Pada fase ini, data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi diolah dan diorganisasikan setelah menginterpretasikan data sesuai dengan konteks masalah yang diteliti.

Setelah ke 3 Tahapan tersebut selesai maka yang terakhir yakni Tahap Pelaporan. Tahap ini merupakan tahap yang terakhir dari rangkaian kegiatan penelitian yaitu pelaporan tertulis hasil kegiatan penelitian. Kemudian melanjutkan konsultasi untuk memperbaikinya sehingga penulisan laporan penelitian ini selesai.

2.4.2 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti melakukan penelitian terutama dalam menangkap sebuah hal atau masalah yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Penelitian ini dilakukan di BMT UGT Sidogiri Capem Jember yang berlokasi di Jl. Kenanga No.59-67, Darwo Timur, Gebang, Kec. Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68117.

2.4.3 Waktu Penelitian

Menurut Sugiyono tidak ada cara yang mudah untuk menentukan berapa lama penelitian dilaksanakan. Tetapi lamanya penelitian akan tergantung pada keberadaan sumber data dan tujuan penelitian. Selain itu juga akan tergantung cakupan penelitian, dan bagaimana penelitian mengatur waktu yang digunakan. Penelitian ini akan dilakukan selama kurang lebih 2 Bulan terhitung dari tanggal Oktober-Desember 2023.

2.5 Pendekatan dalam Analisis Data

Pendekatan Dalam Analisi Data Menurut Sugiyono (2019), analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban, yang di wawancarai.

Aktivitas dalam analisis data yaitu, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi, yang di sebut dengan Analisis Data Model Miles and Huberman (Sugiyono, 2019).

1. Pengumpulan Data, dalam penelitian ini pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi, atau gabungan ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan sehari-hari bahkan bisa berbulan-bulan, sehingga data yang di peroleh akan banyak. Pada awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial/obyek yang di teliti,

semua yang dilihat dan didengar direkam semuanya. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang banyak dan bervariasi (Sugiyono,2019).

2. Reduksi Data, Menurut Sugiyono (2019), data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti yang telah dikemukakan, semakin lama peneliti kelapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit sehingga untuk itu perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilah dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Kemudian dengan data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2019).
3. Penyajian Data, Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Pada penelitian kualitatif yang sering di gunakan untuk menyajikan data, adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut (Sugiyono, 2019).
4. Kesimpulan dan Verifikasi Data, Menurut Sugiyono (2019), kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak di temukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kemudian apabila kesimpulan dikemukakan pada tahap awal, di dukung dengan bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang belum pernah ada (Sugiyono, 2019)

2.6 Keabsahan Penelitian

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif (Moleong, 2007:320). Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Sugiyono, 2007: 270).

Uji validitas data yang dapat dilakukan adalah:

1. *Credibility*. Tujuan uji *credibility* (kredibilitas) atau uji kepercayaan adalah untuk mengetahui kebenaran dari hasil yang diteliti. Terdapat enam teknik yang dapat dilakukan untuk uji kredibilitas data kepercayaan, yaitu:
 - a. Perpanjangan Pengamatan Hal ini bertujuan untuk memeriksa kembali apakah informasi yang diberikan selama ini benar atau tidak. Apabila informasi yang selanjutnya diverifikasi tidak benar atau tidak asli, maka peneliti melakukan observasi yang lebih luas dan mendalam untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh adalah benar.
 - b. Meningkatkan Kecermatan / Ketekunan Meningkatkan akurasi adalah cara menganalisis data yang dikumpulkan untuk menentukan apakah itu akurat atau tidak. Meningkatkan akurasi berarti pengamatan yang lebih hati-hati dan terus menerus.
 - c. Triangulasi Menurut (Moelong, 2017), triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.
 - d. Analisis Kasus Negatif Melakukan analisis kasus negatif berarti peneliti mencari informasi yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan informasi yang ditemukan. Bila tidak ada lagi data yang

berbeda atau bertentangan dengan temuan, berarti masih mendapatkan data-data yang bertentangan dengan data yang ditemukan, maka peneliti mungkin akan mengubah temuannya (Sugiyono, 2007:275).

- e. Menggunakan Bahan Referensi Kutipan mengacu pada membantu memperkuat informasi yang ditemukan oleh peneliti. Dalam laporan penelitian, sebaiknya data-data yang dikemukakan perlu dilengkapi dengan foto-foto atau dokumen autentik, sehingga menjadi lebih dapat dipercaya (Sugiyono, 2007:275).
 - f. Pengecekan Anggota Tujuannya untuk mengetahui sejauh mana informasi yang diterima sesuai dengan data yang diberikan oleh penyedia informasi (Transferability). Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil (Sugiyono, 2007:276).
2. *Transferability*. *Transferability* merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil (Sugiyono, 2007:276). Pertanyaan yang berkaitan dengan nilai transfer sampai saat ini masih dapat diterapkan/dipakai dalam situasi lain. Bagi peneliti nilai transfer sangat bergantung pada si pemakai, sehingga ketika penelitian dapat digunakan dalam konteks yang berbeda di situasi sosial yang berbeda validitas nilai transfer masih dapat dipertanggung jawabkan.
 3. *Dependability*. *Dependability* dalam penelitian kualitatif disebut kepercayaan, sebagai penelitian terpercaya beberapa percobaan selalu memberikan hasil yang sama. Jika penelitian ini tidak dilakukan tetapi datanya ada, maka peneliti di cap tidak *dependability*.
 4. *Confirmability*. Objektivitas Penelitian ini dianggap objektif apabila hasil penelitian tersebut disepakati oleh beberapa orang. Dalam penelitian kualitatif, uji *confirmability* mirip dengan uji *dependability*. Dalam hal ini, tes dapat dilakukan bersama.

BAB III

HASIL PENELITIAN

3.1 Orientasi Kancan Penelitian

3.1.1 Sejarah Baitul Maal Wa Tamwil UGT Sidogiri Capem Jember Kota

Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri disingkat “Koperasi BMT UGT Sidogiri” mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000 M. di Surabaya dan kemudian mendapatkan badan Hukum Koperasi dari Kanwil Dinas Koperasi PK dan M Propinsi Jawa Timur dengan SK Nomor: 09/BH/KWK.13/VII/2000 tertanggal 22 Juli 2000. Dan pada bulan Desember 2020 melakukan PAD dengan perubahan nama kSPPS BMT UGT Nusantar. BMT UGT Nusantara didirikan oleh beberapa orang yang berada dalam satu kegiatan Urusan Guru Tugas Pondok Pesantren Sidogiri (Urusan GT PPS) yang di dalamnya terdapat orang-orang yang berprofesi sebagai guru dan pimpinan madrasah, alumni Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan dan para simpatisan yang menyebar di wilayah Jawa Timur.

BMT UGT Nusantara membuka beberapa unit pelayanan anggota di kabupaten/kota yang dinilai potensial. Alhamdulillah, pada saat ini BMT UGT Nusantara sudah memiliki 298 kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas yang tersebar di 10 Provinsi se Indonesia. Pengurus akan terus berusaha melakukan perbaikan dan pengembangan secara berkesinambungan pada semua bidang baik organisasi maupun usaha. Pengurus BMT UGT Nusantara periode 2019-2022 telah merumuskan visi dan misi baru yang lebih membumi dan sejalan dengan jatidiri santri.

3.1.2 Visi dan Misi Baitul Maal Wa Tamwil UGT Sidogiri Capem Jember Kota

Visi dari Baitul Maal Wa Tamwil UGT Sidogiri Capem Jember Kota adalah “Koperasi yang Amanah, Tangguh dan Bermartabat (MANTAB)”. Sedangkan untuk Misi Baitul Maal Wa Tamwil UGT Sidogiri Capem Jember Kota adalah:

1. Mengelola koperasi yang sesuai dengan jati diri santri,
2. Menerapkan sistem syariah yang sesuai dengan standar kitab salaf dan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN),
3. Menciptakan kemandirian likuiditas yang berkelanjutan,
4. Memperkokoh sinergi ekonomi antar anggota,
5. Memperkuat kepedulian anggota terhadap koperasi,
6. Memberikan khidmah terbaik terhadap anggota dan umat dan
7. Meningkatkan kesejahteraan anggota dan umat.

3.1.3 Struktur Organisasi Baitul Maal Wa Tamwil UGT Sidogiri Pengurus

Ketua	: H. Abdul Majid Umar
Wakil Ketua I	: Tantowie AS
Wakil Ketua II	: RA Wahid Ruslan
Sekretaris	: M. Imron Husnan
Bendahara	: Nur Kholis Majid
Dewan Pengawas Syariah	
Ketua Pengawas Syariah	: KH M. Sholeh Abd. HQ

Anggota Pengawas

Ketua Pengawas	: A. Saifulloh
Anggota Pengawas	: HA. Saifulloh Naji
Anggota Pengawas	: HM. Nur Hasan Ghazi

Managerial

Manager Bisnis	: HM Sholeh Wafie
Manager Risiko	: Muhammad Muclas
Manager Keuangan	: Abdussalam
Manager SDI	: Salim Faishal

3.1.4 Jaringan Kantor Baitul Maal Wa Tamwil UGT Sidogiri

Sampai dengan saat ini Baitul Maal Wa Tamwil UGT Sidogiri Cabang Jember telah memiliki 12 jaringan kantor, antara lain:

1. Kantor pusat: Jl. MT Haryono No.17, Sumber Ketangi, Wirolegi, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68124
2. Kantor Capem Rambipuji: Kidul Ps., Rambipuji, Kec. Rambipuji, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68152
3. Kantor Capem Jember Kota: Jl. Kenanga No.59-67, Darwo Timur, Gebang, Kec. Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68117
4. Kantor Capem Sumberbaru: Krajan, Pringgowirawan, Kec. Sumberbaru, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68156
5. Kantor Capem Jenggawah: Krajan, Jenggawah, Kec. Jenggawah, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68171
6. Kantor Capem Kalisat: Jl. Diponegoro, Krajan I, Glagahwero, Kec. Kalisat, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68193
7. Kantor Capem Wuluhan: Jl. Ambulu, Purwojari, Dukuh Dompok, Kec. Wuluhan, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68162
8. Kantor Capem Umbulsari: Jl. Ahmad Yani, Krajan, Umbulsari, Kec. Umbulsari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68166
9. Kantor Capem Silo: Onjur, Sempolan, Kec. Silo, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68184
10. Kantor Capem Semboro: Jalan Gajah Mada, 07Semboro, Semboro Lor, Semboro, Kec. Semboro, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68157

11. Kantor Capem Puger: Jl. Mayor Adi Dharma, Gedangan, Puger Kulon, Kec. Puger, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68164
12. Kantor Capem Kencong: Jl. Krakatau, Pd. Waluh, Kencong, Kec. Kencong, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68167

3.1.5 Produk-Produk Baitul Maal Wa Tamwil UGT Sidogiri

Produk Simpanan

1. TABUNGAN UMUM SYARIAH

Adalah Tabungan Umum Syariah yang setoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai kebutuhan anggota.

Akad: Tabungan diakad berdasarkan prinsip Syariah *mudharabah musytarakah*. dengan nisbah 30:70 (Anggota:BMT).

Manfaat dan Keuntungan:

- a. Aman dan transparan
- b. Bebas riba, transaksi mudah dan sesuai syariah
- c. Bagi hasil menguntungkan dan halal
- d. Tanpa biaya administrasi bulanan
- e. Ikut membantu sesama ummat (ta`awun)

Ketentuan:

- a. Setoran awal minimal Rp 10.000.
- b. Setoran berikutnya minimal Rp 1.000.
- c. Administrasi pembukaan tabungan Rp 5.000

Persyaratan:

- a. Photo kopi Kartu identitas (KTP/SIM).

2. TABUNGAN HAJI

Adalah Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah haji.

Akad: Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah*. dengan nisbah 50:50 (Anggota:BMT)

Manfaat dan Keuntungan:

- a. Kemudahan melakukan setoran tabungan setiap saat.
- b. Mudah memantau perkembangan dana dengan mendapatkan laporan mutasi transaksi berupa buku tabungan.
- c. Mendapatkan tambahan bagi hasil yang kompetitif
- d. Ikut membantu sesama ummat (ta`awun)
- e. Aman, terhindar dari riba dan haram
- f. Dapat mengajukan dana talangan bagi calon jama`ah haji yang ingin memperoleh porsi keberangkatan haji pada tahun yang direncanakan.

Ketentuan:

- a. Pembukaan rekening di kantor BMT UGT Nusantara sesuai domisili/tempat tinggal calon jamaah haji.
- b. Setoran awal minimal Rp 500.000 dan selanjutnya minimal Rp 100.000.
- c. Penarikan hanya untuk kebutuhan keberangkatan haji atau karena ada udzur syar`i.

Ketentuan Pendaftaran Porsi Keberangkatan Haji;

- a. Saldo Tabungan Al Haromain minimal Rp 25.000.000.
- b. Menyerahkan 2 lembar photo kopi KTP suami istri, surat nikah, dan Kartu keluarga

Persyaratan:

- a. Menyerahkan photo kopi KTP yang masih berlaku

3. TABUNGAN UMRAH

Adalah Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah umrah.

Akad: Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah*. dengan nisbah 40:60 (Anggota:BMT)

Manfaat dan Keuntungan:

- a. Kemudahan melakukan setoran tabungan setiap saat.
- b. Mendapatkan tambahan bagi hasil yang kompetitif
- c. Ikut membantu sesama ummat (ta`awun)
- d. Aman, terhindar dari riba dan haram dan dapat mengajukan dana talangan umrah maksimal 30 persen dari kekurangan biaya umrah dengan ketentuan pembiayaan yang berlaku

Ketentuan

- a. Setoran awal minimal Rp 1.000.000.
- b. Setoran berikutnya sesuai perencanaan keberangkatan.
- c. Ketentuan pemberangkatan adalah sesuai jadwal dari travel umrah.
- d. Perencanaan keberangkatan minimal 3 bulan dan maksimal 36 bulan
- e. Setoran dapat dilakukan setiap pekan, bulan, atau musiman
- f. Dana dapat dicairkan hanya untuk keperluan keberangkatan ibadah umrah kecuali udzur syar`i.

4. TABUNGAN IDUL FITRI

Adalah Tabungan umum berjangka untuk membantu anggota memenuhi kebutuhan hari raya idul fitri.

Akad: Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah*. dengan nisbah 40:60 (Anggota:BMT)

Manfaat dan Keuntungan:

- a. Transaksi mudah dan transparan sehingga memudahkan melihat perkembangan setiap saat,

- b. Aman, terhindar dari riba dan haram
- c. Ikut membantu sesama ummat (ta`awun)
- d. Mendapatkan bagi hasil bulanan yang halal dan menguntungkan atau dapat dirupakan barang untuk kebutuhan hari raya sesuai kebijakan BMT UGT
- e. Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan.

Ketentuan:

- a. Setoran awal minimal Rp 10.000.
- b. Setoran berikutnya minimal Rp 1.000
- c. Biaya administrasi Rp 5.000.
- d. Penarikan tabungan dapat dilakukan paling awal 15 hari sebelum hari Raya Idul Fitri

Persyaratan:

- a. Menyerahkan photo kopi identitas diri (KTP/SIM) yang masih berlaku

5. TABUNGAN PEDULI SISWA

Adalah Tabungan umum berjangka yang diperuntukkan bagi lembaga pendidikan guna menghimpun dana tabungan siswa.

Akad: Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah*. dengan nisbah 40:60 (Anggota:BMT)

Manfaat dan Keuntungan:

- a. Aman dan transparan sehingga dengan mudah memantau perkembangan dana setiap bulan
- b. Transaksi mudah dan bebas dari riba
- c. Pengurus lembaga tidak disibukkan dengan urusan keuangan terutama pada saat pembagian tabungan siswa di akhir tahun pendidikan.
- d. Mendapatkan bagi hasil bulanan yang halal dan menguntungkan.

- e. Mendapatkan dana BEA SISWA untuk siswa tidak mampu sebesar Rp 100.000 sesuai kebijakan BMT UGT Nusantara
- f. Gratis biaya administrasi.

Ketentuan:

- a. Setoran awal Rp 100.000 dan setoran berikutnya minimal Rp 50.000.
- b. Penarikan tabungan hanya boleh dilakukan di akhir tahun pelajaran
- c. Pengajuan BEA SISWA apabila dana simpanan mencapai saldo rata-rata Rp 10.000.000 dengan masa simpanan minimal 5 bulan
- d. Pengambilan BEA SISWA di akhir tahun pelajaran ketika tabungan akan diambil.

Persyaratan:

- a. Photo Kopi KTP/SIM
- b. Formulir pembukaan rekening ditandatangani oleh Pengurus lembaga cq ketua dan bendahara serta dibubuhi setempel
- c. Rekening tabungan atas nama Ketua/Bendahara QQ nama lembaga

6. TABUNGAN KURBAN

Adalah Tabungan umum berjangka untuk membantu dan memudahkan anggota dalam merencanakan ibadah kurban dan aqiqah.

Akad: Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah*. dengan nisbah 40:60 (Anggota:BMT)

Manfaat dan Keuntungan:

- a. Mempermudah perencanaan keuangan untuk pembelian hewan kurban dan aqiqah

- b. Mendapatkan Bagi hasil yang halal dan kompetitif.
- c. Membantu sesama ummat (ta`awun)

Ketentuan:

- a. Setoran awal minimal Rp 50.000
- b. Setoran berikutnya minimal Rp 25.000
- c. Saldo setelah pelaksanaan Aqiqah dan ibadah Kurban minimal Rp 50.000.
- d. Hanya dapat diambil pada saat akan melakukan ibadah kurban atau aqiqah

Persyaratan:

- a. Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
- b. Menunjukkan asli bukti identitas diri wali (KTP/SIM) dan menyerahkan Photo kopi bukti identitas dimaksud.

8. SIMPANAN BERJANGKA

Adalah Simpanan yang setoran dan penarikannya berdasarkan jangka waktu tertentu.

Akad: Simpanan berjangka diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah*. Jangka waktu 1 Bulan Nisbah 50:50 (Anggota:BMT)

Keuntungan:

- a. Mendapatkan Bagi Hasil yang lebih besar dan kompetitif
- b. Bisa dijadikan jaminan pembiayaan
- c. Nisbah (proporsi) bagi hasil lebih besar daripada tabungan umum syariah

Ketentuan:

- a. Setoran minimal Rp 500.000
- b. Jangka waktu yang fleksibel : 1, 3, 6, 9, 12, 24 bulan

Persyaratan :

- a. Mengisi formulir permohonan pembukaan Simpanan berjangka
- b. Photo kopi identitas diri (KTP/SIM)

Produk Pembiayaan

1. UGT PAT (Pembiayaan Agunan Tunai) Adalah pembiayaan dengan agunan tunai (*cash collateral*) yang ada di BMT UGT dan diblokir sampai pembiayaan lunas
2. UGT PJE (Pembiayaan Jaminan Emas) Adalah Fasilitas pembiayaan dengan jaminan berupa emas, ini sebagai alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat dan mudah
3. UGT MUB (Modal Usaha Barokah) Adalah fasilitas pembiayaan modal kerja bagi anggota yang mempunyai usaha mikro dan kecil
4. UGT MTA (Multi Guna Tanpa Agunan) Adalah Fasilitas pembiayaan tanpa agunan untuk memenuhi kebutuhan anggota.
5. UGT KBB (Kendaraan Bermotor Barokah) Adalah merupakan fasilitas pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor.
6. UGT PBE (Pembelian Barang Elektronik) Adalah fasilitas pembiayaan yang ditujukan untuk pembelian barang elektronik.
7. UGT PKH (Pembiayaan Kafalah Haji) UGT PKH adalah fasilitas pembiayaan konsumtif bagi anggota untuk memenuhi kebutuhan kekurangan setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh Kementerian Agama, untuk mendapatkan nomor seat porsi haji.
8. UGT MJB (Multi Jasa Barokah) UGT MJB adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada anggota untuk kebutuhan jasa dengan agunan berupa fixed asset atau kendaraan bermotor selama jasa dimaksud tidak

bertentangan dengan undang-undang/hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan Syariah Islam.

9. UGT MGB (Multi Griya Barokah) UGT MGB adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer) atau membangun rumah atau renovasi rumah.
10. UGT MPB (Modal Pertanian Barokah) UGT MPB adalah fasilitas pembiayaan untuk modal usaha pertanian.

3.2 Pelaksanaan Penelitian

Tabel 3.1
Pelaksanaan Penelitian

NO	Keterangan	Oktober				November				Desember				Januari				
		Minggu-ke	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Tahap Pra-Lapangan																	
2	Pengerjaan Lapangan																	
3	Tahap Analisis Data																	
4	Tahap Pelaporan																	

Sumber: Data diolah sendiri

Tabel diatas merupakan jadwal penelitian yang dilaksanakan melalui wawancara dengan customer service berjenis kelamin laki-laki yang bernama Alfian Rosidi sebagai Account Officer dan AM. Muhtar sebagai Kepala Cabang Pembantu.

Penelitian ini dilaksanakan agar bisa mendapatkan informasi mengenai Baitul Maal Wa Tamwil UGT Sidogiri Capem Jember Kota, lebih tepatnya tentang Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah. Fokus dalam penelitian ini adalah seorang *customer service* yang dimana dia merupakan salah satu petugas yang berperan dalam memberikan sebuah pelayanan baik dalam memuaskan nasabah ataupun hal lainnya.

3.3 Hasil Temuan

Berdasarkan hasil temuan yang sudah dilakukan dalam memperoleh data, peneliti berupaya untuk mendapatkan informasi dari sebuah wawancara dengan pihak Baitul Maal Wa Tamwil UGT Sidogiri Capem Jember Kota, supaya peneliti bisa mendapatkan informasi yang diinginkan untuk menjawab tujuan dari penelitian

3.3.1 Hasil Wawancara

Menurut (Ade Heryana) jumlah informan pada penelitian kualitatif bersifat fleksibel berdasarkan syarat kecukupan dan kesesuaian. Pada beberapa kasus dibutuhkan hanya 1 informan saja. Peneliti dapat menambah, mengurangi, bahkan mengganti informan saat penelitian berlangsung tergantung pada kecukupan dan kesesuaian informasi. Informan yang didapatkan dalam penelitian ini sebanyak 2 orang, yaitu:

1. Alfian Rosidi yang bekerja pada bidang Account Officer
2. AM. Muhtar yang merupakan Kepala Cabang Pembantu

Setiap penelitian harus disertai dengan metode analisis data yang digunakan, supaya nantinya bisa menghasilkan suatu kesimpulan agar penyajian data dapat terarah dan benar. Wawancara dilakukan pada tanggal 15 Oktober 2023 pagi hari pukul 09.00 WIB di Baitul Maal Wa Tamwil UGT Sidogiri Capem Jember Kota.

Berikut pertanyaan dan jawaban dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti

Peneliti : Apa saja tugas dan fungsi Customer Service?

Informan : Menerima kedatangan nasabah dengan pelayanan yang baik dan menjelaskan apa yang diinginkan dan diperlukan oleh nasabah

Peneliti : Bagaimana Peran Customer Service untuk mempertahankan Nasabah agar tidak berpindah ke lembaga lain?

Informan : Caranya adalah dengan menjaga dan merawat dan memaksimalkan service excellentnya. Contoh service excellent yang di implementasikan kepada nasabah BMT UGT Sidogiri yang kebanyakan orang-orang pasar adalah dengan cara service excellent yang merujuk pada hal-hal pertemanan dan dibarengi dengan guyonan namun tetap mengutamakan dan menjaga akhlakul karimah serta harus supel kepada nasabah, dengan mengerti kondisi nsabah, apabila nasabah tersebut suka bergurau maka petugas juga harus menyesuaikan dan jika nasabahnya biasa-biasa saja maka petugas juga harus pandai menyesuaikan dalam keadaan apapun dan memahami karakter nasabah selain karakter supel yang harus dikedepankan peran petugas yang amanah juga diperlukan dan dipertahankan, selain ke tiga factor tersebut kerapian dan good looking(penampilan) juga harus diperhatikan.

Peneliti : Bagaimana Peran Customer Service untuk mendapatkan Nasabah Baru?

Informan : Cara untuk mendapatkan nasabah baru yaitu dengan cara menerapkan ilmu marketing adalah ilmu yang fokusnya menjual produk. Serta menerapkan system marketing mulut ke mulut yang fungsinya jika ada nasabah yang sudah didapatkan, maka nasabah tersebut dapat dibuat sarana marketing mulut ke mulut kepada orang-orang yang belum menjadi nasabah

Peneliti : Kemudahan-kemudahan apa saja yang diberikan Customer Service kepada nasabah?

Informan : Kemudahan yang diberikan adalah dengan memberikan yang terbaik yang sekiranya membuat nasabah itu tidak terlalu pusing dan jelimet terhadap teknis pelaksanaan transaksi yang dilakukan. Serta menggunakan system Jemput Bola dimana kita dari pihak BMT datang langsung ke masyarakat sehingga masyarakat dimudahkan dalam hal transaksi. (Kutipan Wawancara Alfan Rosidi, 15 Oktober 2023)

Kunci dasar yang harus dimiliki customer service adalah pelayanan, baik secara komunikasi, penguasaan produk dan pemberian solusi kepada nasabah. Sebagaimana telah dijelaskan diatas, customer service harus supel dan mampu menyesuaikan dalam menghadapi berbagai sifat nasabah agar nantinya nama Baitul Maal Wa Tamwil UGT Sidogiri Capem Jember Kota bisa dikenal oleh masyarakat dengan citra yang baik, positif dan supel kepada nasabah.

Selanjutnya dilakukan Wawancara yang ke-2 pada tanggal 30 Oktober 2023 siang hari pukul 12.25 WIB di Baitul Maal Wa Tamwil UGT Sidogiri Capem Jember Kota.

Berikut pertanyaan dan jawaban dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti :

Peneliti : Apakah Customer Service telah menerapkan Strategi Service Excellent yang meliputi Responsiveness (cepat tanggap), competence (kompetensi), credibility (kredibilitas), contribution (kontribusi), honesty (kejujuran)?

Informan : Iya, sudah. Jadi pada BMT UGT Service Excellent memang kita utamakan terutama dalam menanggapi pengajuan untuk kredit dengan memaksimalkan 4 hari sudah cair serta kredibilitas penanganan keluhan nasabah seperti jika ada nasabah kerepotan setor tunai kepada kita maka kita menggunakan system jemput bola. Kalau

system kejujuran memang kita terapkan dari diri kita sendiri dan kita pupuk tidak hanya didalam ranah kerja namun diluar hal itu

Peneliti : Apa saja kemudahan yang diberikan terkait pelayanan kepada nasabah yang kesulitan transaksi?

*Informan : Apabila nasabah kesulitan dalam membayar kita kan menggunakan system jemput bola kepada nasabah, kita yang akan mendatangi nasabah untuk melakukan transaksi (**Kutipan Wawancara AM. Muhtar, 30 Oktober 2023**)*

BAB IV

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil temuan dan wawancara dilapangan peneliti bisa menyimpulkan sebuah informasi yang bertujuan dalam membahas rumusan masalah yang ada. Sehingga nantinya juga dapat memberikan solusi dari sebuah rumusan yang terjadi

4.1 Peran Customer Service

Peran Customer service sangat penting di dalam dunia perbankan. Tugas utama customer service adalah melayani dan memuaskan nasabah, yang artinya customer service berkomitmen untuk bisa memberikan pelayanan yang terbaik serta dapat memuaskan nasabahnya dalam hal apapun itu. Kunci dasar yang harus dimiliki customer service adalah pelayanan, baik secara komunikasi, penguasaan produk dan pemberian solusi kepada nasabah. Sebagaimana telah dijelaskan pada wawancara diatas, customer service harus supel dalam menghadapi berbagai sifat nasabah, berpenampilan yang bagus, mengutamakan akhlakul karimah serta amanah agar nantinya nama BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota bisa dikenal oleh masyarakat dengan citra yang baik, positif dan ramah. Hal ini merupakan cara atau sebuah point-point penting yang harus terus ditingkatkan kualitasnya oleh customer service.

Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah Customer Service sudah memberikan pelayanan prima (Service Excellent) yang optimal dikarenakan dalam menyelesaikan tugasnya customer service harus bisa cepat dan tanggap ketika adanya sebuah komplek atau permasalahan yang terjadi. Sehingga dengan penyelesaian kendala seperti ini nasabah bisa merasakan kepuasan terhadap layanan yang diberikan dan bisa membuat nasabah sedia untuk berkunjung kembali nantinya.

Adapun Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019:92) adalah:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidak sesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

Selain itu, Customer Service di BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota juga sudah menerapkan kriteria-kriteria yang disebutkan oleh Kasmir tentang ciri-ciri Customer yang baik, antara lain :

Peran customer service sangat krusial dalam menjaga kepuasan nasabah. Berikut adalah penjelasan mengenai peran tersebut:

1. Menyediakan Informasi yang Akurat dan Relevan

Customer service bertanggung jawab memberikan informasi yang akurat dan relevan kepada nasabah mengenai produk, layanan, dan prosedur yang ditawarkan oleh perusahaan. Ini membantu nasabah memahami apa yang mereka dapatkan dan bagaimana cara memanfaatkannya.

2. Menyelesaikan Masalah dengan Cepat dan Efektif

Nasabah sering kali menghubungi customer service ketika mereka menghadapi masalah. Customer service harus mampu menyelesaikan masalah dengan cepat dan efektif untuk mengurangi ketidaknyamanan nasabah. Respon yang cepat dan solusi yang memadai dapat meningkatkan kepuasan nasabah secara signifikan.

3. Memberikan Pengalaman yang Personal dan Ramah

Pendekatan yang personal dan ramah dalam berinteraksi dengan nasabah dapat meningkatkan rasa puas. Memahami kebutuhan unik setiap nasabah dan memberikan pelayanan yang disesuaikan dapat membuat nasabah merasa dihargai dan diperhatikan.

4. Menyediakan Dukungan Multi-Channel

Menyediakan berbagai saluran komunikasi seperti telepon, email, live chat, dan media sosial memungkinkan nasabah memilih cara yang paling nyaman bagi mereka untuk berkomunikasi. Fleksibilitas ini sangat penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

5. Memonitor dan Mengelola Umpan Balik Nasabah

Customer service harus secara aktif memonitor dan mengelola umpan balik dari nasabah. Mendengarkan keluhan, saran, dan pujian dari nasabah dapat memberikan wawasan berharga bagi perusahaan untuk meningkatkan produk dan layanan mereka.

6. Menunjukkan Empati dan Profesionalisme

Empati dalam berkomunikasi dengan nasabah dapat membangun hubungan yang lebih baik. Customer service yang menunjukkan pemahaman dan kesabaran dalam menangani masalah nasabah dapat menciptakan pengalaman yang lebih positif dan mengurangi frustrasi.

7. Melakukan Follow-Up

Melakukan follow-up setelah masalah diselesaikan atau setelah interaksi layanan dapat menunjukkan komitmen perusahaan dalam memastikan kepuasan nasabah. Ini juga memberikan kesempatan untuk menilai apakah nasabah puas dengan solusi yang diberikan.

8. Pelatihan dan Pengembangan Berkelanjutan

Customer service yang terus dilatih dan dikembangkan kemampuannya akan lebih mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Pelatihan dalam keterampilan komunikasi, pemecahan masalah, dan pengetahuan produk sangat penting untuk menjaga kualitas layanan.

9. Menjadi Jembatan Antara Nasabah dan Perusahaan

Customer service juga berperan sebagai jembatan antara nasabah dan perusahaan. Mereka harus dapat mengomunikasikan kebutuhan dan harapan nasabah kepada manajemen perusahaan untuk perbaikan layanan di masa mendatang.

BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota juga memberikan perhatian khusus kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan atau keinginan para nasabahnya dengan cara seperti kesupelannya dalam melayani, mengenal nama nasabah, dan menganggap nasabah sebagai teman sendiri serta memberikan kemudahan dengan system Jemput Bola kepada nasabah yang kesulitan bertransaksi. Menurut Kotler dan Keller (2009:138), perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut:

Dalam penelitian ini, telah dibahas secara mendalam mengenai berbagai aspek yang membentuk customer service yang baik dan bagaimana hal tersebut berdampak pada kepuasan nasabah. Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, beberapa kesimpulan utama dapat diambil:

1. **Pentingnya Keterampilan Komunikasi:** Keterampilan komunikasi yang efektif merupakan elemen dasar dari customer service yang baik. Kemampuan untuk mendengarkan dengan seksama, memberikan penjelasan yang jelas, dan berkomunikasi dengan empati adalah kunci untuk membangun hubungan yang positif dengan nasabah.
2. **Respon Cepat dan Solusi Efektif:** Customer service yang responsif dan mampu memberikan solusi efektif dalam waktu singkat sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kecepatan dalam merespon keluhan atau permintaan nasabah menciptakan pengalaman yang lebih baik dan mengurangi ketidakpuasan.
3. **Pendekatan Personal dan Ramah:** Menyediakan pelayanan yang personal dan ramah meningkatkan perasaan nasabah bahwa mereka dihargai dan diperhatikan. Pendekatan ini membantu membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap perusahaan.
4. **Pemanfaatan Teknologi:** Penggunaan teknologi dalam customer service, seperti chatbots, aplikasi mobile, dan sistem manajemen pelanggan (CRM), memungkinkan pelayanan yang lebih efisien dan akses yang lebih mudah bagi nasabah. Teknologi ini juga membantu dalam melacak dan mengelola interaksi dengan nasabah secara lebih efektif.

5. **Penyediaan Layanan Multi-Channel:** Memberikan berbagai pilihan saluran komunikasi, seperti telepon, email, live chat, dan media sosial, memberikan fleksibilitas kepada nasabah dalam memilih cara yang paling nyaman bagi mereka untuk berinteraksi. Layanan multi-channel meningkatkan kenyamanan dan kepuasan nasabah.
6. **Peningkatan Berkelanjutan Melalui Umpan Balik:** Mengelola umpan balik dari nasabah secara proaktif dan menggunakannya untuk perbaikan berkelanjutan adalah aspek penting dari customer service yang baik. Umpan balik ini memberikan wawasan berharga untuk memahami kebutuhan dan ekspektasi nasabah.
7. **Pelatihan dan Pengembangan Staf:** Investasi dalam pelatihan dan pengembangan keterampilan customer service secara berkelanjutan sangat penting untuk menjaga kualitas layanan. Staf yang terlatih dengan baik lebih mampu menangani situasi yang menantang dan memberikan pelayanan yang memuaskan.

Peran customer service adalah melayani dan memuaskan nasabah, yang artinya customer service berkomitmen untuk bisa memberikan pelayanan yang terbaik serta dapat memuaskan nasabahnya dalam hal apapun itu. Kunci dasar yang harus dimiliki customer service adalah pelayanan, baik secara komunikasi, penguasaan produk dan pemberian solusi kepada nasabah. Customer service supel dalam menghadapi berbagai sifat nasabah, berpenampilan yang bagus, mengutamakan akhlakul karimah serta amanah agar nantinya nama BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota bisa dikenal oleh masyarakat dengan citra yang baik, positif dan ramah. Hal ini merupakan cara atau sebuah point-point penting yang harus terus ditingkatkan kualitasnya oleh customer service.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian di BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota, Customer Service memberikan dampak yang secara tidak langsung dapat menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama dengan memberikan pelayanan prima, menjaga kelancaran komunikasi dan selalu menjaga silaturahmi dengan nasabah. Pelayanan yang baik menimbulkan rasa puas dan nyaman pada pelanggan, yang menjadikan pelanggan loyal terhadap perusahaan. Peran customer service dalam menjaga loyalitas pelanggan adalah memberikan kesan yang baik kepada pelanggan, berbicara dengan sopan dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

5.3 Saran

1. Saran Teoritis

- a. Peneliti menyadari bahwa masih terdapat sumber dan referensi yang berkaitan langsung dengan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya dapat menambah sumber dan referensi yang akurat terhadap pernyataan yang diajukan.
- b. Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya waktu penelitian dan pengumpulan data diperbanyak dan materi yang digunakan nantinya lebih dipahami sehingga dapat melakukan wawancara mendalam.

1. Saran Praktis

Untuk BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota agar selalu memberikan pelayanan yang lebih baik, selalu menjaga hubungan baik dengan nasabah. Untuk customer service agar tetap menjaga kualitas dan selalu memberikan pelayanan yang baik untuk nasabah, agar nasabah tetap setia kepada BMT UGT Sidogiri Capem Jember Kota.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfachrozie, Md. (2020). "Sistem Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BMT Al-Ittihad Cabang Panam Kota Pekanbaru.
- Awaluddin. (2011). Manajemen Bank Syariah. Makassar: Alauddin University Press
- Damayant, Erni. (2020). "Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan
- Feni, Rinda Yolanda. (2020). "Strategi Pelayanan Prima Customer Service Perspektif Bisnis Islam Di Bprs Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning
- Huda, Nurul dan Muhammad Heykal, Lembaga Keuangan islam. Jakarta: Kencana
- Kasmir. 2011. Etika Customer Service. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kusuma, Anang. (2020). "Strategi Pelayanan Customer Service Sebagai Fungsi Public Relations Di BMT NU Jawa Timur Kantor Cabang Sumberasih Probolinggo
- Lexy J. Moleong, Tjun Surjaman. (2007). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remadja Karya
- M. Nur Rianto Al-Arif. (2010). Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta
- Ni'mah, Winda Maulidatun. (2022). "Strategi Customer Service dalam meningkatkan kualitas pelayanan nasabah di BMT Al-Hikmah
- Putri, Nofriani. (2019). "Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat Jorong Kampung Tengah Pariaman Cabang Padang
- Rahmayanty, Nina. (2013). Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rambat Lupiyoadi. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat
- Sapitri, O., & Hendra, M. (2021). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah Di PT. BTPN Purna Bakti Kc Padang
- Sefero, Anibal. (2023). "Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di PT. Bank Perekonomian Rakyat Nusamba Rambipuji

- Soemitra, Andri. 2010 Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung:
- Supriyadi, Ahmad. 2008. Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah. Kudus: STAIN KUDUS
- Wijayanti, N. (2018). Peran Customer Service dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah di Bank Lampung Cabang Bandar Jaya (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Yulia, Ellawati. (2017). "Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu".

Lampiran dan Dokumentasi Foto

Lampiran 1

Bukti Wawancara

https://drive.google.com/drive/folders/1IpV3-qO4xK-e0QchAFli2_KQfaQsIyn5

Dokumentasi foto

