

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam industri jasa keuangan, khususnya sektor perbankan, kepuasan nasabah merupakan indikator kinerja utama yang menentukan keberhasilan suatu lembaga. Kepuasan nasabah menjadi penting karena berkontribusi langsung terhadap pembentukan loyalitas, yang selanjutnya mendukung keberlanjutan usaha dan daya saing perusahaan. Untuk mewujudkan kepuasan tersebut, kualitas pelayanan memegang peranan krusial. Kualitas pelayanan mencakup dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang mampu menciptakan pengalaman positif bagi nasabah (Mahmudah, 2019).

Selain kualitas pelayanan, kepercayaan juga menjadi faktor fundamental dalam membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. Kepercayaan terbentuk melalui konsistensi layanan serta integritas lembaga dalam memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah (Amaliyah, 2025). Dalam konteks perbankan, kepercayaan tidak hanya berkaitan dengan keamanan transaksi, tetapi juga mencerminkan kemampuan bank dalam menjaga hubungan yang saling menguntungkan. Berbagai studi menunjukkan bahwa kepercayaan berperan sebagai variabel penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap lembaga keuangan. Kepercayaan nasabah terhadap institusi juga memegang peran sentral dalam memperkuat loyalitas terhadap produk dan layanan yang digunakan.

Kepercayaan terbentuk melalui pengalaman positif yang konsisten serta integritas perusahaan dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah di berbagai sektor jasa, termasuk perbankan dan layanan publik (Abidah & Rachmat, 2025). Kepercayaan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah di berbagai sektor jasa, termasuk perbankan dan layanan publik (Abidah & Rachmat, 2025). Loyalitas nasabah sendiri tidak

hanya tercermin dari kesetiaan dalam menggunakan produk dan jasa, tetapi juga dari kesediaan nasabah untuk merekomendasikan bank kepada pihak lain. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, kepercayaan, dan loyalitas menjadi penting dalam merumuskan strategi peningkatan kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah merupakan tujuan utama dalam menjaga keberlangsungan bisnis, terutama dalam sektor jasa seperti perbankan. Kepuasan tidak hanya mencerminkan keberhasilan penyedia layanan, tetapi juga mendorong terbentuknya loyalitas yang berkontribusi terhadap pertumbuhan perusahaan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang mencakup keandalan, daya tanggap, dan empati berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan dan kepuasan nasabah, yang selanjutnya berdampak pada loyalitas (Septyawati et al., 2024).

Di sisi lain, loyalitas nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan, tetapi juga oleh tingkat kepuasan yang dirasakan selama proses interaksi dengan lembaga. Penelitian di bidang perbankan menunjukkan bahwa kepuasan berperan sebagai variabel intervening yang menghubungkan kualitas pelayanan dan kepercayaan dengan loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa puas cenderung melakukan penggunaan ulang layanan serta merekomendasikannya kepada orang lain (Zawawi, 2021).

Penelitian lainnya juga menegaskan bahwa peningkatan loyalitas nasabah memerlukan pendekatan terpadu yang menekankan pada kualitas pelayanan dan pembangunan kepercayaan. Pendekatan ini menjadi penting karena loyalitas tidak hanya meningkatkan retensi nasabah, tetapi juga menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di tengah persaingan industri yang semakin ketat (Septyawati et al., 2024).

Mengingat peran strategis kualitas pelayanan dan kepercayaan dalam mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah, penelitian ini berupaya untuk menganalisis secara lebih mendalam keterkaitan antar variabel tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen jasa serta memberikan rekomendasi praktis

bagi perbankan dalam meningkatkan kualitas layanan dan hubungan dengan nasabah.

Namun demikian, meskipun berbagai penelitian telah mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas nasabah, masih terdapat celah penelitian yang perlu diisi. Pertama, sebagian besar penelitian hanya menyoroti hubungan langsung antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah tanpa mempertimbangkan peran kepercayaan sebagai variabel mediator (Diddo Adding Adobe et al., 2024). Kedua, meskipun loyalitas sering diposisikan sebagai hasil dari kepuasan, penelitian yang mengintegrasikan ketiga variabel tersebut dalam satu model komprehensif masih terbatas, khususnya dalam konteks perbankan Indonesia.

Ketiga, mayoritas penelitian sebelumnya dilakukan pada bank konvensional atau sektor jasa non-bank, sehingga masih diperlukan kajian yang lebih mendalam dalam konteks perbankan syariah. Perbedaan karakteristik dan preferensi nasabah antara bank syariah dan bank konvensional menunjukkan adanya kebutuhan untuk memahami secara spesifik bagaimana kualitas pelayanan, kepercayaan, dan loyalitas berinteraksi dalam membentuk kepuasan nasabah (Fertika Puspita Dewi, Bobi Rachman, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah-celah tersebut dengan mengintegrasikan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan loyalitas dalam satu model komprehensif untuk menganalisis dampaknya terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori di bidang manajemen jasa serta memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan kinerja bank syariah di Indonesia.

Meskipun terdapat beberapa penelitian yang mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, serta antara kepuasan dan loyalitas nasabah, namun sedikit sekali yang secara khusus meneliti pengaruh ketiga factor kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan secara bersamaan dalam konteks bank syariah. Penelitian yang ada lebih banyak berfokus pada sektor perbankan konvensional dan cenderung mengabaikan perbedaan

karakteristik antara bank syariah dan bank konvensional dalam membangun loyalitas nasabah. Selain itu, meskipun hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sudah banyak dibahas, pengaruh langsung dan tidak langsung dari kepercayaan nasabah dalam membentuk loyalitas nasabah belum banyak dieksplorasi, khususnya dalam konteks bank syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menggali dan memahami secara mendalam bagaimana kualitas pelayanan, kepercayaan, dan loyalitas mempengaruhi kepuasan nasabah pada bank syariah melalui pendekatan kualitatif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa pemahaman kontekstual terhadap pengalaman dan persepsi nasabah sebagai dasar pengembangan strategi peningkatan layanan di perbankan syariah. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan nasabah BMT yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah yang mengutamakan hubungan yang saling menguntungkan, jujur, dan transparan.

Salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang banyak berperan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat adalah BMT, termasuk BMT Gunungjati Cirebon yang beroperasi di tingkat lokal. BMT menyediakan berbagai layanan keuangan berbasis akad syariah yang diharapkan menjadi alternatif bagi masyarakat yang menginginkan sistem keuangan yang selaras dengan nilai dan ketentuan Islam.

Hasil penelitian pada lembaga keuangan mikro syariah di wilayah Jawa Barat menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, dan citra lembaga berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap peningkatan loyalitas nasabah. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya memberikan pengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan nasabah, tetapi juga memiliki dampak tidak langsung dalam membangun loyalitas jangka panjang. Loyalitas ini menjadi faktor kunci bagi keberlanjutan dan stabilitas operasional BMT sebagai lembaga keuangan mikro berbasis syariah (Fertika Puspita Dewi, Bobi Rachman, 2024).

Baitul Maal wat Tamwil merupakan salah satu bentuk lembaga keuangan mikro syariah yang mengalami perkembangan signifikan serta berkontribusi penting dalam penguatan ekonomi syariah nasional. Dalam operasionalnya, BMT memadukan fungsi sosial melalui Baitul Maal dan fungsi komersial melalui Baitul Tamwil dengan orientasi pada pemberdayaan usaha mikro. Meskipun memiliki karakteristik fleksibel dan mampu menyesuaikan dengan kearifan lokal, perkembangan BMT masih dihadapkan pada berbagai kendala, seperti persaingan yang semakin kompetitif, tumpang tindih regulasi, serta lemahnya sistem pendataan. Hingga tahun 2022, tercatat sekitar 1.070 BMT yang beroperasi di Indonesia dengan pengawasan yang berada di bawah Kementerian Koperasi dan UKM serta Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Meskipun BMT telah tersebar luas di berbagai daerah, lembaga keuangan syariah masih kerap menghadapi tantangan berupa rendahnya tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah. Kondisi tersebut dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah, memanfaatkan layanan secara berkelanjutan, serta mempertahankan loyalitas mereka terhadap lembaga. Oleh sebab itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap layanan keuangan syariah, khususnya pada BMT Gunungjati Cirebon.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa "kualitas layanan" dan "kepercayaan" merupakan variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah, baik pada lembaga perbankan syariah maupun BMT. Sebagai ilustrasi, hasil penelitian di BMT Darul Falah Cukir mengungkapkan bahwa kualitas layanan berbasis prinsip syariah dan tingkat kepercayaan nasabah berkontribusi secara positif terhadap peningkatan kepuasan nasabah (Faidlussalam et al., 2025).

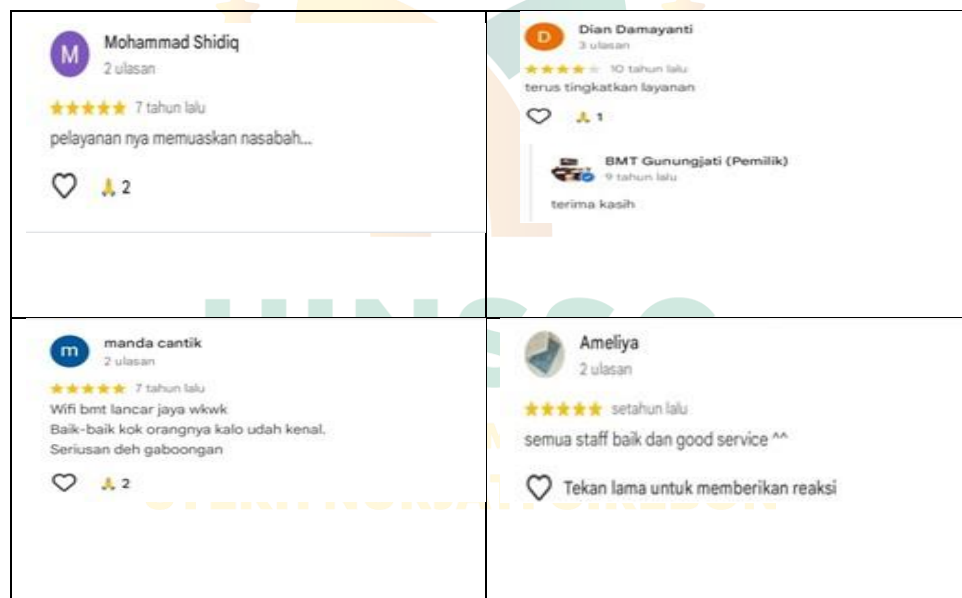
Seiring dengan meningkatnya jumlah lembaga keuangan mikro syariah, tingkat persaingan antar lembaga tersebut juga semakin ketat. Setiap BMT dituntut untuk mampu mempertahankan keberlangsungan usaha dan kepercayaan masyarakat. Keberhasilan BMT tidak hanya diukur dari jumlah

nasabah yang dimiliki, tetapi juga dari kemampuan lembaga tersebut dalam membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah. Dalam konteks ini, kepercayaan dan loyalitas nasabah menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan operasional BMT.

BMT Gunungjati Cirebon sebagai salah satu lembaga keuangan mikro syariah di wilayah Cirebon menghadapi tantangan yang sama. Untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan serta loyalitas nasabah, BMT Gunungjati Cirebon melakukan berbagai upaya strategis, seperti peningkatan kualitas pelayanan, pengembangan produk sesuai kebutuhan nasabah, serta pendekatan personal yang lebih intensif kepada masyarakat. Upaya-upaya tersebut diharapkan mampu menciptakan kepuasan nasabah yang pada akhirnya memperkuat kepercayaan dan loyalitas mereka terhadap BMT.

Gambar 1.1

Kepuasan Nasabah dari pelayanan di BMT Gunungjati Cirebon



Sumber: Ulasan penilain di Google Maps

Berdasarkan hasil penilaian nasabah, layanan yang diberikan oleh BMT Gunungjati Cirebon dinilai cukup memudahkan dalam memenuhi kebutuhan pembiayaan dan transaksi keuangan, meskipun pelaksanaannya belum sepenuhnya optimal. Beberapa nasabah mengungkapkan bahwa proses pelayanan, khususnya pada tahapan

administrasi dan pencairan pembiayaan, masih memerlukan waktu yang relatif lebih lama dari harapan. Namun demikian, sikap ramah, amanah, dan profesionalisme karyawan dinilai mampu menciptakan rasa nyaman dan kepercayaan yang tinggi. Kepercayaan tersebut tercermin dari loyalitas nasabah yang tetap bertahan menggunakan layanan BMT Gunungjati Cirebon meskipun terdapat tawaran pembiayaan dari lembaga keuangan lain. Selain itu, tidak adanya biaya tambahan yang signifikan pada tahap survey usaha menjadi nilai tambah yang memperkuat citra positif BMT di mata masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi awal dan ulasan nasabah pada Google Maps, pelayanan yang diberikan oleh BMT Gunungjati Cirebon dinilai cukup baik dan membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pembiayaan. Sikap ramah, sopan, dan profesionalisme karyawan mampu menciptakan rasa nyaman bagi nasabah. Nasabah juga menilai bahwa pelayanan yang diberikan cukup transparan dan tidak memberatkan masyarakat, terutama dalam proses survei usaha yang tidak dikenakan biaya tambahan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa BMT Gunungjati Cirebon telah berupaya menerapkan prinsip pelayanan syariah yang mengutamakan kejujuran dan kebermanfaatan sosial.

Namun demikian, berdasarkan hasil observasi dan beberapa tanggapan nasabah, masih terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh BMT Gunungjati Cirebon dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Salah satu permasalahan yang cukup sering dikeluhkan adalah lamanya proses administrasi dan pencairan pembiayaan. Beberapa nasabah menilai bahwa proses pengajuan pembiayaan memerlukan waktu yang cukup panjang karena tahapan administrasi, survei usaha, hingga pencairan dana harus melalui beberapa prosedur internal. Kondisi ini menyebabkan sebagian nasabah merasa kurang puas, terutama bagi nasabah yang membutuhkan dana dalam waktu cepat untuk kebutuhan usaha maupun kebutuhan mendesak lainnya.

Selain itu, keterbatasan jumlah sumber daya manusia juga menjadi kendala dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Jumlah karyawan yang terbatas menyebabkan pelayanan terkadang kurang maksimal ketika jumlah nasabah meningkat. Kondisi tersebut berdampak pada waktu tunggu pelayanan yang lebih lama dan keterlambatan dalam merespon kebutuhan nasabah. Tidak hanya itu, kemampuan penguasaan teknologi informasi yang masih terbatas juga menjadi hambatan dalam meningkatkan efektivitas pelayanan kepada nasabah.

Permasalahan lainnya terlihat pada fasilitas pelayanan yang masih perlu ditingkatkan. Beberapa nasabah menilai bahwa ruang pelayanan dan fasilitas pendukung belum sepenuhnya memadai untuk memberikan kenyamanan optimal kepada nasabah. Selain itu, sistem pelayanan yang masih dilakukan secara manual pada beberapa proses administrasi menyebabkan pelayanan menjadi kurang efisien dibandingkan lembaga keuangan lain yang telah menggunakan sistem digital secara lebih optimal.

Di sisi lain, tingkat persaingan dengan bank syariah, koperasi simpan pinjam, dan lembaga pembiayaan lainnya juga menjadi tantangan besar bagi BMT Gunungjati Cirebon. Saat ini masyarakat cenderung memilih lembaga keuangan yang mampu memberikan pelayanan cepat, mudah, serta berbasis teknologi digital. Apabila BMT Gunungjati Cirebon tidak mampu mengikuti perkembangan tersebut, maka dikhawatirkan akan mempengaruhi tingkat kepercayaan dan loyalitas nasabah, khususnya dari kalangan masyarakat muda dan pelaku usaha modern yang membutuhkan pelayanan serba cepat.

Selain tantangan pelayanan, BMT Gunungjati Cirebon juga menghadapi permasalahan terkait pemahaman masyarakat terhadap produk dan sistem keuangan syariah. Sebagian masyarakat masih belum memahami secara menyeluruh mengenai akad syariah, sistem bagi hasil, maupun perbedaan antara pembiayaan syariah dan kredit konvensional. Kurangnya pemahaman tersebut terkadang menyebabkan masyarakat

ragu untuk menggunakan layanan BMT sehingga mempengaruhi tingkat kepercayaan terhadap lembaga.

Meskipun demikian, BMT Gunungjati Cirebon tetap memiliki keunggulan dalam membangun hubungan personal dengan nasabah. Pendekatan kekeluargaan, komunikasi yang baik, serta sikap amanah yang ditunjukkan oleh karyawan menjadi faktor penting yang membuat nasabah tetap loyal menggunakan layanan BMT. Kepercayaan yang telah terbentuk tersebut menjadi modal penting bagi BMT Gunungjati Cirebon untuk mempertahankan keberlangsungan lembaga di tengah persaingan yang semakin ketat.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah memiliki hubungan yang erat dalam membentuk loyalitas nasabah. Akan tetapi, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak dilakukan pada sektor perbankan konvensional dan belum banyak membahas secara spesifik strategi membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah pada lembaga keuangan mikro syariah, khususnya BMT. Selain itu, penelitian yang mengkaji faktor pendukung dan penghambat loyalitas nasabah pada BMT masih relatif terbatas.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan oleh BMT Gunungjati Cirebon dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah, faktor-faktor yang mendukung dan menghambat loyalitas nasabah, serta upaya peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh lembaga. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen jasa dan lembaga keuangan syariah, serta memberikan manfaat praktis bagi BMT Gunungjati Cirebon dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan loyalitas nasabah.

Namun demikian, di balik adanya keterbatasan tersebut, sikap ramah, amanah, dan profesionalisme karyawan dinilai mampu menciptakan rasa nyaman dan kepercayaan yang tinggi di kalangan

nasabah. Interaksi yang terjalin antara pegawai dan nasabah tidak hanya bersifat formal, tetapi juga mencerminkan pendekatan yang humanis dan kekeluargaan. Hal ini menjadi salah satu faktor penting yang membuat nasabah tetap bertahan dan merasa loyal terhadap lembaga. Kepercayaan tersebut tercermin dari loyalitas nasabah yang tetap menggunakan layanan BMT Gunungjati Cirebon meskipun terdapat tawaran pembiayaan dari lembaga keuangan lain yang mungkin menawarkan kecepatan atau kemudahan yang berbeda.

Selain itu, tidak adanya biaya tambahan yang signifikan pada tahap survei usaha menjadi nilai tambah yang memperkuat citra positif BMT di mata masyarakat. Kebijakan ini memberikan kesan bahwa BMT Gunungjati Cirebon lebih berorientasi pada pemberdayaan masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro dan kecil, dibandingkan semata-mata mencari keuntungan. Hal ini sejalan dengan prinsip lembaga keuangan syariah yang mengedepankan keadilan, transparansi, dan kebermanfaatn sosial dalam setiap aktivitas operasionalnya. Dengan demikian, aspek ini turut memperkuat persepsi positif nasabah terhadap lembaga.

Secara umum, kualitas pelayanan yang dimiliki BMT Gunungjati Cirebon mencerminkan upaya lembaga dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Namun, masih diperlukan perbaikan yang lebih berfokus, terutama dalam percepatan proses pelayanan dan peningkatan aksesibilitas fasilitas agar pelayanan dapat berjalan lebih efektif dan efisien di masa mendatang. Hal ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan kualitas layanan di BMT Gunungjati Cirebon perlu terus dikembangkan secara berkelanjutan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Roihan, Abdul Kadir, Suhdi, 2025) yang menyimpulkan bahwa BMT-NU Jatim Cabang Pakong menerapkan strategi peningkatan kualitas pelayanan melalui penguatan kompetensi daya manusia, peningkatan sikap ramah dan responsif karyawan, serta perbaikan sistem pelayanan agar lebih cepat dan akurat. Pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan nasabah terbukti mampu

menciptakan kenyamanan dan meningkatkan kepercayaan terhadap lembaga.

Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa BMT Insan Mulia Palembang menerapkan strategi pemasaran berbasis nilai-nilai syariah, pendekatan personal, serta pelayanan prima untuk meningkatkan loyalitas anggota, antara lain melalui strategi jemput bola, komunikasi intensif, serta penyediaan produk pembiayaan yang fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan usaha mikro.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi BMT Gunungjati Cirebon dalam mengembangkan lembaga secara berkelanjutan. Temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam merumuskan strategi peningkatan mutu pelayanan kepada anggota. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan dalam penyusunan kebijakan yang mendukung kemajuan dan daya saing BMT Gunungjati Cirebon di masa mendatang.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti kepuasan nasabah dalam proses pelayanan pembiayaan yang ada di BMT Gunungjati. Kemudian nasabah memaknai pengalaman mereka selama berinteraksi dengan BMT Gunungjati. Serta tanggapan terhadap proses terbentuknya kepercayaan dan loyalitas nasabah di BMT Gunungjati. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan masukan terhadap manajemen BMT Gunungjati mengenai bagaimana strategi yang paling efektif untuk mendorong kepuasan nasabah dalam pelayanan yang ada di BMT Gunungjati. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Strategi Membangun Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah di BMT Gunungjati Cirebon”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah mengenai kepercayaan dan loyalitas nasabah BMT Gunungjati Cirebon yang ada antara lain:

1. Kepercayaan nasabah terhadap BMT Gunungjati Cirebon belum terbentuk secara optimal, khususnya dalam aspek transparansi dan konsistensi penerapan prinsip syariah.
2. Masih terdapat perbedaan persepsi nasabah terkait kepatuhan syariah, terutama mengenai akad dan sistem bagi hasil.
3. Transparansi informasi produk dan pembagian hasil belum optimal sehingga menurunkan tingkat kepercayaan nasabah.
4. Kualitas pelayanan belum merata, baik dari sisi kompetensi pegawai, kecepatan layanan, maupun penanganan keluhan.
5. Loyalitas nasabah belum optimal yang tercermin dari fluktuasi jumlah anggota dan rendahnya retensi jangka panjang.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dibatasi yakni untuk mengetahui strategi yang diterapkan oleh BMT Gunungjati dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah. Fokus penelitian hanya mencakup aspek kualitas pelayanan transparansi pengelolaan dana, serta penerapan prinsip-prinsip syariah dalam operasional lembaga. Subjek penelitian dibatasi pada pengelola dan nasabah aktif BMT Gunungjati Cirebon. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada kondisi dan praktik operasional BMT Gunungjati Cirebon pada periode penelitian berlangsung.

D. Rumusan Masalah

1. Apa saja strategi dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah di BMT Gunung jati?
2. Apa saja faktor yang meningkatkan kepercayaan dan loyalitas

nasabah di BMT Gunungjati?

3. Apa saja faktor-faktor yang menghambat kepercayaan dan loyalitas nasabah di BMT Gunungjati?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi BMT Gunungjati Cirebon dalam membangun kepercayaan nasabah
2. Untuk mengetahui strategi Gunungjati Cirebon dalam meningkatkan loyalitas nasabah.
3. Untuk menganalisis strategi yang diterapkan di BMT Gunungjati Cirebon dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan serta manfaat teoritis dan ilmiah pada hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai perilaku nasabah, dalam konteks lembaga keuangan mikro syariah seperti BMT di Gunung Jati Cirebon, yang hingga kini masih tergolong minim perhatian penelitian dibandingkan dengan lembaga perbankan syariah.

2. Secara Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperluas serta memperdalam pengetahuan aktivis akademik, baik pengajar maupun mahasiswa yang berada dalam ruang lingkup kajian mengenai topik penelitian yang diangkat.

3. Secara Praktis

Bagi para pengguna pembiayaan khususnya BMT Gunungjati Cirebon, hasil penelitian ini di harapkan mampu menjadi bahan evaluasi bagi BMT Gunungjati Cirebon dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah serta mengoptimalkan pelayanan

sesuai kebutuhan anggotanya.

G. Metode Penelitian

Pada bab ini, penulis menjelaskan secara detail bagaimana penelitian dilakukan. Diawali dengan pemaparan kondisi objektif dari lokasi atau subjek penelitian. Selanjutnya, dijelaskan data dan sumber data yang akan digunakan, baik primer maupun sekunder. Terakhir, bab ini menguraikan secara rinci teknik pengumpulan data yang diterapkan, seperti wawancara, observasi, atau kuesioner, untuk memastikan data yang diperoleh valid dan kredibel.

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu merupakan tempat dilakukannya penelitian dan pengumpulan data yang diperlukan terkait dengan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti melakukan survey di BMT Gunungjati Cirebon.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif menitikberatkan pada pemahaman yang mendalam melalui data yang bersifat deskriptif dan naratif. Data tersebut umumnya diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang mencerminkan pengalaman subjektif individu maupun kelompok (Fahriana et al, 2025).

Pendekatan ini dipilih karena dinilai tepat untuk menggali secara mendalam proses, strategi, serta dinamika BMT Gunungjati Cirebon dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah. Penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman fenomena sosial dari perspektif nasabah dan pihak BMT yang terlibat secara langsung, sehingga relevan untuk menjelaskan bagaimana strategi tersebut diterapkan serta bagaimana dampaknya terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Jenis penelitian kualitatif deskriptif dalam studi ini difokuskan pada strategi BMT Gunungjati Cirebon dalam membangun

kepercayaan dan loyalitas nasabah. Metode ini digunakan untuk memahami secara mendalam subjek dan objek penelitian, yaitu nasabah dan pihak BMT, berdasarkan fakta yang terjadi secara apa adanya. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai implementasi strategi, realitas sosial yang terjadi, serta persepsi nasabah terhadap upaya BMT dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas. Dengan demikian, peneliti berupaya memahami dan menggambarkan pengalaman serta pandangan nasabah dan pihak BMT secara menyeluruh.

H. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan salah satu yang sangat penting bagi sebuah penelitian sehingga data yang diperoleh benar-benar sesuai dengan judul yang ditentukan. Agar hasil yang diperoleh dalam penelitian ini benar benar data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan, maka metode pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini meliputi metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

a. Observasi

Menurut (Nur et al., 2026) Observasi adalah kegiatan mengamati suatu objek secara langsung di lapangan. Dalam pelaksanaannya, observasi biasanya menggunakan alat bantu atau instrumen yang telah disusun sebelumnya. Selama proses pengamatan, peneliti cenderung bersikap pasif, yaitu hanya mengamati tanpa ikut terlibat secara langsung.

Hal-hal yang dapat diamati meliputi berbagai aspek, seperti karakteristik individu (misalnya cara berpakaian, gerak tubuh, dan ekspresi nonverbal), interaksi antarindividu, aktivitas atau tindakan yang dilakukan, serta kondisi lingkungan fisik di sekitarnya.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi langsung di lapangan pada BMT Gunungjati Cirebon. Observasi dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan selama jangka waktu satu bulan, dengan tujuan untuk memperoleh

data yang akurat mengenai penerapan strategi untuk meningkatkan mutu pelayanan di BMT Gunungjati Cirebon terhadap tingkat kepuasan nasabah.

b. Wawancara

Wawancara menjadi salah satu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara merupakan komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari Responden yang terkait. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka antara pewawancara dengan narasumber, di mana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, untuk melengkapi data yang diperoleh dari observasi dan wawancara maka digunakan dokumentasi sebagai salah satu metode pengumpulan data. Dokumentasi berfungsi untuk melihat catatan peristiwa yang telah berlalu secara kontekstual terkait strategi optimalisasi kualitas layanan di BMT Gunungjati serta kepuasan nasabah yang dihasilkan untuk menjaga agar tetap setia dan loyal terhadap BMT Gunungjati.

Data dokumentasi yang dikumpulkan meliputi berbagai dokumen resmi dan non-resmi yang berkaitan dengan topik penelitian, antara foto saat wawancara dengan karyawan yang terlibat dalam proses transaksi, foto saat melakukan layanan, foto ruang operasional, serta struktur kepengurusan BMT Gunungjati dan dokumentasi lainnya yang relevan dengan topik penelitian yang dapat memperkuat analisis objek pembahasan di penelitian ini.

d. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif merupakan proses sistematis mencari dan menyusun data dari wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori untuk memudahkan pemahaman. Teknik pengumpulan data yang di lakukan

peneliti menggunakan Triangulasi sumber. Triangulasi sumber meliputi observasi, wawancara mendalam, dokumentasi dan triangulasi untuk meningkatkan validitas, Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Agmeliani et al., 2025).

a. Triangulasi Sumber

Untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

b. Triangulasi Teknik

Untuk menguji kredibilitas dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

c. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel.

I. Sistematika Penulisan

Pada sistematika penelitian, peneliti akan sedikit menguraikan tentang gambaran pokok pembahasan yang akan disusun dalam sebuah laporan penelitian secara sistematis. Penelitian terdiri dari lima bab dan masing-masing mengandung beberapa sub bab.

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada Bab ini diuraikan secara garis besar permasalahan penelitian yang menjadi latar, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, dan manfaat masalah.

BAB II: KAJIAN TEORI

Bab ini berisi tentang kerangka teori penelitian. Di dalamnya, dibahas landasan teori yang relevan dari berbagai sumber untuk mendukung argumen yang dibangun. Bagian ini juga memuat literatur review dari

penelitian-penelitian sebelumnya yang sejenis, yang membantu peneliti memetakan posisi penelitiannya. Semua ini kemudian dirangkum dalam kerangka pemikiran yang menjelaskan hubungan antar variabel dan konsep yang digunakan dalam penelitian.

BAB III: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Pada bab ini, Menjelaskan profil BMT Gunungjati Cirebon, sejarah, struktur organisasi serta produk dan layanan yang disediakan

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini adalah inti dari skripsi. Di dalamnya, hasil penelitian disajikan berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Selanjutnya, dilakukan pembahasan mendalam untuk mengupas hasil tersebut, di mana hasil wawancara dianalisis dan dihubungkan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan di Bab sebelumnya.

BAB V: PENUTUP

Sebagai bab terakhir, bab ini merangkum seluruh penelitian. Isinya adalah kesimpulan yang ringkas dan padat dari seluruh hasil penelitian. Selain itu, bab ini juga memberikan saran yang relevan dan konstruktif, baik untuk penelitian selanjutnya maupun untuk pihak-pihak yang terkait dengan hasil penelitian.