

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era persaingan industri keuangan yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi faktor penentu keberhasilan lembaga keuangan, termasuk lembaga keuangan mikro syariah. Perbankan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang konsisten sebagai alternatif layanan keuangan berbasis prinsip syariah, di mana industri perbankan memiliki peran penting dalam perekonomian dengan cara menyediakan dan menyalurkan dana untuk mendukung pembangunan ekonomi masyarakat merupakan langkah yang dilakukan perbankan. Dengan demikian, pengaruh perbankan sangat menentukan aktivitas ekonomi negara, di mana semakin maju negara tersebut semakin besar pula peranan perbankan dalam mengendalikan ekonomi negara tersebut (Sangi et al., 2022).

Dalam beberapa tahun terakhir, industri jasa keuangan syariah nasional menunjukkan perkembangan yang semakin positif dan menjadi salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), per Desember 2025 total aset keuangan syariah di Indonesia mencapai Rp3.131,02 triliun dengan pertumbuhan 8,56% (yoy), sementara aset perbankan syariah mencapai Rp1.067,73 triliun. Pertumbuhan ini mencerminkan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk keuangan yang sesuai syariah. Perkembangan positif ini memperlihatkan bahwa industri keuangan syariah tidak hanya berkontribusi secara signifikan terhadap perekonomian nasional, tetapi juga menunjukkan potensi yang menjanjikan dalam menjawab kebutuhan layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai agama dan prinsip syariah (OJK, 2025).

Sejalan dengan pertumbuhan tersebut, lembaga keuangan syariah muncul sebagai solusi bagi masyarakat muslim dengan menerapkan prinsip, asas, dan peran yang berbeda dari lembaga keuangan konvensional, sehingga bisa menjadi alternatif bagi masyarakat muslim untuk digunakan sebagai jasa keuangan. Kehadiran perbankan syariah di Indonesia telah diperkuat secara yuridis melalui

UU No. 21 Tahun 2008, yang mengatur operasional berdasarkan akad mudharabah dan musyarakah dengan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*) yang membedakan dari perbankan konvensional (Firdausiah, 2023).

Lembaga jasa keuangan syariah tidak semata-mata berfokus pada keuntungan, tetapi lebih kepada kemanfaatan bersama dan kerja sama yang adil melalui skema bagi hasil (Fadilah et al., 2025). Dengan menerapkan fondasi yang telah ada sejak zaman Rasulullah SAW., ekonomi syariah sudah banyak berkembang hingga tingkat internasional. Tidak terlepas dari itu di Indonesia juga mengalami perkembangan yang pesat pada sektor industri keuangan syariah, dengan jaminan kemudahan bagi semua pengguna baik masyarakat ekonomi menengah sampai bawah memunculkan banyak transaksi syariah di masyarakat umum. Di antara transaksi tersebut, *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) menjadi salah satu lembaga kunci pada industri keuangan secara pelaksanaan yang berbasis syariah yang didasarkan pada ketentuan dalam Al-Qur'an dan Hadits, sehingga memungkinkan praktisi bisnis mengerti hak serta kewajibannya untuk membentuk perilaku usaha yang berkeadilan, seimbang, berkesinambungan dan inovatif serta dijamin oleh kepastian hukum yang berlaku di Indonesia (Sudjana & Rizkison, 2020).

Sistem keuangan di Indonesia terdiri dari lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan non-bank. *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) merupakan lembaga keuangan mikro (LKM) yang berbentuk koperasi atau perseroan terbatas sehingga disebut sebagai lembaga non-bank. Secara kelembagaan, BMT merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang beroperasi sebagai koperasi syariah simpan pinjam (KSPPS), sehingga dalam aspek kelembagaan berada di bawah pembinaan Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, hal ini menunjukkan bahwa BMT tidak hanya berfungsi sebagai lembaga keuangan mikro syariah tetapi juga sebagai bagian dari sistem perkoperasian nasional, berdasarkan UU No. 25 tahun 2022, yang mengatur BMT untuk menerapkan prinsip syariah (Ghufron & Dewi, 2023).

Peningkatan pertumbuhan BMT dari tahun ke tahun menjadi isu strategis yang penting di dalam industri keuangan syariah, berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, aset koperasi termasuk BMT

di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang relatif konsisten dalam beberapa tahun terakhir.



Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM

Gambar 1.1
Pertumbuhan Aset Koperasi di Indonesia

Pertumbuhan aset koperasi menunjukkan pola yang meningkat secara bertahap dari tahun ke tahun. Kenaikan ini mengindikasikan bahwa koperasi semakin berkembang baik dari sisi skala usaha maupun kemampuan dalam menghimpun dan mengelola dana. Termasuk koperasi syariah dan BMT, dengan meningkatnya aset juga tidak terlepas dari berbagai kebijakan pemerintah dalam mendorong penguatan sektor koperasi dan UMKM, termasuk melalui program pembinaan, serta peningkatan akses terhadap pembiayaan. Selain itu, perubahan perilaku masyarakat yang semakin terbuka terhadap lembaga keuangan non-bank turut menjadi pendukung pertumbuhan koperasi dan BMT di Indonesia (Politik, 2025). seiring dengan pertumbuhan aset koperasi dan BMT, meningkatnya jumlah nasabah yang mulai percaya bertransaksi melalui BMT pun tidak bisa dihindari, sehingga ketergantungan bisnis pada nasabah sebagai pendapatan utama menjadikan peran mereka sentral dalam menghasilkan keuntungan (Dewi et al., 2024).

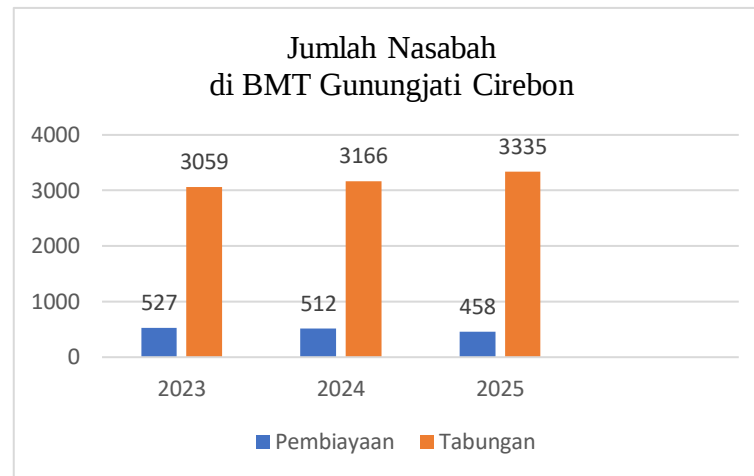
Nasabah menjadi sumber pendapatan utama bagi setiap bisnis jasa keuangan yang dijalankan. Kepuasan nasabah mendatangkan berbagai manfaat bagi bisnis jasa di antaranya meningkatnya volume simpanan, pengurangan biaya operasional dan pemasaran, serta ekspansi pendapatan secara keseluruhan. Perusahaan yang

berhasil dalam memberikan kepuasan nasabah dari produk dan layanannya ini mampu meningkatkan kinerja perusahaan secara signifikan, karena nasabah yang telah mendapat kepuasan dalam pelayanan suatu jasa cenderung tidak mencari informasi penyedia jasa lain, sehingga mengurangi risiko perpindahan ke kompetitor (Juniwati & Rivanda, 2023).

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkatan keunggulan yang diantisipasi dan dikendalikan secara konsisten untuk memenuhi harapan nasabah. Kepuasan nasabah merujuk pada respons emosional terhadap tingkat pemenuhan kebutuhan, yakni penilaian produk, jasa atau layanan secara keseluruhan memberikan pengalaman yang memuaskan sesuai dengan keinginan nasabah (Sundari et al., 2020). Kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh efisiensi layanan, tetapi juga oleh persepsi kesesuaian prinsip syariah dari setiap transaksi. Studi terbaru menegaskan bahwa integrasi kualitas layanan dan kepatuhan syariah menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan yang berkelanjutan (Aprianti & Mu'Arrif, 2025). Demikian, kualitas pelayanan harus dipahami keseluruhan kombinasi antara aspek teknis layanan dan nilai normatif yang mendasarinya.

Upaya BMT sebagai lembaga keuangan syariah dalam meningkatkan kualitas pelayanannya untuk menciptakan daya tarik tersendiri bagi nasabah adalah dengan menentukan pilihan transaksi yang bermanfaat dan menguntungkan. Nasabah akan menggunakan jasa perusahaan tersebut karena mereka yakin perusahaan tersebut telah memberi manfaat bagi pelanggan yang tinggi. Namun, ada saja hal yang dikeluhkan nasabah atas pelayanan yang telah diberikan, ini akan mengurangi kepuasan mereka terhadap kualitas pelayanan yang diterima berakibat dapat mengurangi keputusan mereka untuk transaksi pembiayaan atau tabungan dan pada akhirnya akan dapat menurunkan jumlah nasabah yang ada (Putera et al., 2021).

Berdasarkan data internal BMT Gunungjati Cirebon, dalam tiga tahun terakhir terlihat adanya perbedaan perkembangan antara jumlah nasabah tabungan yang meningkat setiap tahunnya dan nasabah pembiayaan yang menunjukkan penurunan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ketidakseimbangan dalam pelaksanaan fungsi intermediasi lembaga, di mana peningkatan dana yang berhasil dihimpun belum diikuti dengan optimalisasi penyaluran dana pembiayaan.



Sumber: Data Internal BMT Gunungjati Cirebon, 2026

Gambar 1.2
Jumlah Nasabah BMT Gunungjati Cirebon

Ketidakseimbangan tersebut dapat menjadi indikasi masalah kualitas pelayanan pada lini pembiayaan, seperti prosedur yang sulit, minimnya pemahaman nasabah terhadap akad syariah atau kurangnya transparansi dalam mekanisme margin dan risiko. Kondisi ini berpotensi menghambat peran BMT sebagai lembaga intermediasi efektif, di mana peningkatan tabungan seharusnya diikuti dengan aktivitas pembiayaan yang produktif.

Selaras dengan itu, dalam praktiknya masih ditemukan sejumlah kendala terkait mutu pelayanan pada BMT. Berdasarkan penelitian pendahulu melalui observasi dan wawancara, teridentifikasi ketidaksesuaian antara ekspektasi nasabah dengan realisasi layanan. Walaupun sebagian nasabah menyatakan kepuasan, keluhan muncul pada dimensi keandalan, seperti penundaan pencairan dana pembiayaan dan minimnya pemahaman nasabah terhadap akad syariah yang diterapkan (Nafsih et al., 2022). Fenomena serupa sebagaimana diungkap Nafsih, mengindikasikan kurang konsistensinya penerapan standar pelayanan dalam memenuhi harapan nasabah. Fasilitas layanan yang belum optimal dan belum merata, ditambah kurang maksimalnya sistem pendukung dalam meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas transaksi, juga berkontribusi terhadap penurunan nasabah.

Oleh karena itu, kepuasan nasabah menjadi aspek yang harus mendapatkan perhatian serius bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan karena

menjadi elemen penting dalam menjaga dan memperkuat citra perusahaan di mata masyarakat. Nasabah cenderung memilih produk dari lembaga yang memiliki persepsi mampu memberikan kualitas pelayanan terbaik. Persepsi nasabah terhadap mutu layanan akan membentuk citra kualitas perusahaan, sehingga orientasi pada kepuasan nasabah secara konsisten ditempatkan sebagai prioritas utama dalam perumusan visi dan misi lembaga keuangan (Maileni & Sugiarti, 2022).

Persaingan akan dapat dimenangkan jika suatu perusahaan mampu menarik dan mempertahankan nasabahnya, memahami perilaku nasabah secara mendalam adalah kuncinya. Maka, dengan mendapat penilaian terhadap produk atau layanan yang diberikan perusahaan menjadi tolak ukur perasaan puas yang dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan (Nisa & Qomariyah, 2023). Namun dari hasil penelitian oleh Hidayat dan Istifadhoh (2025), menunjukkan bahwa meskipun dimensi empati dan kedekatan personal telah berjalan cukup baik, aspek keandalan proses pembiayaan dan kecepatan pelayanan masih menjadi tantangan yang perlu diperbaiki. Kondisi ini, BMT tidak hanya dituntut untuk dekat dengan masyarakat, tetapi juga harus mampu memberikan layanan yang efisien dan tidak berbelit-belit itu dapat meminimalisir potensi ketidakpuasan nasabah (Hidayat & Istifadhoh, 2025).

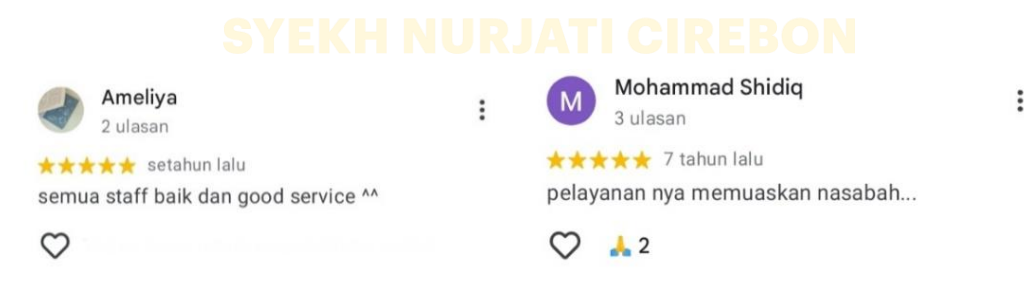
Seperti hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Roihan et al., 2025) hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa upaya BMT-NU Jatim Cabang Pakong untuk memberikan pelayanan yang optimal, meskipun begitu masih terdapat beberapa kendala, seperti keterlambatan dalam proses transaksi, kurangnya kejelasan informasi produk, serta keterbatasan fasilitas fisik yang dapat mempengaruhi pengalaman nasabah. Untuk mengatasi tantangan tersebut, strategi peningkatan kualitas pelayanan yang diterapkan meliputi digitalisasi layanan, pelatihan karyawan, peningkatan sarana dan prasarana, serta optimalisasi komunikasi dengan nasabah.

Didukung oleh penelitian (Alfiyah et al., 2025) hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, kepuasan anggota terhadap layanan di BMT NU Cabang Leces sangat dipengaruhi oleh kualitas interaksi pelayanan. Mayoritas anggota merasa puas dengan keramahan petugas, kemudahan dalam melakukan transaksi, serta

fleksibilitas produk tabungan yang ditawarkan. Selain itu, meskipun sistem pelayanan di kantor telah berjalan cukup baik, masih ada anggota yang mengalami kesulitan dalam memahami prosedur administrasi pembiayaan dan tabungan. Dengan demikian, perbaikan dalam sistem komunikasi dan edukasi kepada anggota menjadi langkah penting untuk meningkatkan kepuasan dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Oleh karena itu, kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan nasabah, di mana standar layanan yang unggul mendorong pembentukan hubungan yang kuat antara pelanggan dan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami secara mendalam harapan dan kebutuhan pelanggan, sehingga memfasilitasi peningkatan keberlanjutan kepuasan nasabah (Mahardika & Fadhilla, 2025).

Dalam hal ini, BMT perlu menguasai strategi kompetitif yang optimal mengingat intensitas persaingan yang semakin tinggi di sektor jasa keuangan. Banyak optimalisasi yang harus dilakukan untuk membuat nasabah merasa puas dengan kualitas pelayanan BMT, seperti menyediakan sarana pendukung yang memudahkan nasabah untuk menabung dan berbisnis menggunakan BMT. Fasilitas semacam ruang transaksi yang bersih dan nyaman, akses cabang terdekat, teknologi yang memudahkan sistem antrean elektronik serta komputerisasi, berserta infrastruktur pendukung lainnya. Kepuasan nasabah akan tercapai apabila layanan transaksi berjalan lancar didukung fasilitas yang memadai, sehingga pada akhirnya dapat membentuk persepsi positif dan kepuasan nasabah (Damayanti, 2023).



Sumber: Ulasan penilaian di Google Maps

Gambar 1.3
Kepuasan nasabah dari pelayanan di BMT Gunungjati Cirebon

Dalam praktiknya di BMT Gunungjati Cirebon, berdasarkan observasi awal melalui ulasan Google Maps, diketahui bahwa lembaga ini memperoleh penilaian yang relatif tinggi, dengan rating mencapai 4,8 dari total 13 pengguna. Penilaian tersebut mencerminkan bahwa secara umum pelayanan yang diberikan telah mampu memenuhi ekspektasi sebagian besar nasabah, terutama dalam hal sikap petugas yang dinilai ramah, amanah, serta mampu membangun kepercayaan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa aspek interaksi personal telah menjadi kekuatan dalam praktik pelayanan yang diterapkan. Namun, masih terdapat keluhan terkait kecepatan proses pelayanan dan kejelasan penyampaian akad. Oleh karena itu, diperlukan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang mengintegrasikan aspek teknis dan kepatuhan syariah.

Apabila kondisi ini tidak dikelola secara tepat, maka berpotensi menimbulkan persepsi kurang optimal terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan, meskipun secara substansi layanan yang diberikan telah sesuai dengan prinsip syariah, sehingga kesenjangan yang terjadi lebih disebabkan oleh perbedaan antara tingkat pemahaman nasabah dengan cara penyampaian informasi yang belum sepenuhnya efektif. Dengan demikian, diperlukan kajian yang lebih mendalam untuk mengidentifikasi serta merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik nasabah BMT. Pendekatan ini menjadi penting mengingat keberhasilan lembaga keuangan mikro syariah sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam menjaga kepercayaan dan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang berkualitas dan berkelanjutan.

Urgensi penelitian ini semakin relevan apabila dikaitkan dengan karakteristik BMT yang sangat bergantung pada kepercayaan dan kedekatan dengan masyarakat. Lembaga keuangan mikro syariah tidak hanya bersaing pada aspek produk, tetapi juga pada kualitas interaksi dan pengalaman layanan. Persepsi pelayanan yang lambat atau informasi akad yang dirasa rumit, apabila berlangsung secara berkelanjutan, berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah dalam jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mengidentifikasi dan merumuskan langkah-langkah peningkatan kualitas pelayanan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan dan tingkat pemahaman nasabah.

Penelitian ini berbeda dari studi sebelumnya yang mayoritas menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali implementasi pelayanan, persepsi nasabah, kendala dan strategi yang nyata di tingkat lokal BMT Gunungjati Cirebon. Melalui pendekatan tersebut, diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi konseptual dalam pengembangan kajian kualitas pelayanan berbasis syariah serta kontribusi praktis dalam merumuskan strategi peningkatan pelayanan yang lebih efektif, komunikatif, dan sesuai dengan prinsip syariah.

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk pengembangan BMT Gunungjati Cirebon untuk masa yang akan datang. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh BMT Gunungjati Cirebon untuk merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, diperlukan identifikasi dan analisis yang lebih mendalam mengenai strategi peningkatan kualitas pelayanan yang diterapkan BMT Gunungjati Cirebon dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti kepuasan nasabah dalam proses pembiayaan di BMT Gunungjati Cirebon. Peneliti merasa terdorong untuk menganalisis permasalahan ini secara ilmiah dalam sebuah penelitian yang berjudul “Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di BMT Gunungjati Cabang Kalisapu Cirebon”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Belum adanya strategi peningkatan kualitas pelayanan yang terstruktur.
2. Implementasi pelayanan di BMT belum berjalan secara konsisten.
3. Masih terdapat kendala dalam proses pelayanan, baik dari segi kecepatan pelayanan maupun kejelasan prosedur yang disampaikan kepada nasabah.
4. Keterbatasan pemahaman nasabah mengenai akad-akad syariah dengan penyampaian informasi yang belum sepenuhnya efektif.
5. Perbedaan jumlah peningkatan nasabah, mengindikasikan masih belum efektif strategi yang diterapkan BMT.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penelitian ini tidak membahas seluruh aspek kualitas pelayanan, melainkan hanya difokuskan pada aspek tertentu agar kajian dapat dilakukan secara lebih mendalam dan terarah sesuai dengan judul dan rumusan masalah yang ditetapkan. Penelitian ini dibatasi pada kajian strategi peningkatan kualitas pelayanan dan implementasinya di BMT Gunungjati Cirebon, dengan fokus pada aspek kecepatan pelayanan, kejelasan penyampaian akad syariah serta efektivitasnya dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Penelitian ini juga dibatasi pada nasabah BMT Gunungjati Cabang Kalisapu Cirebon yang aktif menggunakan layanan selama periode penelitian.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan BMT Gunungjati Cabang Kalisapu Cirebon kepada nasabah?
2. Bagaimana implementasi pelayanan BMT Gunungjati Cabang Kalisapu Cirebon dalam meningkatkan kepuasan nasabah?
3. Bagaimana efektivitas strategi peningkatan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah BMT Gunungjati Cabang Kalisapu Cirebon?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, maka tujuan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis strategi peningkatan kualitas pelayanan yang diterapkan BMT Gunungjati Cabang Kalisapu Cirebon guna meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Untuk mengetahui implementasi pelayanan BMT Gunungjati Cabang Kalisapu Cirebon dalam meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Untuk mengetahui efektivitas strategi yang diterapkan BMT Gunungjati Cabang Kalisapu Cirebon dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk kepuasan nasabah.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmiah di bidang lembaga keuangan mikro syariah, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

2. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kalangan akademisi, khususnya mahasiswa dan dosen, dalam memperluas wawasan dan bahan rujukan mengenai praktik kualitas pelayanan pada lembaga keuangan mikro syariah. Bagi peneliti, penelitian ini juga menjadi sarana untuk mengembangkan kemampuan analisis dalam memahami fenomena pelayanan berbasis syariah secara komprehensif dan sistematis.

3. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pihak manajemen BMT Gunungjati Cirebon sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan untuk dapat mengoptimalkan kualitas pelayanan, strategi dan kepuasan nasabah guna dapat memenuhi preferensi kebutuhan para anggotanya.

G. Kajian Literatur

Dalam menyusun penelitian, kajian literatur bertujuan untuk mengulas teori, konsep dan hasil penelitian terdahulu yang relevan untuk memberikan landasan teoritis yang kuat bagi penelitian penulis. Penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini antara lain:

1. Pada penelitian oleh (Roihan et al., 2025) dengan judul “Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah di BMT-NU Jatim Cabang Pakong” hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di BMT-NU Jatim Cabang Pakong memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penerapan pedoman 5 dimensi *Quality Service* (Kualitas pelayanan) memainkan peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah. Selain itu, strategi peningkatan

kualitas pelayanan yang diterapkan meliputi digitalisasi layanan, pelatihan karyawan, peningkatan sarana dan prasarana, serta optimalisasi komunikasi dengan nasabah. Persamaan dengan penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode kualitatif, perbedaannya adalah pada objek penelitian di BMT-NU Jatim Cabang Pakong.

2. Pada penelitian oleh (V. Singh et al., 2023) dengan judul *“Service Quality, Customer Satisfaction And Customer Loyalty: A Comprehensive Literature Review”* hasil penelitian ini menyebutkan bahwa untuk membangun bisnis yang sukses dan berkelanjutan, sebuah organisasi perlu fokus pada penyediaan kualitas pelayanan yang unggul untuk memenuhi atau melebihi ekspektasi nasabah. Usaha-usaha yang dilakukan organisasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan seperti meminta umpan balik nasabah, audit layanan, pelatihan dan pengembangan karyawan. Dengan memberikan layanan yang excellent, organisasi dapat membangun kepercayaan, kepuasan dan loyalitas nasabah hanya dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Persamaan pada penelitian ini yaitu sama menggunakan metode kualitatif, sedangkan perbedaannya yaitu pada studi kasus dalam penelitian ini tidak menunjukkan studi kasus pada lembaga keuangan tertentu.
3. Pada penelitian oleh (Alfiyah et al., 2025) dengan judul *“Analisis Kepuasan Anggota Terhadap Kualitas Interaksi Pelayanan di BMT NU Cabang Leces Probolinggo”* hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan anggota terhadap layanan di BMT NU Cabang Leces sangat dipengaruhi kualitas interaksi pelayanan, ini didukung dengan beberapa aspek utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan anggota terhadap layanan adalah karena petugas selalu bersikap ramah dengan menerapkan prinsip 5S, yaitu Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun. Suasana kekeluargaan yang terjalin dalam interaksi antara petugas dan anggota juga memberikan kenyamanan tersendiri. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, BMT NU Cabang Leces mengambil beberapa langkah strategis, yaitu dengan meningkatkan sistem informasi agar anggota selalu

mendapatkan pemberitahuan jika terjadi perubahan jadwal layanan. Pemberitahuan yang jelas, anggota dapat menyesuaikan jadwal mereka dan tidak mengalami kebingungan saat ingin melakukan transaksi. Serta pelatihan layanan pelanggan bagi petugas juga menjadi langkah penting dalam meningkatkan profesionalisme interaksi dengan anggota. Persamaan pada penelitian ini yaitu pada metode yang digunakan yaitu metode kualitatif, sedangkan perbedaan pada penelitian ini yaitu pada objek lembaga keuangan.

4. Pada penelitian oleh (Damayanti, 2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di BMT Nahdhatul Ummah Ciasem” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dengan indikator *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Berdasarkan analisis parsial diperoleh nilai rata-rata 76,58% yang berada pada skala interval 60% - 79,99% yang berarti tinggi. Sedangkan pada kepuasan nasabah dengan indikator, seperti *expectations*, *performance*, *comparison*, *confirmation*, *disconfirmation* dan *discrepancy*. Berdasarkan analisis parsial diperoleh nilai rata-rata 75,46% yang berada pada skala interval 60% - 79,99% yang berarti tinggi. Dengan demikian terdapat korelasi yang cukup kuat dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan pada penelitian ini adalah metode yang digunakan yaitu kuantitatif.
5. Pada penelitian oleh (Irfan, 2022) dengan judul “Studi Tentang Kualitas Layanan Perbankan Dan Kepuasan Nasabah” dari survei yang telah dilakukan dan diolah kembali dengan SPSS versi 26 dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan. Oleh karena itu, dimensi kualitas layanan merupakan faktor penentu utama kepuasan pelanggan. Memprediksi kepuasan nasabah pada layanan bank tidak sederhana, sehingga manajemen bank mengarahkan upaya maksimal untuk mengajar, melatih dan mengembangkan karyawan tentang cara mempertahankan dan meyakinkan nasabah mengenai tentang bagaimana mencapai keunggulan

kompetitif melalui penyampaian layanan nasabah bank. Perbedaan dari penelitian ini yaitu pada metode penelitian yang digunakan kuantitatif, serta dalam penelitian ini tidak memiliki studi objek bank tertentu.

6. Pada penelitian oleh (Khoiriyah et al., 2025) dengan judul *“Implementation of Islamic Service Excellence in Savings Pick Up Service in Baitul Mal Wa Tamwil”* kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan hasil implementasi *Islamic Service Excellence* (ISE) diharapkan dapat menciptakan pengalaman pelayanan yang unggul, memperkuat kepercayaan pelanggan, dan meningkatkan reputasi BMT sebagai lembaga keuangan Islam yang profesional. Serta pentingnya mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam setiap aspek pelayanan mendukung untuk meningkatkan kepuasan nasabah. persamaan pada penelitian ini adalah pada metode penelitian yaitu kualitatif, perbedaannya yaitu dalam studi kasus tidak ada objek BMT tertentu yang digunakan.
7. Pada penelitian oleh (Sundari et al., 2020) dengan judul *” Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BMT Global Madani Indonesia”* Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari bukti fisik, keandalan, daya tangkap, jaminan, dan kepedulian terhadap nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini ditandakan dengan jawaban dari kuesioner yang mayoritas menyatakan setuju pada semua pernyataan yang ada di kuesioner. Hasil yang signifikan ini akan membawa pengaruh besar apabila kualitas pelayanan dapat dikelola dengan baik, karena akan meningkatkan kepuasan nasabah. Perbedaan dari penelitian ini yaitu pada metode yang dilakukan menggunakan kuantitatif.
8. Pada penelitian oleh (Qutni & Kusrini, 2023) dengan judul *“Implementation Of Excellent Service To Bank Syariah Indonesia (BSI) Customers”* dari observasi yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa memberikan layanan yang unggul dan berkualitas tinggi kepada nasabah, dengan memprioritaskan nilai-nilai syariah

berpengaruh pada kepuasan nasabah. Dengan mengenal nasabah secara pribadi dan menyediakan solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan keuangan mereka penting dalam implementasi layanan yang unggul guna meningkatkan kepuasan nasabah. Upaya bank syariah untuk memahami situasi dan kebutuhan individu, tanggapan, masukan dan keluhan pelanggan merupakan bagian integral dari implementasi keunggulan layanan. Hal ini mencerminkan komitmen bank untuk terus meningkatkan layanan untuk tetap meningkatkan kepuasan nasabah. Persamaan dalam penelitian ini yaitu pada metode yang digunakan kualitatif, perbedaannya yaitu pada tahun penelitian ini 2023.

9. Pada penelitian oleh (Hamzah, 2021) dengan judul “strategi peningkatan kualitas pelayanan baitul maal wat tamwil (BMT) di Kota Pekanbaru Melalui Integrasi Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA)” dari hasil matriks Importance Performance Analysis (IPA) menunjukkan bahwa dalam pelayanan di BMT kota Pekanbaru sudah baik namun perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi kinerjanya karena pelayanan ke nasabah berpengaruh pada kepuasan nasabah. Seperti pada matrix kuadran I menjadi perhatian penting oleh BMT untuk dilakukan perbaikan dan mengambil tindakan untuk meningkatkan kualitas layanan pada BMT. Juga pada kuadran II yang menunjukkan keberadaan kualitas layanan yang juga dianggap penting oleh nasabah BMT. Oleh karena itu BMT harus mempertahankan kualitas layanan supaya dapat menjadi lebih baik dan memenuhi apa yang menjadi harapan bagi nasabah. Perbedaan pada penelitian ini adalah metode yang digunakan yaitu kuantitatif.
10. Pada penelitian oleh (Balady et al., 2024) dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan BMT NU Cabang Ajung” dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa BMT NU Cabang Ajung berhasil menerapkan sistem 3S (Sapa, Salam, Senyum) terhadap nasabah sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan nasabah untuk perusahaan dan dengan keunggulan pelayanan metode jemput tabungan dan penarikan tabungan tanpa harus

ke perusahaan atau sistem antar jemput. Dengan memiliki metode pelayanan antar jemput ini bisa menjadi daya saing bagi BMT NU Cabang Ajung untuk menarik lebih banyak nasabah. Persamaan dengan penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode kualitatif, sedangkan perbedaannya adalah pada tahun penelitian ini dilakukan pada tahun 2024.

H. Kerangka Pemikiran

BMT Gunungjati Cirebon berhasil menunjukkan komitmen yang baik dengan anggota dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, juga memenuhi kebutuhan masyarakat yang sekiranya dapat memberi peluang bagi anggota. Melalui produk pembiayaan syariah dan tabungan ini menimbulkan perkembangan yang disebabkan oleh gerakan BMT, walaupun berskala mikro namun berbasiskan prinsip syariah ini yang digandrungi umat. Oleh karena itu, BMT Gunungjati Cirebon harus memiliki strategi pelayanan yang tepat untuk menarik minat anggota agar selalu loyal melakukan transaksi pembiayaan syariah atau tabungan.

Salah satu strategi utama bagi industri perbankan untuk mendominasi pangsa pasar adalah dengan memaksimalkan perolehan nasabah dalam jumlah sebanyak mungkin. Peningkatan jumlah nasabah menjadi prioritas yang harus dicapai melalui penyediaan kualitas pelayanan terbaik, karena dapat secara langsung berkontribusi positif terhadap pertumbuhan jumlah pelanggan. Di samping itu, bank perlu mengoptimalkan strategi pemasaran produk serta menawarkan jasa dengan pelayanan optimal, mengingat nasabah yang benar-benar puas akan mempertahankan loyalitas serta menolak penawaran bank dan bahkan merekomendasikan kepada orang lain, sehingga menarik prospek nasabah baru secara organik (Gofur et al., 2024).

Pelayanan yang efektif pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan citra perusahaan sampai mendapat loyalitas dan kepuasan nasabah. Memberikan pelayanan bukanlah pekerjaan yang mudah, akan tetapi bila pekerjaan tersebut dapat dilakukan dengan baik maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat yang besar dari citra lembaga itu sendiri, maka dengan pelayanan yang optimal dan efektif sangat membantu keberlangsungan hidup lembaganya.

Pada perusahaan jasa keuangan, karyawan *frontliner* (*Customer service, teller dan security*) merupakan karyawan bank yang sangat penting dan berpengaruh pada sebuah BMT. Di mana karyawan tersebut berhadapan langsung dengan nasabah atau calon nasabahnya, maka untuk melihat nasabah merasa puas atau tidaknya tergantung dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan *frontliner*. Sehingga dalam sebuah BMT *frontliner* diharuskan untuk selalu menerapkan kualitas pelayanan prima, hingga disebut sebagai ujung tombak utama dalam memberikan kepuasan nasabah untuk tertarik melakukan transaksi pembiayaan atau pinjaman (Hidayati & Zahro, 2022).

Nasabah pada dasarnya ingin menerima pelayanan yang terbaik, bermutu dan konsisten bisa menumbuhkan kepuasan pelanggan, di mana dari rasa puas tersebut pelanggan melakukan transaksi ulang sehingga dapat memberi keuntungan bagi perusahaan. Beberapa hal perlu dilakukan oleh *frontliner* dalam menjalankan tugasnya dengan memberikan pelayanan yang baik, yaitu seperti fasilitas dan sarana yang cukup tersedia, layanan yang baik dan ramah, bertanggung jawab dalam melayani nasabah dari awal sampai akhir, mampu bekerja secara cepat dan tepat, berkomunikasi dengan baik, menjaga kerahasiaan dalam setiap transaksi, memiliki pengetahuan dan kemampuan yang cukup, serta berusaha memahami kebutuhan nasabah dan memberikan rasa percaya (Hidayat & Istifadhoh, 2025).

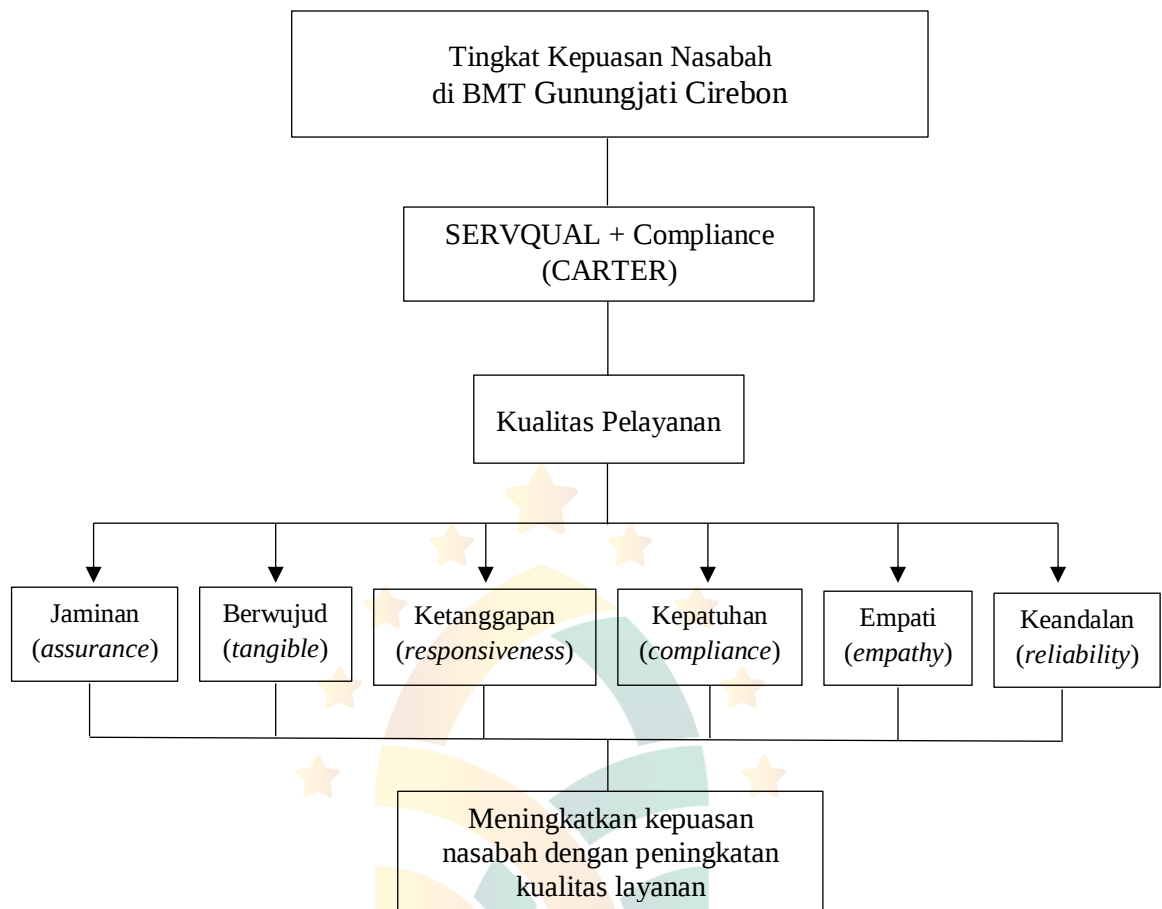
Kinerja kualitas pelayanan yang diberikan karyawan tidak terlepas dari pengembangan sumber daya manusia melalui program pelatihan intensif yang mencakup pendekatan internal maupun eksternal. Pelatihan internal dilaksanakan secara rutin dengan penekanan pada penguatan pemahaman akad syariah, prosedur operasional standar, serta etika pelayanan terhadap anggota. Sementara pelatihan eksternal diikuti melalui partisipasi dalam *workshop*, seminar, dan program yang diselenggarakan asosiasi koperasi syariah, sehingga karyawan tidak hanya memperkaya kompetensi teknis tetapi juga memperluas perspektif terkini tentang dinamika industri keuangan syariah di ranah nasional (Ilmiyah, 2025). Di samping pelatihan formal, program mentoring muncul sebagai strategi tambahan dalam pengembangan karyawan. Sehingga pelayanan yang diberikan ke nasabah akan tetap sama apa yang diterima kepada nasabah (Fauzi & Darussalam, 2021).

Kepuasan konsumen merupakan indikator penting dalam penilaian kinerja suatu perusahaan, terutama dalam industri layanan (Ginanjari & Prakoso, 2025). Tingkat kepuasan pelanggan dapat diukur berdasarkan kinerja mutu produk dan layanan yang disediakan perusahaan. Nasabah yang puas setelah transaksi akan menghasilkan efek positif bagi perusahaan, karena mereka cenderung menunjukkan loyalitas tinggi, melakukan pembelian ulang, menyebarkan rekomendasi positif kepada orang lain tentang kelebihan produk, mengabaikan promosi kompetitor, tidak peduli kenaikan harga, serta memberikan masukan membangun terkait penawaran barang atau jasa perusahaan. Secara langsung maupun tidak langsung, perilaku ini berkontribusi pada penghematan biaya operasional perusahaan, khususnya dalam aspek pemasaran dan penjualan (Yuniati & Baihaki, 2024).

Kepuasan penerima layanan menjadi prioritas utama bagi pelaku usaha jasa, sebab pencapaian kepuasan tersebut secara langsung mendukung keberlanjutan unit usaha itu sendiri. Oleh karena itu, semakin unggul kualitas pelayanan yang disediakan perusahaan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah, yang pada gilirannya akan memperkuat kelangsungan operasional serta menjadi fasilitas untuk tumbuh secara berkelanjutan dalam mencapai visi dan misi perusahaan tersebut (Heryanti, 2022).

Pengetahuan mengenai kepuasan nasabah mencerminkan tingkat kegembiraan secara emosional atas apa yang telah dirasakan setelah bertransaksi. Mereka yang puas merasakan pemenuhan kebutuhan dan keinginannya terpenuhi atau melebihi harapan, secara fundamental kepuasan nasabah lahir dari persepsi bahwa pengalaman transaksi barang atau jasa telah mewujudkan harapan yang diinginkan (P. V. Singh et al., 2023).

Pada akhirnya, kualitas pelayanan yang dirasakan telah menjadi penekanan penting bagi perusahaan untuk mengembangkan dan menerapkan strategi yang berorientasi pada nasabah. Kualitas pelayanan dapat dilihat melalui tingkat kepuasan nasabah, dengan harapan nasabah yang tinggi dapat menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi, sedangkan ketidakmampuan memenuhi harapan tersebut dapat menimbulkan risiko kehilangan nasabah karena persepsi yang dari awal dibawa tidak bisa terpenuhi oleh layanan yang dilakukan.



Sumber: Olahan Penulis, 2026

Gambar 1.4
Kerangka Pemikiran

I. Metodologi Penelitian

1. Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di BMT Gunungjati Cirebon yang beralamat di Jl. Sunan Gn. Jati No. 53, Kalisapu, Kecamatan Gunungjati Kabupaten Cirebon. Objek penelitian adalah variabel yang menjadi fokus kajian oleh penulis dalam penelitiannya. Objek dalam penelitian ini yaitu Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di BMT Gunungjati Cabang Kalisapu Cirebon.

2. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan cara mengamati fenomena dalam kehidupan masyarakat untuk proses pengumpulan

data dilakukan secara langsung dari tempat penelitian guna memperoleh informasi yang otentik (Amane et al., 2023). Penelitian dilakukan dengan mengunjungi langsung lokasi di BMT Gunungjati Cirebon untuk mengumpulkan data terkait.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipakai dengan tujuan untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam fenomena yang terjadi dengan menggunakan data dalam bentuk kata-kata atau gambar (Chatra et al., 2023). Peneliti memilih pendekatan ini untuk memaparkan kondisi di lapangan secara spesifik dan transparan, serta mengidentifikasi kepuasan nasabah di BMT Gunungjati Cirebon.

3. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian mencakup seluruh informasi dan data relevan yang diperoleh langsung dari subjek penelitian terkait variabel yang akan diteliti (Abdussamad, 2021). Data penelitian yang diperlukan mencakup informasi tentang kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan peningkatan nasabah. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung melalui observasi dan wawancara langsung dengan pihak yang bersangkutan di BMT Gunungjati Cirebon untuk informasi yang berkaitan dengan topik penelitian.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen, laporan, literatur atau data dari pihak BMT Gunungjati Cirebon, termasuk dengan data dokumen tentang pertumbuhan nasabah.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode *field research*, yang mencakup pengumpulan data berdasarkan apa yang dilihat, didengar dan dipikirkan oleh peneliti saat di lapangan. Untuk menghasilkan data spesifik dan dapat dipertanggung jawabkan, maka metode pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini meliputi metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

- a. Observasi merupakan suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati objek penelitian baik secara langsung (Abdullah et al., 2022). Peneliti melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk tujuan memperoleh data yang akurat mengenai penerapan strategi untuk mengoptimalkan kualitas pelayanan serta dampaknya untuk kepuasan nasabah di BMT Gunungjati Cirebon.
- b. Wawancara yaitu salah satu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi langsung dari responden dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan untuk mendapatkan penjelasan mendalam (Nashrullah et al., 2023). Wawancara yang dipilih oleh peneliti adalah wawancara semi terstruktur, di mana penulis mengajukan pertanyaan yang telah direncanakan sebelumnya kepada subjek penelitian.
- c. Dokumentasi adalah kegiatan untuk melengkapi data yang diperoleh dari observasi dan wawancara maka digunakan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data (Zahroh et al., 2025). Data dokumentasi yang dikumpulkan meliputi berbagai dokumen resmi dan non-resmi yang berkaitan dengan topik penelitian, antara lain foto saat wawancara dengan karyawan *frontliner*, foto ruang operasional dan kantor yang kemudian dianalisis terkait kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah di BMT Gunungjati Cirebon.

5. Teknik Keabsahan Data

Dalam upaya menetapkan keabsahan data, maka perlu menggunakan teknik pemeriksaan yang sesuai dengan jenis dan pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini. Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian kualitatif, yaitu meliputi kredibilitas (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*) dan kepastian (*confirmability*). Teknik ini digunakan agar penelitian dapat menghasilkan kesimpulan yang kredibel (Rahayu & Rindrayani, 2025). Adapun teknik pengujian untuk keabsahan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. *Kredibilitas (Credibility)*, dilihat pada keyakinan bahwa hasil penelitian dapat diterima dan dipercaya oleh partisipan atau semua orang terlibat dalam penelitian. Dengan tujuan untuk menggambarkan fenomena dari sudut pandang partisipan, melalui perpanjangan waktu pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi data disertai diskusi dengan teman sejawat merupakan uji *kredibilitas* dalam penelitian kualitatif.
- b. *Keteralihan (Transferability)*, merujuk pada validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal ini mengukur sejauh mana temuan penelitian dapat diterapkan pada populasi dari mana sampel diambil. Agar hasil penelitian dapat dipahami dengan baik, maka peneliti harus menyusun laporan dengan deskripsi yang rinci, jelas, sistematis dan terpercaya.
- c. *Kebergantungan (Dependability)*, dilakukan untuk memverifikasi bahwa hasil penelitian mencerminkan konsistensi dan stabilitas sepanjang proses penelitian. Uji *dependability* dilakukan dengan pengecekan yang mencakup seluruh tahapan, mulai dari pengumpulan data, interpretasi data, hingga penyusunan laporan hasil penelitian.
- d. *Kepastian (Confirmability)*, pengecekan data dalam teknik ini didasarkan pada keterbukaan peneliti dalam mengungkapkan proses penelitian secara transparan, sehingga memungkinkan pihak lain atau peneliti lain untuk mengevaluasi temuan yang diperoleh. Hasil penelitian merupakan fungsi dari keseluruhan proses yang dilakukan, sehingga penelitian tersebut dapat dinyatakan memenuhi standar kepastian atau *confirmability*.

Untuk menguji data yang didapat sehingga sudah sesuai dengan tujuan dan maksud peneliti, maka peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan salah satu teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan segala temuan di luar data penelitian, untuk keperluan pembandingan atau pengecekan dari data yang sudah ada (Moleong, 2021). Dengan demikian terdapat 3 triangulasi teknik, yaitu:

- a. Triangulasi Sumber, untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber untuk mendapatkan sebuah kesimpulan.
- b. Triangulasi Teknik, untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek atau membuktikan data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.
- c. Triangulasi Waktu, untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek atau membuktikan data yang telah diperoleh dengan cara yang sama dalam waktu dan situasi yang berbeda. Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Misalnya saat dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak pikiran, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Apabila hasil uji triangulasi waktu ini menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti perlu melakukan secara berulang agar mendapat kepastian datanya.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif didasarkan pada prinsip pengolahan dan pemrosesan informasi yang terkumpul hingga membentuk pola yang sistematis, terorganisir, dan bermakna secara konseptual. Menurut Miles & Huberman, proses analisis data kualitatif harus dilakukan secara langsung, terus menerus sampai tuntas, serta hingga mencapai saturasi data (Rijali, 2019). Dalam penelitian ini, pendekatan analisis yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman diterapkan secara konsisten, baik selama pengumpulan data di lapangan maupun pada tahap pasca-pengumpulan, meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi, yakni sebagai berikut:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data yaitu proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data mentah penelitian menjadi ringkasan lapangan yang terstruktur (Sofwatillah et al., 2024). Proses ini melibatkan pembuatan abstraksi dari keseluruhan informasi yang

diperoleh melalui observasi, wawancara, serta studi dokumen. Reduksi data mencakup aktivitas penajaman, pengelompokan, orientasi, eliminasi elemen tidak relevan, dan pengorganisasian ulang agar data menjadi sistematis agar dapat ditarik kesimpulan yang bermakna. Dengan demikian, temuan dari wawancara, pengamatan, dan analisis dokumen akan dikategorikan lalu diringkas tanpa mengorbankan inti dari informasi asli. Proses reduksi ini diterapkan secara langsung sejak tahap awal penelitian dan dilakukan secara terus menerus bahkan sebelum pengumpulan data selesai, untuk menjaga alur analisis yang berkelanjutan.

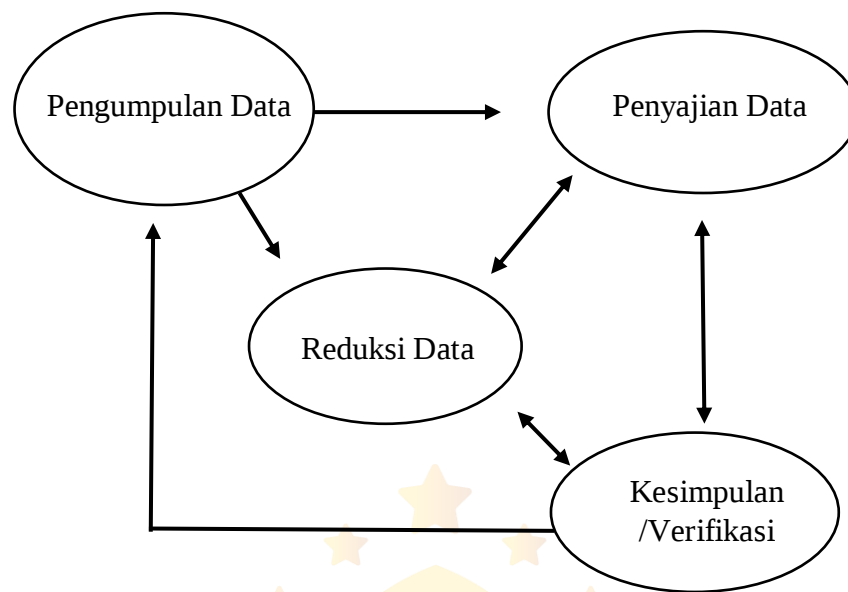
b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan proses pengorganisasian informasi yang telah diolah menjadi susunan naratif yang kaya makna, sehingga memudahkan penarikan kesimpulan. Penyajian ini umumnya diwujudkan dalam bentuk narasi tekstual yang komprehensif, menguraikan secara mendetail keseluruhan temuan dari data yang terkumpul agar mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, format penyajian yang dominan mencakup narasi deskriptif, tabel ataupun gambar guna memperjelas interpretasi hasil penelitian.

c. Penarikan Kesimpulan (*Verification*)

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam analisis data kualitatif yang menghasilkan temuan atau jawaban atas permasalahan penelitian yang menjadi fokus studi. Kesimpulan sementara (provisional) yang dirumuskan pada tahap awal bersifat tentatif dan dapat direvisi jika tidak didukung oleh bukti yang konsisten saat pengumpulan data berlanjut (Harahap, 2020). Namun, apabila temuan awal diperkuat oleh data yang koheren dan kuat pada tahap verifikasi lanjutan, maka kesimpulan tersebut memperoleh kredibilitas yang lebih tinggi.

Dalam penelitian ini, penulis mendeskripsikan dan menganalisis hasil dari observasi, wawancara dan dokumentasi mengenai strategi peningkatan kualitas pelayanan, implementasi strategi yang digunakan serta efektivitas dalam penggunaan strategi di BMT Gunungjati Cirebon.



Sumber: Research Gate

Gambar 1.5
Teknik Analisis Data Miles & Huberman

J. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini adalah fondasi dari penelitian, menguraikan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta kajian literatur dan kerangka pemikiran. Bab ini juga mencakup metode penelitian yang akan digunakan serta sistematika penulisan untuk memberikan gambaran alur keseluruhan skripsi.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang kerangka teori penelitian. Di dalamnya, dibahas landasan teori yang relevan dari berbagai sumber untuk mendukung argumen yang dibangun mengenai strategi peningkatan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah di BMT Gunungjati Cirebon.

BAB III: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan profil BMT Gunungjati Cirebon secara rinci dengan ditambah sejarah terbentuknya, 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 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.

