



**TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN PT. LKMS  
BMT ALMABRUK PADA MASA PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
pada Jurusan Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar*

*Oleh*

**SUCI EKA PUTRI**  
**NIM. 14 202 166**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BATUSANGKAR  
1442 H / 2021**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

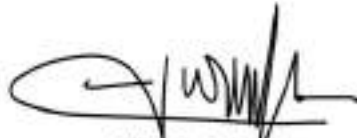
Pembimbing Skripsi atas nama **Suci Eka Putri**, NIM: 14202166 dengan judul "**Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk pada Masa Pandemi Covid-19**", memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat diajukan ke sidang munaqasab.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Batusangkar, 04 Agustus 2021

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Pembimbing



Widi Nopiarso, MA  
NIP. 198611282015031007



Fitri Yenti, SEL, MA

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar



Dr. H. Rizal M. Ag, CRP  
NIP. 197310072002121001

## PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama Suci Eka Putri, NIM. 14202166, judul: **TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN PT. LKMS BMT ALMABRUK PADA MASA PANDEMI COVID-19**, telah diujikan dalam Ujian Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar yang dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2021.

Demikian Persetujuan ini diberikan untuk dipergunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal
1	Fitri Yenti, SE.I., MA -	Ketua Sidang/ Pembimbing		
2	Dr. H. Alimin, Lc., M.Ag NIP. 197205052002121004	Anggota/ Penguji I		
3	Ifelda Nengsih, SE.I., MA., CRP NIP. 198608172019032006	Anggota/ Penguji II		

Batusangkar, Agustus 2021  
Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam

**Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP**  
**NIP. 197310072002121001**

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Suci Eka Putri  
NIM : 14 202 166  
Tempat/Tanggal Lahir : Batangkaru/ 08 Mei 1995  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: **"TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN PT. LKMS BMT ALMABRUK PADA MASA PANDEMI COVID-19"** adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batangkaru, 18 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan

  
  
Suci Eka Putri  
NIM 14 202 166

## ABSTRAK

**Suci Eka Putri. NIM 14 202 166 (2021).** Judul Skripsi: **“Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk pada Masa Pandemi Covid-19”**. Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah seberapa besar tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 berdasarkan lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui, menganalisa seberapa besar tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk pada masa pandemi Covid-19 dan mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* pada masa pandemi Covid-19.

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode *deskriptif kuantitatif*. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah melalui kuesioner.

Berdasarkan analisis yang penulis lakukan, dari sembilan puluh tujuh responden didapatkan bahwa kesesuaian penilaian nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *tangible* pada masa pandemi covid-19 adalah 78,68% dikategorikan puas. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *reliability* pada masa pandemi covid-19 adalah 84,24%, dikategorikan sangat puas. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *responsiveness* pada masa pandemi covid-19 adalah 83,09%, dikategorikan sangat puas. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *assurance* pada masa pandemi covid-19 adalah 80,45%, dikategorikan puas. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *emphaty* pada masa pandemi covid-19 adalah 80,37%, dikategorikan puas.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu "alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada setiap hamba-Nya. Dengan rahmat dan nikmat-Nya itulah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk Pada Masa Pandemi Covid-19”**. Shalawat serta salam penulis mohonkan kepada Allah SWT semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suritauladan yang telah meninggalkan dua pedoman hidup dan petunjuk ke jalan yang benar, yaitu al-Qur'an dan Sunnah.

Skripsi ini penulis susun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, motivasi serta bimbingan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil yang penulis terima dari lingkungan keluarga, masyarakat, Institut, fakultas dan jurusan. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan ribuan terimakasih kepada keluarga besar penulis, khususnya yang penulis cintai, sayangi dan hormati, yaitu Ayah “Sulaiman” dan Ibu “Mawarnis” yang telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi penulis, serta kakak tercinta Yola Zulvia, Ria Elvira, Adikku Ivo Handayani, ponakan tersayang Indah Alinsyah, Nadira dan Belvana Lutfia Fitri, tidak lupa juga terimakasih kepada motivator penulis Rahmat Hidayatullaah, S.Kom yang telah memberikan doa, motivasi dan dukungan moril maupun materil untuk selesainya penulisan ini. Selain itu, pada kesempatan ini penulis juga ingin menyatakan dengan penuh hormat ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

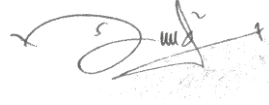
1. Bapak Dr. Marjoni Imamora, M.Sc selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.

2. Bapak Dr. H. Rizal, M.Ag, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.
3. Bapak Widi Nopiardo, M.A selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Batusangkar.
4. Bapak Dr. H. Syukri Iska, M.Ag selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Fitri Yenti, S.El., MA yang telah meluangkan waktu dan mencurahkan pikiran serta tenaga dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
6. Bapak Dr. H. Alimin, Lc., M.Ag selaku penguji I telah memberikan masukan untuk penulisan skripsi ini.
7. Ibuk Ifelda Nengsih, SE.I., MA., CRP selaku penguji II telah memberikan masukan untuk penulisan skripsi ini.
8. Bapak/Ibu Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Batusangkar beserta karyawan.
9. Bapak dan Ibu Dosen Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.
10. Bapak/Ibu pimpinan dan karyawan PT. LKMS BMT Almabruk yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
11. Semua sahabat seperjuangan, Jurusan Perbankan Syariah angkatan “14” teman-teman yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Tiada kata yang pantas untuk diucapkan selain iringan doa dan harapan semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda, diberikan kesehatan selalu serta diberikan Rezeki yang melimpah kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil. Kiranya karya ini memberikan sumbangsih bagi para pembaca dan pemerhati serta menjadi amal shaleh bagi Penulis. Aamiin...

Penulis mohon maaf, jika dalam skripsi ini terdapat kekhilafan dan kekeliruan, baik teknis maupun isinya. Kritik yang konstruktif dan sehat sangat Penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Batusangkar, 09 Agustus 2021  
Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Suci Eka Putri', with a horizontal line extending to the right.

**SUCI EKA PUTRI**  
**NIM. 14 202 166**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Masalah .....	8
F. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	9
G. Defenisi Operasional .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori .....	11
1. Kepuasan Nasabah.....	11
a. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	11
b. Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah .....	13
c. Pengukuran Kepuasan Nasabah .....	14
d. Strategi Kepuasan Nasabah.....	16
2. Pelayanan Nasabah .....	20
a. Pengertian Pelayanan Nasabah .....	20
b. Etiket Pelayanan Nasabah .....	21
c. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik .....	21
d. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	23
e. Dasar-dasar Pelayanan Nasabah .....	28
3. Baitul Maal wa Tamwil (BMT) .....	29
a. Pengertian BMT .....	29
b. Prinsip utama BMT .....	30

c. Fungsi BMT .....	31
d. Tujuan BMT .....	33
e. Produk pengumpulan dan penyaluran dana BMT .....	34
f. Peran BMT .....	37
B. Kajian Teori yang Relevan .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Jenis Penelitian .....	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	40
C. Populasi dan Sampel.....	41
D. Pengembangan Instrumen.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data .....	43
F. Teknik Analisis Data .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
A. Gambaran Umum PT. LKMS BMT Almabruk.....	46
1. Sejarah Singkat PT. LKMS BMT Almabruk.....	46
2. Struktur Organisasi .....	48
3. Visi dan Misi.....	49
4. Produk-produk BMT.....	49
B. Hasil Penelitian dan Analisa.....	51
1. Karakteristik Responden.....	51
2. Analisis Deskriptif Data.....	51
C. Pembahasan .....	68
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah PT. LKMS BMT Almabruk.....	2
Tabel 3. 1 Rancangan Waktu Penelitian .....	40
Tabel 3. 2 Jumlah nasabah PT. LKMS BMT Almabruk.....	41
Tabel 3. 3 Kisi – Kisi Kuesioner .....	43
Tabel 3. 4 Kategori Point Skala Likert.....	44
Tabel 3. 5 Interpretasi Pencapaian Responden .....	44
Tabel 4. 1 Pernyataan 1 Indikator BMT Almabruk memiliki fasilitas pendukung seperti tempat parkir .....	51
Tabel 4. 2 Pernyataan 2 Indikator BMT Almabruk memiliki gedung yang baik untuk menunjang kegiatan operasional sehari-hari dan tersedia fasilitas protokol covid-19 seperti tempat pencuci tangan, <i>handsanitizer</i> dan memberi kaca pembatas antara <i>front-liner</i> dengan nasabah.....	51
Tabel 4. 3 Pernyataan 3 Indikator BMT Almabruk lebih mudah dihubungi melalui via telepon pada saat jam kerja dalam masa pandemi covid-19 .....	52
Tabel 4. 4 Pernyataan 4 Indikator Ruang tunggu yang nyaman dan bersih, sesuai protokol covid-19, dengan menjaga jarak duduk tertentu ( <i>physical distancing</i> ) .....	52
Tabel 4. 5 Pernyataan 5 Indikator BMT Almabruk memiliki media transaksi seperti brosur dan buku rekening tabungan langsung saat pembukaan rekening pada masa pandemi covid-19 .....	53
Tabel 4. 6 Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi <i>tangible</i> pada masa pandemi Covid-19 .....	53
Tabel 4. 7 Pernyataan 6 Indikator BMT Almabruk memiliki prosedur layanan yang baik, tercermin dari cepatnya penerimaan anggota baru pada masa pandemi covid-19 .....	54
Tabel 4. 8 Pernyataan 7 Indikator BMT Almabruk memiliki standar operasional yang baik, tercermin dari perhitungan administrasi yang akurat.....	55
Tabel 4. 9 Pernyataan 8 Indikator BMT Almabruk memiliki karyawan yang mampu mengolah lembaga keuangan yang baik.....	55

Tabel 4. 10	Pernyataan 9 Indikator Pada masa pandemi covid-19 Layanan BMT Almabruk sesuai apa yang dijanjikan tercermin dari besarnya manfaat yang diperoleh .....	56
Tabel 4. 11	Pernyataan 10 Indikator Kesiapan karyawan BMT Almabruk dalam memberikan layanan yang dibutuhkan terutama dalam penyampaian informasi pada masa pandemi covid-19 karena banyak masyarakat ataupun nasabah belum paham dalam dunia keuangan syariah .....	56
Tabel 4. 12	Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi <i>reliability</i> pada masa pandemi Covid-19.....	57
Tabel 4. 13	Pernyataan 11 Indikator Ketersediaan karyawan BMT Almabruk pada masa pandemi covid 19 untuk memberikan solusi atas permasalahan keuangan nasabah.....	58
Tabel 4. 14	Pernyataan 12 Indikator Kecepat-tanggapan karyawan BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 dalam melayani nasabah.....	59
Tabel 4. 15	Pernyataan 13 Indikator Transaksi menabung dapat dilakukan kapan saja pada saat jam kerja dalam masa pandemi covid-19 .....	59
Tabel 4. 16	Pernyataan 14 Indikator Karyawan BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 senantiasa mempersiapkan administrasi maupun dana yang diperlukan nasabah.....	60
Tabel 4. 17	Pernyataan 15 Indikator Karyawan BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 cepat dalam menangani keluhan nasabah.....	60
Tabel 4. 18	Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi <i>responsiveness</i> pada masa pandemi Covid-19....	61
Tabel 4. 19	Pernyataan 16 Indikator Pada masa pandemi covid-19 BMT Almabruk menjamin keamanan uang nasabah yang ditabung .....	62
Tabel 4. 20	Pernyataan 17 Indikator BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 memiliki standar operasional yang baik, tercermin dari perhitungan administrasi yang akurat.....	62
Tabel 4. 21	Pernyataan 18 Indikator Uang yang ditabung dapat diambil sewaktu-waktu walaupun dalam masa pandemi covid-19 nasabah tetap	

	dibolehkan langsung datang ke BMT dengan mematuhi protokol kesehatan .....	63
Tabel 4. 22	Pernyataan 19 Indikator Pada masa pandemi covid-19 pencairan uang pembiayaan pada BMT Almabruk sesuai apa yang telah dijanjikan .....	63
Tabel 4. 23	Pernyataan 20 Indikator BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 bertanggung jawab atas keakuratan jaminan data nasabah .....	64
Tabel 4. 24	Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi <i>assurance</i> pada masa pandemi Covid-19 .....	64
Tabel 4. 25	Pernyataan 21 Indikator Pada masa pandemi covid-19 karyawan BMT merespon setiap keluhan nasabah dengan sungguh-sungguh.....	65
Tabel 4. 26	Pernyataan 22 Indikator Pada masa pandemi covid-19 karyawan BMT Almabruk memberikan perhatian yang lebih kepada nasabah tanpa membedakan status sosial nasabah .....	66
Tabel 4. 27	Pernyataan 23 Indikator Pada masa pandemi covid-19 Karyawan BMT Almabruk memberikan solusi terhadap setiap keluhan nasabah	66
Tabel 4. 28	Pernyataan 24 Indikator Pada masa pandemi covid-19 BMT Almabruk memiliki jam buka sesuai jadwal yang telah ditentukan.....	67
Tabel 4. 29	Pernyataan 25 Indikator Pada masa pandemi covid-19 BMT Almabruk memiliki jam buka sesuai jadwal yang telah ditentukan.....	67
Tabel 4. 30	Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi <i>emphaty</i> pada masa pandemi Covid-19.....	67
Tabel 4. 31	Total Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Amabruk Berdasarkan Dimensi <i>Tangible</i> pada Masa Pandemi Covid-19.....	69
Tabel 4. 32	Total Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Amabruk Berdasarkan Dimensi <i>Reliability</i> pada Masa Pandemi Covid-19 .....	70
Tabel 4. 33	Total Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Amabruk Berdasarkan Dimensi <i>Responsiveness</i> pada Masa Pandemi Covid-19.....	71

Tabel 4. 34 Total Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Amabruk Berdasarkan Dimensi <i>Reliability</i> pada Masa Pandemi Covid-19 .....	72
Tabel 4. 35 Total Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Amabruk Berdasarkan Dimensi <i>Emphaty</i> pada Masa Pandemi Covid-19.....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	48
Gambar 4. 2 Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi <i>tangible</i> pada masa pandemi Covid-19.....	54
Gambar 4. 3 Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi <i>reliability</i> pada masa pandemi Covid-19.....	58
Gambar 4. 4 Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi <i>responsiveness</i> pada masa pandemi Covid-19.....	61
Gambar 4. 5 Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi <i>assurance</i> pada masa pandemi Covid-19.....	65
Gambar 4. 6 Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi <i>emphaty</i> pada masa pandemi Covid-19 .....	68

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia telah mengalami banyak peningkatan baik dari segi jumlah maupun jenisnya. Namun dengan semakin berkembangnya lembaga-lembaga keuangan syariah, juga diimbangi dengan persaingan bisnis yang semakin ganas. Salah satunya adalah baitul maal wat tamwil (BMT). Banyak yang membedah bahwa BMT merupakan organisasi pendampingan yang sedang berkembang dan selanjutnya berkembang pesat. BMT juga merupakan pemikiran dan ide dari lembaga keuangan syariah yang pertama kali muncul di Indonesia pada tahun 1980. Kinerja pelayanan yang sangat mempengaruhi loyalitas konsumen (kepuasan nasabah) mencakup beberapa aspek, yaitu *tangible* (kemampuan dalam menampilkan fisik), *reability* (kemampuan untuk meningkatkan pelayanan dengan segera dan tepat waktu), *responsiveness* (kemampuan untuk meningkatkan kecepatan karyawan dalam menanggapi nasabah), *assurance* (keterampilan menangani keluhan pelanggan), *empathy* (memahami kebutuhan pelanggan) terlebih pada lembaga keuangan yang berbasis syariah. Sebagai salah satu lembaga keuangan syariah yang menawarkan jenis pelayanan dalam bentuk jasa kepada nasabah, BMT harus lebih mengembangkan fasilitas kantor dan kualitas pelayanan untuk menjaga hubungan baik dengan klien/nasabah di kemudian hari (Hasan, 2010, hal. 94).

Upaya penghimpunan dana dan pembiayaan yang dilakukan harus direncanakan sedemikian rupa dan produk yang ditawarkan kepada masyarakat juga harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga dapat menarik minat nasabah yang harus dijaga adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Dengan memberikan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan nasabah, apabila karyawan memfokuskan perhatian pada upaya pemuasan keinginan nasabah dengan menentukan nasabah sasaran yang sebenarnya yang akan dilayani, mengidentifikasi keinginan



nasabah mengembangkan produk yang mampu memuaskan kepuasan nasabah (Hasan, 2010, hal. 94).

BMT dalam menarik kepuasan nasabah harus menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, agar terjaganya kepercayaan nasabah terhadap BMT tersebut. Karena BMT juga merupakan sebuah perusahaan jasa dalam lembaga keuangan, agar dapat mencapai kejayaannya, maka BMT harus memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh *costomer service* atau karyawan kepada nasabahnya (Iska, 2012, hal. 54). Pelayanan yang diberikan oleh BMT akan membuat kredibilitas terhadap lembaga tersebut menjadi baik.

Begitu juga dengan PT. LKMS BMT Almabruk yang terletak di Jalan Jendral Sudirman nomor 137 Batusangkar. PT. LKMS BMT Almabruk dalam operasionalnya memberikan pelayanan terhadap nasabahnya. Pelayanan yang diberikan bertujuan untuk menarik nasabah agar berminat untuk bertransaksi di PT. LKMS BMT Almabruk. Dilihat dari tahun 2016-2020 jumlah nasabah BMT terus meningkat. Berikut data jumlah nasabah PT. LKMS BMT Almabruk pada tahun 2016-2020.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah PT. LKMS BMT Almabruk**

<b>No</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>	<b>Persentase%</b>
<b>1</b>	<b>2016</b>	<b>1516</b>	<b>34,63</b>
<b>2</b>	<b>2017</b>	<b>1905</b>	<b>25,65</b>
<b>3</b>	<b>2018</b>	<b>2656</b>	<b>39,42</b>
<b>4</b>	<b>2019</b>	<b>2897</b>	<b>9,07</b>
<b>5</b>	<b>2020</b>	<b>3049</b>	<b>52,46</b>

*Sumber : Dokumen PT. LKMS BMT ALMABRUK*

Dari tabel 1.1 di atas terlihat bahwa jumlah nasabah dari tahun ketahun mengalami peningkatan, walaupun persentasenya tiap tahun mengalami kenaikan dan penurunan seperti tahun 2016 jumlah nasabah meningkat sebesar 34,63%, pada tahun 2017 jumlah nasabah meningkat

sebesar 25,65%, walaupun jumlah peningkatannya lebih kecil dari tahun 2016. Tahun 2018 jumlah nasabah meningkat cukup signifikan, yaitu 39,42%, dan pada tahun 2019 nasabah PT. LKSM BMT Almabruk jumlah nasabah masih meningkat walaupun persentase peningkatannya lebih kecil dari tahun 2018, yaitu sebesar 9,07%. Pada saat pandemi Covid-19 masih terus meningkat, dan perekonomian masih merosot di tahun 2020 jumlah nasabah meningkat dengan persentase paling sebesar 52,46% dari lima tahun terakhir. Penulis melihat jumlah pertumbuhan nasabah dari tahun 2016-2020 selalu mengalami peningkatan. Tahun 2020 masyarakat semakin bertambah menjadi nasabah PT. LKMS BMT Almabruk. Hal ini menunjukkan bahwa usaha PT. LKMS BMT Almabruk dalam mempertahankan dan menarik nasabah, menggunakan bentuk kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hal tersebut akan mempengaruhi ketetapan, keakuratan, kemampuan, dan kecepatan PT. LKMS BMT Almabruk dalam memberi pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya BMT tersebut di mata nasabah.

Salah satu faktor yang mendorong pangsa pasar suatu lembaga keuangan adalah kualitas pelayanan. Untuk mengetahui kepuasan nasabah kita dapat melihat dari perilaku nasabah itu sendiri, perilaku nasabah atau konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Cahyani, 2016, hal. 152). Secara teorinya dapat diketahui kepuasan nasabah salah satunya adalah kualitas pelayanan yang diberikan PT. LKMS BMT Almabruk tersebut.

PT. LKMS BMT Almabruk Batusangkar dilihat dari aspek *tangible*, luas ukuran kantor lebih kurang 3x4 meter. Memiliki 3 buah meja kantor, satu meja direktur, satu meja marketing dan satu meja teller. Di depan meja direktur tersedia 1 buah kursi, di depan meja marketing terdapat 2 buah kursi, dan di depan meja teller tidak ada kursi untuk nasabah. Dilihat dari bagian luar BMT tidak menyediakan parkir khusus untuk nasabah PT. LKMS

BMT Almabruk. Dilihat dari aspek pelayanan, karyawan PT. LKMS BMT Almabruk dituntut mampu dalam melaksanakan tugas sebagai *teller*, *marketing* dan *officer*, ketika *teller* tidak berada di tempat maka bagian *marketing* bisa menggantikannya. Hal ini akan berpengaruh terhadap pelayanan bagi nasabah (Rahmat Ade Putra, Direktur, Wawancara, PT. LKMS BMT Almabruk, Kamis, 14.30, 25 Maret 2021).

Dilihat dari aspek *reliability*, *officer* mampu memberikan pelayanan yang maksimal karena dengan memberikan pelayanan yang maksimal nasabah bisa tetap menggunakan jasa-jasa dari BMT tersebut dan nasabah merasa nyaman. Dengan sikap yang sopan, ramah, telaten, nasabah pasti tidak akan beralih ke bank lain karena BMT memberikan apa yang nasabah butuhkan. Dilihat dari daya tanggap, penyampaian informasi yang diberikan oleh *officer* adalah produk-produk BMT yang sesuai dengan keinginan nasabah, bisa lewat brosur. Jadi produk yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah dan *officer* menyampaikannya dengan bahasa dan gerak tubuh yang mudah dipahami oleh nasabah.

Berdasarkan kinerja PT. LKMS BMT Almabruk yang dipaparkan di atas akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Nasabah akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan oleh PT. LKMS BMT Almabruk baik dan sebaliknya.

Salah satu nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berinisial T.Y menjelaskan bahwa pelayanan yang diberikan oleh BMT selama pandemi Covid-19 T.Y merasa sangat puas, pelayanannya masih sama dengan pelayanan sebelum pandemi. Terlihat ketika nasabah bertanya kepada *Officer* selalu dijawab dengan jelas dan dengan senyum, sikap sopan, ramah, dan selalu bersikap tenang. Itu semua sudah mencerminkan sikap melayani nasabah yang baik yang dimiliki oleh *officer* pada PT. LKMS BMT Almabruk (T. Y, Wawancara, Kamis, 09.00, 01 April 2021).

Hal senada juga diungkapkan E.W bahwa *officer* di PT. LKMS BMT Almabruk sudah memberikan pelayanan maksimal kepada para nasabah. *Officer* juga selalu berusaha memahami dan memberikan solusi tentang

semua keluhan yang nasabah sampaikan diwaktu nasabah mempertanyakan apa yang nasabah tidak mengerti dengan sikap yang sopan, ramah dan telaten. Hal tersebut dapat menarik nasabah agar nasabah tetap nyaman menggunakan jasa pada PT. LKMS BMT Almabruk (E.W, Wawancara, Kamis, 09.30, 01 April 2021).

Nasabah lainnya A.W mengungkapkan bahwa terkadang penyampaian informasi juga mengalami kendala pada masa pandemi Covid-19, mungkin karena masyarakat ataupun nasabah belum faham dalam dunia keuangan syariah. Itu menjadi salah satu tugas penting yang harus dilakukan oleh *officer* yaitu menjelaskan dengan pelan, sabar, telaten dan teliti kepada para nasabah agar transaksi yang dilakukan dengan nasabah dapat dilakukan secara tepat dan cepat sehingga semua kegiatan menjadi mudah dan lancar serta dalam menyampaikan informasi sudah sangat mudah dipahami (A.W, Wawancara, Kamis, 10.00, 01 April 2021).

D.A juga salah satu nasabah PT. LKMS BMT Almabruk mengungkapkan bahwa PT. LKMS BMT Almabruk sudah menerapkan *social distancing* dengan cara melakukan berbagai protokol kesehatan sebagai upaya memberi perlindungan kepada nasabah. Kalau nasabah yang ingin bertransaksi langsung ke PT. BMT Almabruk harus memakai masker, mencuci tangan terlebih dahulu sebelum masuk, dan menjaga jarak (D.A, Wawancara , Kamis, 10.30,01 April 2021).

Khusus untuk nasabah yang ingin menabung dan melakukan pembayaran pembiayaan, pihak *marketing* PT. LKMS BMT Almabruk langsung yang mendatangi rumah nasabah. Hal tersebut bisa mengurangi jumlah antrian yang datang ke PT. LKMS BMT Almabruk (Satria, Wawancara , Kamis, 11.00, 01 April 2021).

D.V.L nasabah PT. LKMS BMT Almabruk beliau suka dengan pelayanan yang diberikan oleh *officer*, tapi D.V.L kurang nyaman dengan fasilitas yang disediakan oleh pihak PT. LKMS BMT Almabruk. Seperti tempat parkir yang sangat kecil, sehingga sering tidak bisa parkir motor ketika ada kepentingan ke PT. LKMS BMT Almabruk. Begitu juga dengan

ketersediaan tempat duduk. Ketika ada lebih dari satu nasabah, tempat duduk tidak ada lagi, sehingga dia harus menunggu sambil berdiri. Serta ukuran ruangan 3x4 meter sangat tidak kondusif, apalagi sekarang pada masa pandemi Covid-19 kita harus menjaga jarak (D.V.L, Wawancara, Kamis, 11.30, 01 April 2021).

R.S nasabah PT. LKMS BMT Almabruk mengatakan bahwa selama masa pandemi covid-19 atau masa normal strategi pelayanannya sama, tetapi dalam masa pandemi covid tentu nasabah yang datang ke PT. LKMS BMT Almabruk itu harus mematuhi protokol kesehatan, seperti memakai masker, mencuci tangan dan juga menjaga jarak. Intinya PT. LKMS BMT Almabruk juga menerapkan protokol kesehatan selama pandemi covid-19 untuk mencegah penyebaran covid-19 (R.S, Wawancara, Kamis, 20.45, 19 Agustus 2021).

Semua fasilitas yang ada di PT. LKMS BMT Almabruk tidak mengalami perubahan sama sekali, misalnya letak tempat duduk nasabah yang menunggu antrian tetap seperti biasa pada kondisi normal. Namun sebaiknya dimasa pandemi ini tempat duduk harus diberi jarak sesuai dengan protokol kesehatan untuk menghindari penyebaran virus corona ini dan agar nasabah tidak duduk berdekatan.

Dengan demikian, alasan peneliti memilih PT. LKMS BMT Almabruk sebagai objek penelitian, karena lokasi BMT Almabruk sangat strategis, dipinggir jalan dan dekat dengan kampus IAIN Batusangkar sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat luas, mahasiswa dan dosen. BMT Almabruk mampu bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya. Hal ini dapat dibuktikan dengan waktu yang singkat kurang lebih 5 tahun BMT Almabruk mampu mendapatkan nasabah dengan jumlah yang terus bertambah walaupun dua tahun terakhir dalam masa pandemi covid-19 nasabah PT. LKMS BMT Almabruk peminatnya makin bertambah. PT. LKMS BMT Almabruk dapat memberikan kontribusi bagi nasabahnya seperti pembiayaan *murabahah* bagi mahasiswa IAIN Batusangkar tujuannya untuk mendukung proses belajar mengajar dan menunjang kegiatan akademik bagi

mahasiswa. PT. LKMS BMT Almabruk memberikan fasilitas pembiayaan *murabahah* mahasiswa IAIN Batusangkar untuk pembelian laptop, netbook, smartphone, handphone berguna untuk keperluan belajar daring selama pandemi covid-19 maupun untuk pembayaran uang kuliah dengan sistem angsuran kepada mahasiswa IAIN Batusangkar.

Berdasarkan kondisi tersebut maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk, yang akan penulis lanjutkan dalam bentuk penelitian yang berjudul ***“Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk Pada Masa Pandemi Covid-19”***.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis menyusun identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk pada masa pandemi Covid-19.
2. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk pada masa pandemi Covid-19.
3. Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *tangible* pada masa pansdemi Covid-19.
4. Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *reliability* pada masa pandemi Covid-19.
5. Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *responsiveness* pada masa pandemi Covid-19.
6. Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *assurance* pada masa pandemi Covid-19.
7. Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *empathy* pada masa pandemi Covid-19.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat batasan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *tangible* pada masa pandemi Covid-19.
2. Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *reliability* pada masa pandemi Covid-19.
3. Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *responsiveness* pada masa pandemi Covid-19.
4. Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *assurance* pada masa pandemi Covid-19.
5. Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *empathy* pada masa pandemi Covid-19.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini seberapa besar tingkat kepuasan nasabah, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk pada masa pandemi Covid-19.

#### **E. Tujuan Masalah**

Berdasarkan batasan dan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut untuk:

1. Mengetahui dan menganalisa seberapa besar tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk pada masa pandemi Covid-19.
2. Mengetahui Seberapa besar tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *reliability* pada masa pandemi Covid-19.
3. Mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *responsiveness* pada masa pandemi Covid-19.
4. Mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *empathy* pada masa pandemi Covid-19.

## **F. Manfaat dan Luaran Penelitian.**

### **1. Manfaat Penelitian**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan digunakan sebagai bahan informasi penelitian lebih lanjut. Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan referensi bagi mahasiswa yang membutuhkan.
- b. Dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah pemahaman, wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan tentang bagaimana kepuasan nasabah pada PT. LKMS BMT Almabruk.
- c. Dapat dijadikan sebagai referensi dan perbandingan bagi penelitian selanjutnya serta memberikan motivasi bagi mahasiswa untuk melakukan penelitian lebih lanjut.
- d. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

### **2. Luaran Penelitian**

Adapun luaran penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah agar dapat diterbitkan dalam jurnal ilmiah dan bisa menambah khazanah pustaka IAIN Batusangkar.

## **G. Defenisi Operasional**

Tujuan dari definisi operasional untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul skripsi, penulis akan menguraikan secara singkat maksud dan tujuan dari masalah penelitian tersebut dalam bentuk definisi operasional yaitu:

Kepuasan nasabah (pelanggan) merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 1997, hal. 24).



Pelayanan yaitu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan (Kasmir, 2017, hal. 47).

*Tangible* (bukti fisik) yaitu meliputi penampilan fisik gedung, tersedianya fasilitas pendukung (tempat parkir dan ruang tunggu), penampilan para karyawan rapi, peralatan yang canggih dan kebersihan kantor.

*Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan karyawan PT. BMT Almabruk dalam pelayanan harus tepat waktu dan spesifikasi, tanpa kesalahan, kapanpun pelayanan tersebut diberikan kepada nasabah yang melakukan transaksi pada PT. BMT Almabruk.

*Responsiveness* (daya tanggap), kemampuan para karyawan PT. BMT Almabruk dalam keikutsertaan dapat membantu para nasabah dan memberikan layanan dengan tanggap. Hal ini tercermin pada kecepatan, ketepatan layanan yang diberikan PT. BMT Almabruk kepada nasabah dalam melakukan transaksi.

*Assurance* (jaminan), yaitu meliputi pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk memberikan kepercayaan dan memberikan rasa aman pada pelanggan (nasabah) serta mempertanggungjawabkan atas kesalahan yang dilakukan.

*Empathy*, yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian, pribadi dan memahami kebutuhan nasabah. PT. BMT Almabruk dalam memberikan perhatian dan kepedulian terhadap nasabah dalam kemudahan mendapatkan layanan. Sehingga semua nasabah berhak memperoleh kemudahan layanan yang sama tanpa didasari apakah mempunyai hubungan khusus dengan karyawan PT. BMT Almabruk atau tidak.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Kepuasan Nasabah**

###### **a. Pengertian Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah menurut Kotler bahwa “kepuasan nasabah dapat juga diartikan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya” (Kotler, 1997, hal. 24). Dengan terciptanya loyalitas konsumen (pelanggan) maka akan memberikan beberapa keuntungan diantaranya, hubungan antara organisasi dan kliennya menjadi menyenangkan, memberikan premis yang layak dan membuat klien dapat diandalkan (memberikan dasar yang baik dan terciptanya loyalitas pelanggan).

Menurut para akademis, Kepuasan pelanggan (customer) merupakan struktur yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas layanan juga dapat secara langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan, dan secara tidak langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan. Kualitas layanan mendorong pelanggan (customer) untuk membuat janji terhadap produk dan layanan perusahaan, sehingga berdampak pada peningkatan posisi pasar produk. (Kotler, 1997, hal. 24).

Dalam konteks nasabah (pelanggan) pada umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan nasabah (pelanggan) tentang apa yang akan diterimanya. Harapan nasabah (pelanggan) diyakini mempunyai peranan besar dalam menentukan kualitas jasa dan kepuasan nasabah. Pada dasarnya ada hubungan yang erat penentuan kualitas dan kepuasan nasabah (pelanggan).

Kata “kepuasan atau *satisfaction*” berasal dari bahasa latin “*satis*” yang artinya cukup baik, memadai dan “*faction*” yang artinya

melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Namun, ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah kepuasan nasabah (pelanggan) lantas menjadi suatu yang kompleks (Tjiptono F. , 2014, hal. 352).

Pemenuhan atau kekecewaan seorang individu dengan pekerjaan adalah kondisi abstrak, dan merupakan akibat dari tekad yang bergantung pada pemeriksaan atas apa yang benar-benar diakui, dibutuhkan, dan diyakini oleh perwakilan itu cocok atau memenuhi syarat untuknya. (Burhanuddin, 2015, hal. 279).

Secara tradisional, pelanggan (customer) didefinisikan sebagai orang yang membeli dan menggunakan produk. Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pelanggan adalah orang yang menggunakan jasa. Dalam dunia keuangan Islam, nasabah diartikan sebagai nasabah. Pandangan tradisional ini menyimpulkan bahwa pelanggan (customer) adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk. Sedangkan orang yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum proses produksi berlangsung dianggap sebagai pemasok (Zulian, 2001, hal. 75).

Untuk mendefinisikan kepuasan pelanggan (customer) sebenarnya tidak mudah, karena pelanggan memiliki berbagai karakteristik, baik pengetahuan, kelas sosial, pengalaman, pendapatan maupun harapan. Kepuasan pelanggan (customer) dapat diketahui setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pasca pembelian atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapan (Zulian, 2001, hal. 78).

Menurut Westbrook dan Reilly (1983) dalam Tjiptono (2011, hal. 433) kepuasan nasabah (pelanggan) adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa

tertentu yang di beli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Sedangkan menurut Tse dan Wilton (1988) dalam Tjiptono (2011, hal. 433) mendefinisikan kepuasan atau ketidakpuasan nasabah (pelanggan) sebagai respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersiapkan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan.

Klien atau pembeli yang membeli kembali barang dan layanan yang dikirimkan oleh perusahaan adalah klien dalam arti yang sebenarnya. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen merupakan faktor penting bagi pembeli dalam membeli barang dan jasa.

Terlepas dari kenyataan bahwa lembaga keuangan syariah yang berfokus pada klien berusaha untuk membuat loyalitas konsumen yang tinggi, itulah tujuan utama mereka. Dalam hal organisasi membangun loyalitas konsumen dengan menurunkan tingkat keuntungan. Organisasi dapat memperluas tingkat manfaat dengan, misalnya, mengembangkan kreasi lebih lanjut atau memberikan spekulasi yang lebih besar (Kotler, 2004, hal. 71).

#### **b. Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah**

Ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk menentukan tingkat kepuasan nasabah (pelanggan), yaitu sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk, pelanggan akan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata produknya berkualitas.
- 2) Harga, untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting, karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

- 3) Kualitas pelayanan (*service quality*), kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan *driver* yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah *ServQual*.
- 4) Biaya dan kemudahan, pelanggan akan bertambah puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan.
- 5) *Emotional factor*, pelanggan akan merasa bangga karena adanya *emotional value* yang diberikan oleh *brand* produk tersebut (Sari, 2019: 18).

### c. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan (*customer*) merupakan ukuran yang penting, karena pelanggan adalah pihak yang merasakan pelayanan yang diberikan oleh suatu pelayanan tertentu. Dalam hal ini, kualitas citra yang baik tidak didasarkan pada perspektif penyedia layanan, tetapi didasarkan pada perspektif persepsi pelanggan. Karena menurut penyedia jasa yang baik belum tentu baik dan diterima oleh pelanggan.

Oleh karena itu, evaluasi pelanggan terhadap kualitas layanan merupakan evaluasi menyeluruh atas keunggulan layanan dari perspektif pelanggan, yang dapat digunakan sebagai umpan balik dan saran untuk merumuskan dan menerapkan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (pelanggan).

Pengukuran kepuasan pelanggan (*customer*) sangat diperlukan, agar perusahaan tidak membuang-buang uang, atau lebih efektif memprioritaskan produk atau jasa yang diberikan kepada pelanggan, dan perusahaan dapat menjalin komitmen kepada karyawan di semua tingkatan untuk ikut serta meningkatkan pelanggan. proses kepuasan (pelanggan) (Irawan, 2003, hal. 6).

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan

pesaing. Ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan antara lain sebagai berikut:

1) Sistem keluhan dan saran

Sistem organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, *website*, *facebook*, *twitter*, dan lain-lain.

2) *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan dibandingkan para pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

*Ghost shopper* juga dapat mengobservasi cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan nasabah (pelanggan), dan menangani setiap masalah atau keluhan pelanggan.

3) *Lost customer analysis*

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4) *Survey* kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian *survey*, baik dengan *survey* melalui pos, telepon, email, *websites*, maupun wawancara pribadi. Melalui *survey* perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan

balik (*feedback*) secara langsung dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya (Tjiptono, 2011, hal. 314).

Pengukuran kepuasan dapat dilakuakn dengan berbagai cara:

a) *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung, melalui pertanyaan dengan skala beriku: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.

b) *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan dua hal pertama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasakan.

c) *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d) *Importance-performance analysis*

Dalam teknik ini, responden dimintak untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (atribut) tersebut (Tjiptono, 2004, hal. 34).

#### **d. Strategi Kepuasan Nasabah**

Schnaars dalam bukunya Tjiptono *Strategi Pemasaran* (2008) strategi kepuasan pelanggan menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan suatu perusahaan. Satu hal yang perlu diperhatikan adalah bahwa kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya

manusia. Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu:

1) Strategi pemasaran berupa *relationship marketing*

Menurut Mc Kenna dalam Tjiptono (2008) Strategi pemasaran berupa *Relationship Marketing* adalah strategi dimana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Supaya *relationship marketing* dapat diimplementasikan, perlu dibentuk *customer database*, seperti yang diungkapkan oleh Goni dalam Tjiptono (2008). *Customer database* yaitu daftar nama pelanggan yang oleh perusahaan dianggap perlu dibina hubungan jangka panjang dengan mereka. Database tersebut tidak hanya berisi nama pelanggan, tetapi juga mencakup hal-hal penting lainnya, misalnya frekuensi dan jumlah pembelian, preferensi, dan lain sebagainya. Dengan tersedianya informasi semacam itu, maka diharapkan perusahaan dapat memuaskan para pelanggannya secara lebih baik, yang pada gilirannya dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan sehingga terjadi pembelian ulang. Selain itu, informasi tersebut memungkinkan perusahaan untuk merancang produk khusus yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan tertentu supaya bisa memberikan hasil yang lebih efektif, hubungan yang baik tidak hanya dibina dengan pelanggan akhir, tetapi juga dengan pemasok bahkan dengan perusahaan pesaing.

2) Strategi *superior customer service*

Menurut Schnaars dalam (Tjiptono, 2008, hal. 41) yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan yang superior. Oleh karena itu, seringkali (tetapi tidak harus) perusahaan yang menawarkan *customer service* yang lebih baik akan membebankan harga yang lebih tinggi pada produk-produknya. Akan tetapi



biasanya mereka memperoleh manfaat besar dari pelayanan yang lebih baik tersebut, yaitu berupa tingkat pertumbuhan yang cepat besarnya laba yang diperoleh. Contoh pelayanan superior yang dapat diberikan adalah distributor komputer memberikan pelayanan konsultasi gratis seputar permasalahan komputer, surat kabar yang memberikan jasa pelayanan gratis dalam menentukan format iklan bagi para pemasang iklan, dan lain sebagainya.

### 3) Strategi *unconditional gurantees*

Menurut Hart dalam (Tjiptono, 2008, hal. 42) strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Selain itu juga akan meningkatkan motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik daripada sebelumnya.

### 4) Strategi penanganan keluhan yang efektif

Menurut Schnaars dalam (Tjiptono, 2008, hal. 43) penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas (atau bahkan menjadi pelanggan abadi). Proses penanganan keluhan yang efektif dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh. Langkah ini merupakan langkah yang sangat vital, karena menentukan efektivitas langkah-langkah selanjutnya. Sumber masalah ini perlu diatasi, ditindaklanjuti, dan diupayakan agar dimasa mendatang tidak timbul masalah yang sama.

Keterlibatan manajemen puncak dalam menangani keluhan pelanggan juga memberikan dampak positif. Hal ini dikarenakan pelanggan lebih suka berurusan dengan orang-orang yang memiliki kekuasaan/wewenang untuk mengambil keputusan dan tindakan untuk memecahkan masalah mereka. Ada empat aspek penting dalam menangani keluhan, yaitu:

- a) Empati terhadap pelanggan yang ramah Dalam menangani pelanggan yang emosi atau marah, perusahaan perlu bersikap empati, karena bila tidak situasi akan bertambah runyam. Perusahaan perlu meluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut.
  - b) Kecepatan dalam penanganan keluhan Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan pelanggan tersebut menjadi puas. Apabila pelanggan puas dengan cara penanganan keluhannya, maka kemungkinan besar kemungkinannya akan menjadi pelanggan perusahaan kembali.
  - c) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan tau keluhan Perusahaan perlu memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi win-win, dimana pelanggan dan perusahaan sama-sama diuntungkan (*fair/realistis*).
  - d) Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan Hal ini sangat penting bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhannya. Disini sangat dibutuhkan adanya metode komunikasi yang mudah dan relatif tidak mahal, dimana pelanggan dapat menyampaikan keluhannya.
- 5) Strategi peningkatan kinerja perusahaan, meliputi upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *salesmanship*, dan *public relationship* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsur kemampuan untuk memuaskan pelanggan (yang penilainya bisa didasarkan pada survei pelanggan) kedalam sistem penilaian prestasi

karyawan, dan memberikan *empowerment* (wewenang) yang besar kepada para karyawan dalam melaksanakan tugasnya.

6) Menetapkan *Quality function Deployment* (QFD)

QFD yaitu praktik untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan kebutuhan pelanggan. QFD merupakan konsep yang pertama kali dikembangkan di Jepang dan kemudian berkembang luas dinegaranegara lain. QFD berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan organisasi. Hal ini dilaksanakan dengan melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk sedini mungkin. Dengan demikian QFD memungkinkan suatu perusahaan untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut, dan memperbaiki proses hingga tercapai efektivitas maksimum.

## 2. Pelayanan Nasabah

### a. Pengertian Pelayanan Nasabah

Menurut Philip Kotler dalam Dasar-Dasar Perbankan Melayu SP Hasibuan pelayanan atau *service excellent* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang ada pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilihan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikatakan dengan suatu produk fisik (Hasibuan, 2006, hal. 152).

Pelayanan nasabah adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah (pelanggan) atau sesama karyawan (Kasmir, 2011, hal. 15). Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tau tempatnya atau pelanggan melalui telepon. Tujuan pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan memiliki persamaan yaitu bagaimana memuaskan pelanggan atau nasabah.

## **b. Etiket Pelayanan Nasabah**

Dalam memberikan pelayanan pegawai bank selalu dituntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar harga diri atau etika. Dalam memberikan pelayanan juga diperlukan etiket, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai bank dapat saling menghargai.

Secara umum etiket pelayanan yang dapat diberikan oleh pegawai bank dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut :

- 1) Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore. Jika kita sudah tau agama nasabah misalnya muslim, maka ucapkan *assalamualaikum*.
- 2) Setelah mengucapkan salam, segera mempersilakan tamu untuk masuk dan duduk dengan sopan atau suruh menunggu sebentar.
- 3) Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilakan tamu untuk masuk atau duduk selalu dengan ramah dan murah senyum.
- 4) Bertanya tentang keperluan nasabah secara ramah, sopan, dan lemah lembut.
- 5) Biasakan mengucapkan tolong dan maaf saat meminta nasabah mengisi formulir atau menunggu sesaat.
- 6) Ucapkan terima kasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya (Kasmir, 2005, hal. 176).

## **c. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik**

Setiap bank selalu ingin dianggap yang terbaik di mata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Ciri-ciri pelayanan yang baik ini harus segera dapat dipenuhi oleh bank sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh CS yaitu :

- 1) Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan

prasarana yang dimiliki bank. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan bank.

2) Tersedia karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas CS yang melayaninya. Petugas CS harus ramah, sopan, dan menarik. Selain itu, petugas CS harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan, serta pintar. Petugas CS harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik.

3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas CS harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika petugas bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya.

4) Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani nasabah diharapkan petugas CS harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

5) Mampu berkomunikasi

Petugas CS harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Petugas CS pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya, petugas CS harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.

6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas CS harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapapun. Rahasia bank merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank.

7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi CS harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas CS selalu berhubungan dengan manusia, maka CS perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

8) Berusaha memahami kebutuhan nasabah

CS harus cepat tanggap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas CS yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

9) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan petugas CS khususnya dan seluruh karyawan bank umumnya (Kasmir, 2016, hal. 303).

**d. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan keinginan pelanggan. Dengan kata lain faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan dan persepsi terhadap layanan.

Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten (Tjiptono, 2008, hal. 157).

Dimensi kualitas pelayanan dibagi menjadi 5 dimensi pokok yaitu sebagai berikut :

### 1) Bukti fisik (*tangible*)

meliputi penampilan fisik gedung, tersedianya fasilitas pendukung (tempat parkir dan ruang tunggu), penampilan karyawan rapi, peralatan yang canggih dan kebersihan kantor.

#### a) Penampilan fisik gedung

Seorang pelanggan akan mempunyai persepsi dan pendapat bahwa perusahaan mempunyai pelayanan yang baik apabila *lobby* nya terlihat mewah dengan keramik dan dindingnya dicat dengan rapi dan bersih.

#### b) Tersedianya fasilitas pendukung (tempat parkir dan ruang tunggu)

Dengan adanya fasilitas pendukung seperti tempat parkir dan ruang tunggu maka akan membuat pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga dengan diberikan pelayanan tersebut maka pelanggan akan memberikan penilaian yang baik.

#### c) Penampilan karyawan yang rapi

Selain bangunan dan kantor pendukung lainnya, klien juga akan menilai bagaimana penampilan fisik dari para karyawan. Dengan memiliki karyawan yang rapi dan jelas (khas) akan memberikan ketertarikan dalam memengaruhi kesan klien mereka bahwa mereka memiliki kualitas bantuan yang hebat. Dengan penampilan yang bagus dan sempurna, sebuah organisasi akan benar-benar ingin memberikan dukungan positif, sekaligus memberikan kebahagiaan di mata klien (Lupiyoadi, 2011, hal. 6).

### 2) Keandalan (*reliability*)

yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah, keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan, keandalanpetugas dalam melancarkan prosedur pelayanan dan keandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.

Loyalitas konsumen terhadap pelayanan juga dikendalikan oleh pengukuran kualitas yang tak tergoyahkan, yang merupakan ukuran yang menunjukkan ketergantungan (pengetahuan) suatu organisasi dalam menawarkan jenis bantuan kepada klien. Dibandingkan dengan empat karakteristik bantuan lainnya, pengukuran ini secara teratur dilihat sebagai yang paling signifikan bagi klien dari bisnis bantuan yang berbeda.

Parasuraman (1998) mengartikan kualitas yang tak tergoyahkan sebagai kemampuan untuk menawarkan jenis bantuan yang dijamin secara tepat. Pengujian yang berbeda dalam industri perbankan mengenai dampak pengukuran *Servqual* termasuk pengukuran kualitas yang tak tergoyahkan telah memberikan bukti bahwa pengukuran ketergantungan mempengaruhi loyalitas nasabah (Hartono, 2010, hal. 18-19).

Ada dua aspek dari dimensi ini, pertama yaitu kesanggupan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan. Kedua yaitu seberapa jauh suatu perusahaan sanggup memberikan pelayanan yang akurat.

Dalam industri jasa, perusahaan bergantung pada manusia yang memang sudah konsisten, yang lebih sulit lagi karena jasa diproduksi dan konsumsi pada saat yang bersamaan. Oleh sebab itu, tidak ada waktu bagi perusahaan jasa untuk memisahkan pelayanan yang benar dan pelayanan yang salah.

### 3) Daya tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap adalah keinginan, respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yaitu meliputi : kesigapan karyawan dalam melayani konsumen, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan penanganan keluhan konsumen, siap sedia menanggapi pertanyaan konsumen, penyampaian informasi saat pelayanan, dan kemauan untuk membantu konsumen.



*Responsiveness* adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu.

Sama seperti dimensi pelayanan lainnya, maka kepuasan terhadap dimensi *responsiveness* adalah berdasarkan persepsi dan bukan aktualnya. Karena persepsi mengandung aspek psikologi lain, maka faktor komunikasi dan situasi fisik disekeliling pelanggan yang menerima pelayanan merupakan hal yang penting dalam mempengaruhi penilaian pelanggan.

Pelanggan yang *responsive* atau yang tanggap, juga sangat dipengaruhi oleh sikap *front-line* (karyawan bagian depan kantor seperti *officer*). Salah satunya adalah kesigapan dan ketulusan dalam menjawab pertanyaan atau permintaan pelanggan (Lupiyoadi, 2011, hal. 7).

Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas. Agung dalam penelitiannya menyatakan bahwa dimensi daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Hartono, 2010, hal. 18-19).

#### 4) Jaminan (*assurance*)

Ini menggabungkan informasi dan kebaikan perwakilan dan kapasitas mereka untuk membuat kepercayaan dan membuat keyakinan bahwa semuanya baik untuk (klien) seperti halnya kewajiban terkait kesalahan yang dibuat. Dimensi ini merupakan pengukuran kualitas yang mengidentifikasi dengan kapasitas organisasi dan perilaku staf garis depan dalam memberikan kepercayaan dan kepercayaan kepada klien. Berdasarkan pemeriksaan yang telah dilakukan, ada empat bagian dari dimensi

ini, khususnya keramahan, kemampuan, ketenaran, dan keamanan (Lupiyoadi, 2011, hal. 7).

Perspektif utama adalah keramahan, yang mungkin merupakan bagian kualitas administrasi yang paling tidak menuntut untuk diukur. Demikian juga banyak pengawas percaya itu adalah program pemenuhan paling murah. Seperti yang diharapkan siapa pun, banyak administrator bergegas untuk fokus pada hal ini. Pejabat direksi akan dimasukkan sebagai program utama untuk lebih mengembangkan loyalitas konsumen.

Sudut pandang selanjutnya adalah keterampilan. Jika petugas melayani klien dengan ramah, ini adalah perasaan awal yang baik. Sejak saat itu, dengan asumsi klien meminta beberapa administrasi dan, tidak dapat menjawab seperti yang diharapkan, klien mulai kehilangan kepercayaannya. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan dalam sifat administrasi.

Sudut pandang ketiga adalah ketenaran. Selebar kertas, yang disebut strategi, adalah barang yang dijual oleh agen asuransi kepada klien mereka. Dengan strategi ini, klien dijamin akan benar-benar ingin mengajukan kasus jika suatu hari kendaraan mereka mengalami kecelakaan. Kepercayaan klien terhadap pengaturan tersebut akan sangat dipengaruhi oleh validitas atau kemasyhuran dari agen asuransi tersebut.

Bagian keempat dari dimeensi ini adalah keamanan. Klien memiliki kecurigaan bahwa semuanya baik-baik saja dalam melakukan pertukaran. Aman karena perusahaan mudah dalam pertukaran. Sensasi keamanan ini sangat penting

##### 5) Empati (*emphaty*)

Terutama pertimbangan individu yang disediakan perusahaan untuk pembeli seperti kemampuan karyawan untuk berbicara dengan pembeli dan upaya perusahaan untuk memahami kebutuhan banyak pembelinya.

Bantuan empatik, benar-benar membutuhkan sentuhan individu. Namun, perlu diperhatikan, sentuhan individu ini mungkin diperluas jika organisasi memiliki basis informasi yang layak. Tanpa ini, tidak dapat disangkal menantang untuk melatih bantuan simpatik (Lupiyoadi, 2011, hal. 8).

Simpati (kasih sayang adalah kemampuan organisasi untuk memberikan perhatian yang baik terhadap pembeli). Agung dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa komponen simpati berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen (Lupiyoadi, 2011, hal. 8).

#### **e. Dasar-dasar Pelayanan Nasabah**

Seorang CS dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Agar pelayanan yang diberikan bisa memuaskan nasabah, maka seorang CS harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang CS.

##### 1) Berpakaian dan berpenampilan

Pakaian dan penampilan merupakan satu paket yang tidak dapat dipisahkan. Artinya petugas CS harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik.

##### 2) Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum

Dalam melayani nasabah petugas CS tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Petugas CS juga harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah petugas CS harus murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.

##### 3) Menyapa dengan lembut

Ketika nasabah datang maka petugas CS harus segera menyapa dan apabila sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya.

4) Tenang, sopan, hormat, serta tekun

Pada saat melayani nasabah usahakan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap.

5) Berbicara

Artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa yang baik dan benar.

6) Bergairah

Dalam melayani nasabah, seorang CS hendaknya menunjukkan pelayanan yang prima.

7) Jangan menyela

Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan.

8) Mampu meyakini nasabah

Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal.

9) Jika tak sanggup

Artinya, jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh petugas CS, maka harus meminta bantuan kepada petugas yang mampu.

10) Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani

Artinya, jika pada saat tertentu petugas CS sibuk dan tidak bisa melayani salah satu nasabah, maka beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani dengan simpatik (Kasmir, 2016, hal. 303).

### 3. Baitul Maal wa Tamwil (BMT)

#### a. Pengertian BMT

Baitul Maal wa al-Tamwil disingkat dengan BMT terdiri dari dua istilah, yaitu Baitul al-Maal dan baitul Tamwil. Baitul al-maal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit. Seperti zakat, sedekah, infak. Sedangkan baitul tanwil merupakan suatu wadah yang lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dana dan penyaluran dana yang bersifat profit dengan

memakai sistem *profit and loos sharing*, seperti pemberian pembiayaan *murabahah*, *mudharabah* dan lain-lain sebagainya.

Bila digabungkan kedua istilah tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa BMT adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *baitul al-maal wa al-tamwil* dengan kegiatan menegembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil untuk mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu BMT juga bisa menerima titipan zakat, sedekah dan infak serta menyalurkannya sesuai dengan yang telah ditentukan dalam syariat Islam.

Dalam redaksi lain, M. Amin Azis menjelaskan bahwa BMT adalah “lembaga usaha kecil kebawah berdasarkan sistem bagi hasil dan jual beli dengan memanfaatkan potensi jaminan dalam lingkungannya sendiri”.

Dari pengertian diatas, dapat dipahami bahwa pola pengembangan institusi keuangan ini diadopsi dari *baitul al-maal* yang ada pada masa Rasullullah dan Khulafaur Rasyidin. Oleh karena itu, keberadaan BMT selain bisa dianggap sebagai media penyalur, pendayagunaan harta zakat, sedekah, infak juga bisa dianggap sebagai institusi yang bergerak dibidang investasi yang bersifat produktif seperti layaknya bank.

BMT selain berfungsi sebagai lembaga keuangan juga dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Sebagai lembaga keuangan, ia bertugas menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan pada masyarakat. Sebagai lembaga ekonomi, ia berhak melakukan kegiatan ekonomi, seperti perdagangan industri dan pertanian (Syamsuir, 2015, hal. 96-97).

#### **b. Prinsip utama BMT**

Menurut (Soemitra, 2010, hal. 453-454) dalam melaksanakan usahanya, BMT berpegang teguh pada prinsip utama sebagai berikut:

- 1) Keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT dengan mengimplementasikannya pada prinsip-prinsip syariah dan muamalah Islam ke dalam kehidupan nyata.
- 2) Keterpaduan, yakni nilai-nilai spritual dan moral menggerakkan dan mengarahkan etika bisnis yang dinamis, proaktif, progresif, adil dan berakhlaq mulia.
- 3) Kekeluargaan, yakni mengutamakan kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi. Semua pengelola di setiap tingkatan, pengurus dengan semua lininya serta anggota, dibangun rasa kekeluargaan, sehingga akan tumbuh rasa saling melindungi dan menanggung.
- 4) Kebersamaan, yakni kesatuan pola pikir, sikap dan cita-cita antar semua elemen BMT. Antara pengelola dan pengurus harus memiliki satu visi dan bersama-sama anggota untuk memperbaiki kondisi ekonomi dan sosial.
- 5) Kemandirian, yakni mandiri di atas semua golongan politik. Mandiri berarti juga tidak bergantung dengan dana-dana pinjaman dan bantuan tetapi senantiasa proaktif untuk menggalang dana masyarakat sebanyak-banyaknya.
- 6) Profesionalisme, yakni semangat kerja yang tinggi. Yakni dilandasi dengan dasar keimanan. Kerja yang tidak hanya berorientasi pada kehidupan dunia saja, tetapi juga kenikmatan dan kepuasan rohani dan akhirat.
- 7) Istiqomah, konsisten, konsekuen, kontinuitas atau berkelanjutan tanpa henti dan tanpa pernah putus asa. Setelah mencapai suatu tahap, maka maju lagi ke tahap berikutnya hanya kepada Allah SWT kita berharap.

### **c. Fungsi BMT**

Dikutip dari (Mardani, 2015, hal. 322) BMT memiliki beberapa fungsi yaitu:

1) Penghimpun dan penyalur dana

Dengan menyimpan uang di BMT, uang tersebut dapat ditingkatkan utilitasnya, sehingga timbul unit surplus (pihak yang memiliki dana berlebih) dan untuk defisit (pihak yang kekurangan dana).

2) Pencipta dan pemberi likuiditas

BMT dapat menciptakan alat pembayaran yang sah yang mampu memberikan kemampuan untuk memenuhi kewajiban suatu lembaga atau perorangan.

3) Sumber pendapatan

BMT dapat menciptakan lapangan kerja dan memberikan pendapatan pada pegawainya.

4) Pemberi informasi

BMT memberikan informasi kepada masyarakat mengenai risiko, keuntungan dan peluang yang ada pada lembaga tersebut.

5) Sebagai lembaga keuangan mikro syariah

BMT sebagai lembaga keuangan mikro syariah dapat memberikan pembiayaan bagi usaha kecil, mikro, menengah, dan juga koperasi dengan kelebihan tidak meminta jaminan yang memberatkan bagi usaha kecil, mikro, menengah dan koperasi tersebut.

Adapun fungsi BMT di masyarakat yaitu:

- 1) Meningkatkan kualitas SDM anggota, pengurus, dan pengelola menjadi lebih profesional, *salaam* (selamat, damai, dan sejahtera) dan amanah sehingga semakin utuh dan tangguh dalam berjuang dan berusaha (beribadah) menghadapi tantangan global.
- 2) Mengorganisasi dan memobilisasi dana sehingga dana yang dimiliki oleh masyarakat dapat termanfaatkan secara optimal didalam dan diluar organisasi untuk kepentingan rakyat banyak.

- 3) Mengembangkan kesempatan kerja.
- 4) Mengukuhkan dan meningkatkan kualitas usaha dan pasar produk-produk anggota.
- 5) Memperkuat dan meningkatkan kualitas lembaga-lembaga ekonomi dan sosial masyarakat.

#### **d. Tujuan BMT**

*Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) dalam operasionalnya tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai. Menurut Ahmad Hasan (2011: 124) jika dilihat dalam kerangka sistem ekonomi Islam maka tujuan BMT adalah sebagai berikut:

- 1) Membantu meningkatkan dan mengembangkan potensi umat dalam program pengentasan kemiskinan.
- 2) Memberikan sumbangan aktif terhadap upaya pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan umat.
- 3) Menciptakan sumber pembiayaan dan penyediaan modal bagi anggota dengan prinsip syariah.
- 4) Mengembangkan sikap hemat dan mendorong kegiatan menabung.
- 5) Menumbuhkembangkan usaha-usaha yang produktif dan sekaligus memberikan bimbingan dan konsultasi bagi anggota dibidang usahanya.
- 6) Meningkatkan wawasan dan kesadaran umat tentang sistem dan pola perekonomian Islam.
- 7) Membantu para pengusaha lemah untuk mendapatkan modal pinjaman.
- 8) Menjadi lembaga keuangan alternatif yang dapat menopang percepatan pertumbuhan ekonomi nasional.

Pendirian BMT sebagai salah satu lembaga keuangan syariah yang berbadan hukum koperasi merupakan salah satu upaya untuk menggerakkan ekonomi rakyat yang berada pada mayoritas umat Islam. Gerakan lembaga keuangan pada tingkat bawah ini relatif mampu mengurangi ketergantungan masyarakat lapisan bawah dari



cengkeraman rentenir, karena lembaga ini (BMT) terdiri dari dua divisi yaitu; pertama, divisi *baitul maal* yang mengelola zakat, infaq dan sadaqah (ZIS) berusaha mengangkat kaum lemah untuk lebih produktif dalam hidupnya dengan memanfaatkan dana dari ZIS yang tidak dibebani biaya pinjaman (pinjaman lunak yang bersifat sosial). Kedua, divisi *baitul tamwil* yaitu menggerakkan simpanan dan penyaluran dana (pembiayaan modal) dengan sistem bagi hasil. Diharapkan dengan sistem ekonomi Islam, masyarakat termasuk umat Islam mampu menerapkannya untuk meningkatkan kesejahteraan hidup mereka (Yusuf, 2014, hal. 76-78).

#### **e. Produk pengumpulan dan penyaluran dana BMT**

##### 1) Produk pengumpulan dana

Pelayanan jasa simpanan yang diselenggarakan oleh BMT merupakan suatu bentuk simpanan yang terikat dan tidak terikat atas jangka waktu dan jangka waktu dan syarat-syarat tertentu dalam penyertaan dan penarikannya. Transaksi yang mendasari bagi berlakunya simpanan di BMT adalah:

##### a) Simpanan *wadi'ah*

Merupakan titipan dana yang dilakukan setiap waktu dan dapat ditarik pemilik atau nasabah dengan cara mengeluarkan semacam surat berharga atau pemindah bukuan/transfer dan perintah membayar lainnya. Simpanan *wadi'ah* ini dikenai biaya administrasi. Namun karena dana tersebut dititipkan dan dikelola, nasabah penyimpan dana dapat menerima keuntungan bagi hasil yang sesuai dengan jumlah dana yang diinvestasikan di BMT.

##### b) Simpanan *mudharabah*

Merupakan simpanan para pemilik dana yang penyeteroran dan penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Jenis-jenis simpanan yang menggunakan akad *mudharabah* dapat dikembangkan ke dalam

berbagai variasi simpanan. Diantara bentuk simpanan tersebut adalah:

- (1) Simpanan Idul Fitri.
- (2) Simpanan Idul Qurban.
- (3) Simpanan Haji dan Umrah.
- (4) Simpanan Pendidikan.
- (5) Simpanan Kesehatan, dll.

Selain kedua jenis simpanan tersebut, BMT juga mengelola dana ibadah seperti Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS) yang dalam hal ini BMT berfungsi sebagai amil. Dalam hal ini, BMT berfungsi menggalang dana dari masyarakat untuk kepentingan sosial dan agama. BMT dan nasabah tidak memperoleh keuntungan dari jenis produk ini karena dana yang diperoleh sepenuhnya digunakan untuk kepentingan sosial.

## 2) Produk penyaluran dana

Kumpulan dana yang diperoleh dari nasabah, kemudian dikelola oleh BMT yang selanjutnya disalurkan dalam bentuk pinjaman kepada masyarakat (nasabah). Pinjaman dana yang diberikan oleh BMT kepada masyarakat disebut kredit pembiayaan. Kredit pembiayaan merupakan suatu fasilitas produk yang diberikan oleh BMT kepada anggotanya untuk digunakan sebagai dana pendukung kegiatan usaha. Tujuan dari disalurkan kredit pembiayaan kepada masyarakat oleh BMT adalah untuk mengembangkan dan meningkatkan pendapatan anggota dan BMT itu sendiri. Sasaran yang hendak dicapai dari kredit pembiayaan tersebut adalah semua sektor kegiatan ekonomi, antara lain: pertanian, industri, perdagangan dan jasa.

Berbagai bentuk pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT kepada masyarakat bergantung kepada jenis akad, yaitu: perserikatan usaha (*musyarakah*) dan jual beli (*ba'i*). Dari kedua akad ini dikembangkan sesuai dengan kebutuhan yang dikehendaki oleh

BMT dan nasabahnya. Diantara pembiayaan yang sudah umum dikembangkan oleh BMT maupun lembaga keuangan syariah lainnya adalah:

a) Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA)

Pembiayaan berakad jual beli adalah perjanjian pembiayaan yang disepakati antara BMT dengan anggotanya, dimana BMT menyediakan dana investasi atau berupa pembelian barang modal dan usaha anggotanya yang kemudian proses pembayarannya dilakukan secara mencicil atau angsuran. Jumlah kewajiban yang harus dibayarkan oleh peminjam adalah jumlah atas harga barang modal dan keuntungan yang telah disepakati bersama.

b) Pembiayaan *murabahah*

Yakni pembiayaan berakad jual beli. Pembiayaan ini pada dasarnya merupakan kesepakatan antara BMT dengan pemberi modal dan anggota sebagai peminjam. Prinsip yang digunakan adalah sama seperti pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*, tetapi proses pengembaliannya akan dibayarkan pada saat jatuh tempo.

c) Pembiayaan *mudharabah*

Yakni pembiayaan dengan akad *syirkah*. Akad *syirkah* merupakan suatu perjanjian pembiayaan antara BMT dan anggota, dimana BMT menyediakan dana untuk penyediaan modal kerja sedangkan peminjam berupaya mengelola dana tersebut untuk pengembangan usahanya. Jenis kegiatan usaha yang dimungkinkan untuk diberikan pembiayaan adalah usaha-usaha kecil dan menengah, seperti: pertanian, industri rumah tangga, perdagangan dan jasa.

d) Pembiayaan *musyarakah*

Yakni pembiayaan dengan akad *syirkah* adalah penyertaan BMT sebagai pemilik modal dalam suatu kegiatan usaha, dimana

terjadinya kesepakatan untuk menanggung risiko dan keuntungan yang berimbang, sesuai dengan nominal dana penyertaan.

e) *Pembiayaan Al-Qordhul Hasan*

Yakni pembiayaan dengan akad ibadah. Merupakan perjanjian pembiayaan BMT dengan anggotanya. Hanya anggota yang dianggap layak dapat diberi pinjaman semacam ini. Kegiatan yang dimungkinkan untuk diberikan pembiayaan ini adalah para anggota yang terdesak dalam melakukan kewajiban-kewajiban non usaha atau pengusaha yang menginginkan usahanya bangkit kembali dari kepailitan yang disebabkan karena ketidakmampuannya melunasi kewajiban membayar pembiayaan yang dilakukan (Syamsuir, 2015, hal. 101-102).

**f. Peran BMT**

Beberapa peran BMT dalam masyarakat yaitu:

- 1) Jauhkan individu dari aspek ekonomi non-syariah. efektif mengasosiasikan secara lokal tentang pentingnya kerangka ekonomi Islam. Hal ini harus dimungkinkan dengan mempersiapkan metode pelaksanaan yang Islami, misalnya agar ada bukti dalam pertukaran, dilarang menipu dalam mengukur produk dengan benar kepada pembeli, dll.
- 2) Untuk memberikan arahan dan pembiayaan untuk usaha swasta. BMT dinamis dalam menjalankan kapasitasnya sebagai lembaga keuangan mikro, misalnya dengan memberi arahan, membimbing, dan memeriksa organisasi klien atau populasi secara keseluruhan.
- 3) Melepaskan ketergantungan pada rentenir, individu masih tunduk pada rentenir karena rentenir dapat memuaskan keinginan individu untuk memenuhi cadangan segera. BMT harus memiliki pilihan untuk melayani daerah dengan lebih baik, misalnya aset yang dapat diakses kapan saja, administrasi yang mudah, dll.
- 4) Mengikuti pemerataan moneter daerah setempat dengan penyebaran yang merata. Kemampuan BMT secara lugas mengelola jaringan

yang kompleks diperlukan untuk jeli dalam disposisi, berikut langkah-langkah untuk memimpin penilaian berkaitan dengan perencanaan skala kebutuhan yang harus dipikirkan, misalnya dalam masalah pembiayaan, BMT harus fokus pada pencapaian klien sejauh pertemuan klien dan jenis pembiayaan.(Sudarsono, 2015 , hal. 108-109).

## **B. Kajian Teori yang Relevan**

Adapun mengenai penelitian ini, ada beberapa penelitian dan karya ilmiah yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini, yaitu diantaranya:

Penelitian Gustifal, Nim 13 202 062 tahun 2019 Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, dengan judul **“Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Pembiayaan Murabahah Pada PT. Al-Makmur Supanjang”**. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mengkaji tentang tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan pembiayaan murabahah pada PT. Al-Makmur Supanjang, sedangkan peneliti membahas tentang tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk pada masa pandemic covid-19.

Penelitian Idris, Nim 08 202 016 tahun 2013 STAIN Batusangkar, dengan judul **“Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Karyawan PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek”**. Hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa penelitian ini mengkaji tentang tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan karyawan PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek, sedangkan peneliti membahas tentang tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan pada PT. LKMS BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19.

Penelitian Desi Permata Sari, Nim 14 202 023 tahun 2020 Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk”**. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan

perhitungan CSI sebesar 57,84% berada pada interval 0,51-0,65 angka ini menunjukkan kategori cukup puas. Sedangkan peneliti membahas tentang tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan pada PT. LKMS BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan langsung kepada objek penelitian dengan cara peneliti secara langsung turun ke lapangan untuk memperoleh data-data dan informasi yang berhubungan dengan penelitian. Untuk metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Diambil dari survey lapangan melalui kuisioner (Zamzam, 2015, hal. 7).

Penelitian yang peneliti lakukan dengan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif, maksudnya untuk menggambarkan tentang seberapa besar tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan pada PT. LKMS BMT Almabruk dengan menggunakan data-data jumlah nasabah yang ada pada PT. LKMS BMT Almabruk.

##### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

###### **1. Tempat**

Tempat penelitian yang penulis lakukan pada PT. LKMS BMT Almabruk, Limo Kaum, Batusangkar.

###### **2. Waktu**

Waktu penelitian dilakukan dimulai dari Bulan Maret-Agustus 2021. Berikut rancangan waktu penelitian :

**Tabel 3. 1**  
**Rancangan Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Tahun 2021					
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agust
1	Pengajuan proposal	√	√				
2	Bimbingan proposal skripsi		√				
3	Seminar proposal				√		

4	Perbaikan siap seminar				√		
5	Penelitian				√	√	
6	Pengolahan data penelitian					√	
7	Bimbingan skripsi					√	
8	Sidang Munaqasah						√

*Sumber Data Olahan Peneliti*

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya satu orang, tapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tapi juga meliputi seluruh karakteristik sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut (Hatmawan, 2020, hal. 11).

Populasi penelitian ini bersumber dari jumlah seluruh nasabah PT. LKMS BMT Almabruk. Berikut data populasinya :

**Tabel 3. 2**  
**Jumlah nasabah PT. LKMS BMT Almabruk**

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2016	1516
2	2017	1905
3	2018	2656
4	2019	2897
5	2020	3049

*Sumber : Dokumen PT. LKMS BMT ALMABRUK*



## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ada beberapa teknik yang digunakan dalam menentukan seberapa banyak sampel. Untuk penentuan sampel kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk, penulis menggunakan rumus *Slovin* dan pada rumus ini penulis menggunakan 10% atau 0,01 pada *error level* (tingkat kesalahan) dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot (e)^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e= *error level* (tingkat kesalahan)

Berikut berdasarkan rumus diatas, besarnya sampel dalam penelitian ini dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{3.049}{1 + (3.049 \times 0,10^2)}$$

$$n = \frac{3.049}{1 + (3.049 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{3.049}{1 + (30,49)}$$

$$n = \frac{3.049}{31,49}$$

n= 96,82dibulatkan 97 sampel

Jadi hasil dari perolehan populasi dalam penelitian ini penulis mendapatkan sampel sebanyak 97 orang.

#### D. Pengembangan Instrumen

Untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian, peneliti dapat menggunakan instrumen yang telah tersedia dan dapat pula menggunakan instrumen yang dibuat sendiri. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Untuk mengembangkan instrumen, hal yang penulis lakukan adalah merancang instrumen yang akan diteliti, kemudian penulis menyusun instrumen tersebut untuk diuji cobakan, kemudian setelah diuji cobakan maka instrumen dianalisis, sehingga diperoleh instrumen yang akurat (*valid*) dan andal (*realibel*). Selain itu instrumen juga diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala social (Sumanto, 2020, hal. 107).

**Tabel 3. 3**  
**Kisi – Kisi Kuesioner**

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir
Kepuasan Nasabah	Kualitas Pelayanan	1. Bukti fisik ( <i>tangible</i> )	1, 2, 3,4 ,5
		2. Keandalan ( <i>reliability</i> )	6, 7, 8, 9, 10
		3. Daya Tanggap ( <i>responsiveness</i> )	11, 12, 13, 14, 15
		4. Jaminan ( <i>assurance</i> )	16, 17, 18, 19, 20
		5. Kepedulian ( <i>empathy</i> )	21, 22, 23, 24, 25

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan responden atas daftar pertanyaan tersebut (Noor, 2011, hal. 138). Kuisisioner digunakan untuk memperoleh informasi

dari responden tentang kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penyebaran kuesioner adalah metode pengambilan sampel secara acak (*random sample*) kepada nasabah PT. LKMS BMT Almabruk. Berikut kategori point skala *likert* :

**Tabel 3. 4**  
**Kategori Point Skala Likert**

No	Pilihan Jawaban	Kode	Skala/Nilai
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : (Susanti, 2020, hal. 56)

## 2. Dokumentasi

Pengertian dokumentasi secara umum dapat disimak dari pemakaian kata tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya dalam setiap kepanitiaan hampir selalu ada seksi dokumentasi. Biasanya pengertian seksi ini hanya terbatas pada tugas untuk mengambil foto-foto kegiatan kepanitiaan tersebut, walaupun sebenarnya harus lebih dari itu (Sudarsono, 2012 : 7). Dokumentasi dalam penelitian ini adalah dokumentasi data jumlah nasabah, dokumen profil, brosur, foto dan lain-lain.

## F. Teknik Analisis Data

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria kepuasan konsumen. Adapun kriteria berdasarkan Bhote (1996), dengan kriteria:

**Tabel 3. 5**  
**Interpretasi Pencapaian Responden**

No	Persentase	Interpretasi responden
1	0,81 – 1,00	Sangat Puas
2	0,66 – 0,80	Puas

3	0,51 – 0,65	Cukup Puas
4	0,35 – 0,50	Kurang Puas
5	0,00 – 0,34	Tidak Puas

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. LKMS BMT Almabruk**

##### **1. Sejarah Singkat PT. LKMS BMT Almabruk**

BMT ALMABRUK pada awalnya didirikan dengan nama BMT Muhammad Yunus yang di prakarsai oleh beberapa dosen IAIN Batusangkar saat itu dengan harapan dapat mengembangkan lembaga keuangan syariah di lingkungan IAIN Batusangkar pada khususnya dan daerah sekitar pada umumnya pada tanggal 1 April 2010. Karena adanya keinginan untuk mengembangkan BMT maka para dosen pada umumnya dan karyawan lainnya tersebut mengajak untuk bersama mengembangkan lembaga keuangan ini. Pengenalan usaha BMT ditujukan untuk sektor real dan target pasar adalah masyarakat miskin, dan ditujukan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Jenis usaha yang berkembang pada waktu itu, berbentuk penyediaan jasa seperti sewa komputer, pengadaan alat tulis kantor dan kerjasama dalam bentuk pertanahan. Pada awal berdirinya, pemerintah daerah juga menanamkan dananya di BMT ALMABRUK Batusangkar.

Dalam rangka memperkuat legalitas BMT sebagai lembaga keuangan, lembaga BMT secara resmi diakuisisi oleh koperasi pada RUPM tutup buku 2010 yaitu pada tanggal 14 Juni 2011, namun kewenangan pengolahan BMT secara resmi dialihkan ke koperasi pada RUPM tutup buku 2011 yaitu pada tanggal 14 April 2012. Oleh karena itu BMT telah menjadi unit usaha koperasi.

Untuk memperkuat legalitas BMT sebagai lembaga keuangan maka secara resmi kelembagaan BMT sudah di akuisisi oleh koperasi pada RUPM tutup buku 2010 yaitu pada tanggal 14 Juni 2011, namun kepengurusan BMT secara resmi diserahkan ke koperasi pada RUPM tutup buku 2011 yaitu pada tanggal 14 April 2012. Dengan demikian BMT sudah menjadi unit usaha dari koperasi. Sebagai bagian dari koperasi,

koperasi telah menggunakan dana sebagai modal awal sebesar Rp.15.000.000 (Lima Belas Juta Rupiah).

Sesuai dengan hasil rapat umum pemegang saham modal (RUPM) tutup buku tahun 2015 tanggal 14 Januari 2016, BMT kembali mengelola lembaga secara mandiri dan sesegera mungkin memiliki badan hukum sendiri. Dalam perjalannya, berbagai upaya telah dilakukan untuk memperoleh legalitas hukum sesuai dengan harapan pemegang saham yaitu menjadi lembaga keuangan mikro dengan bentuk perseroan terbatas.

Sejalan dengan pengurusan legalitas BMT, dalam amanat RUPM tersebut juga dibahas mengenai nama dan semua atribut yang berhubungan dengan BMT termasuk dengan kepengurusan BMT. Untuk keperluan kepengurusan badan hukum segera di tahun 2016 lalu, maka BMT mengajukan perubahan nama kepada notaris yang semula bernama BMT Muhammad Yunus Batusangkar kemudian berganti nama menjadi BMT ALMABRUK atau segala legalnya diharapkan memiliki nama lembaga keuangan mikro syariah PT. BMT ALMABRUK.

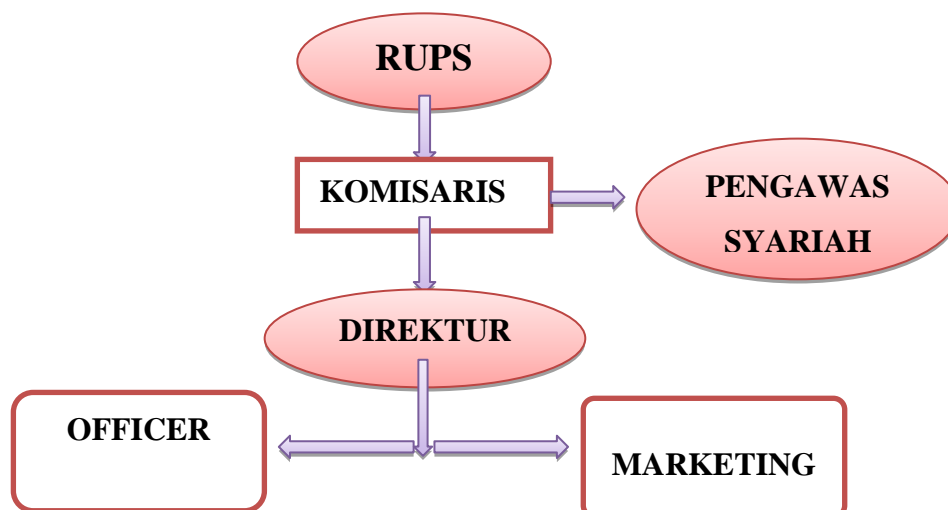
Sesuai amanah RUPM tutup buka 2016 pada 1 Februari 2017 untuk menuntaskan persoalan legalitas BMT, maka pada tahun 2017 BMT telah memperoleh pengakuan hukum melalui keputusan menteri hukum dan hak asasi manusia AHU-0156546.AH.01.11 tahun 2017 tanggal 9 Desember 2017 dengan nama PT. LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH (PT. LKMS ALMABRUK).

Segala bentuk kegiatan usaha, permodalan dan kepengurusan BMT juga tertuang dalam Akta Notaris No. 53 tanggal 10 November 2017, yang diterbitkan oleh notaris dan PPAT Syahrul Nizam, SH., M.KN di Payakumbuh. Tanda daftar perusahaan PT.LKMS pada pemda tanah datar adalah nomor NO. 03.12.1.64.00194 dengan NPWP 83.366.443.6-204.000 tahap terakhir untuk perizinan BMT secara penuh adalah mendapatkan legalitas usaha simpanan dan pembiayaan dari OJK. Pengurusan izin ini akan diselesaikan segera di tahun 2018. Sebagai dinyatakan di dalam akta notaris dan juga telah disampaikan dalam RUPM sebelumnya. Struktur

organisasi BMT terdiri dari, komisaris, pengawas syariah, direktur, officer dan marketing.

## 2. Struktur Organisasi

### PT. LKMS BMT ALMABRUK BATUSANGKAR



**Gambar 4. 1**  
**Struktur Organisasi**

Keterangan:

- RUPS merupakan rapat umum pemegang saham yang dilaksanakan oleh seluruh pemegang saham dan hasilnya merupakan keputusan tertinggi dalam menajemen PT. LKMS BMT Almbruk.
- Komisaris yaitu terdiri dari 2 orang yaitu: satu komisaris utama yaitu Dr. H. Syukri Iska.,M.Ag dan satu orang anggota komisaris yaitu Dra.Irma Suryani.,MH
- Pengawas syariah terdiri dari dua orang yaitu Elficandra,S.Ag.,M.ag dan Ifelda Nengsih, SE.I., MA., CRP
- Direktur terdiri satu orang yaitu Rahmat Ade Putra, M.E
- Officer terdiri dari satu orang yaitu Widya Susanti.,Sp
- Dan marketing terdiri dari 3 orang yaitu Alber Syah pagado, SE.,Sy, Lidia Puspita Sari, SE.,Sy, dan Rudi Satri. Z ,S.E

### 3. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi BMT ALMABRUK Batusangkar adalah sebagai berikut:

#### a. Visi

“Membumikan transaksi keuangan berdasarkan prinsip syariah.”

#### b. Misi

- 1) Memberdayakan mahasiswa sebagai mahasiswa sebagai intelektual akademis, berpartisipasi dalam ekonomi
- 2) Membina usaha riil dengan memanfaatkan jasa BMT dalam pertransaksi

### 4. Produk-produk BMT

Adapun produk-produk BMT ALMABRUK Batusangkar adalah sebagai berikut:

#### a. Produk penghimpunan dana

##### 1) Tabungan dengan prinsip titipan (*wadi'ah*)

###### a) Tabungan *wadi'ah* umum

Merupakan tabungan yang di buka untuk umum dengan prinsip titipan.

###### b) Tabungan *wadi'ah* mahasiswa

Prinsip pelaksanaan tabungan ini sama dengan tabungan *wadi'ah* umum, namun produk ini dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa.

###### c) Tabungan *wadi'ah* pelajar

Prinsip pelaksanaan tabungan pelajar juga sebagai titipan, pemanfaatan produk ini dapat digunakan oleh para pelajar SD, SMP, SMA sederajat dengan imbalan bonus.

##### 2) Tabungan dengan prinsip bagi hasil (*mudharabah*)

###### a) Tabungan pendidikan

Prinsip di pakai dalam tabungan pendidikan dalam *mudharabah* berjangka pemanfaatan produk ini akan mendapat bagi hasil sesuai dengan kesepakatan.



b) Tabungan mandiri

Tabungan mandiri juga di buka untuk semua masyarakat dengan prinsip *mudharabah* dengan perhitungan bagi hasil yang disepakati.

c) Tabungan Qurban

Tabungan qurban yaitu tabungan yang ditujukan untuk qurban.

3) Deposito *mudharabah*

Investasi dengan batas waktu tertentu dengan memanfaatkan produk deposito 3 dan 6 bulan dengan keuntungan yang di sepakati.

4) Syarat dan ketentuan

Bagi yang berminat dan ingin menabung untuk memanfaatkan layanan BMT ALMABRUK dalam bentuk simpanan, di persilahkan untuk bergabung dan menyerahkan syaratnya yaitu:

a) Foto copy KTP

b) Mengisi formulis permohonan

b. Produk pembiayaan

1) Pembiayaan dengan prinsip jual beli

Pembiayaan *murabahah* merupakan pembiayaan dengan prinsip jual beli. Pemanfaatan produk ini dapat digunakan oleh masyarakat yang membutuhkan pembiayaan untuk membeli barang konsumtif.

2) Pembiayaan *mudharabah* merupakan produk pembiayaan yang dikhususkan untuk usaha. BMT memberikan pembiayaan berupa modal kerja dengan perhitungan bagi hasil yang bisa di sepakati dalam bentuk nisbah.

3) Pembiayaan dengan prinsip sewa

Pembiayaan dengan prinsip sewa merupakan produk pembiayaan *ijarah*. Fasilitas pembiayaan ini dapat dimanfaatkan untuk keperluan penyewaan atau kontrakan begitu juga untuk biaya pendidikan dan segala jasa lainnya.

## B. Hasil Penelitian dan Analisa

### 1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini tujuan yang ingin dicapai oleh penulis adalah melihat seberapa besar tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19. Untuk menerapkan hal tersebut maka dilakukan penyebaran kuisioner kepada responden.

Dalam pelaksanaan penelitian ini yang penulis teliti pada nasabah PT. LKMS BMT Almabruk ditetapkan 97 orang responden, kuisioner ini dibagikan langsung kepada nasabah dalam bentuk pertanyaan dan semuanya bisa di olah lebih lanjut.

### 2. Analisis Deskriptif Data

#### a. *Tangible* (Bukti Fisik)

**Tabel 4. 1**  
**Pernyataan 1 Indikator BMT Almabruk memiliki fasilitas pendukung seperti tempat parkir**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
2	24	42	29	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (BMT Almabruk memiliki fasilitas pendukung seperti tempat parkir) adalah: dari total 97 responden, 2 menjawab sangat puas, 24 menjawab puas, 42 menjawab kurang puas, 29 menjawab tidak puas dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak puas dengan pernyataan tersebut.

**Tabel 4. 2**  
**Pernyataan 2 Indikator BMT Almabruk memiliki gedung yang baik untuk menunjang kegiatan operasional sehari-hari dan tersedia fasilitas protokol covid-19 seperti tempat pencuci tangan, *handsanitizer* dan memberi kaca pembatas antara *front-liner* dengan nasabah**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas	Bobot

				(STP)	
31	48	17	1	0	97

Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (BMT Almabruk memiliki gedung yang baik untuk menunjang kegiatan operasional sehari-hari dan tersedia fasilitas protokol covid-19 seperti tempat pencuci tangan, *handsanitizer* dan memberi kaca pembatas antara *front-liner* dengan nasabah) adalah: dari total 97 responden, 31 menjawab sangat puas, 48 menjawab puas, 17 menjawab kurang puas, 1 menjawab tidak puas dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak puas dengan pernyataan tersebut.

**Tabel 4. 3**  
**Pernyataan 3 Indikator BMT Almabruk lebih mudah dihubungi melalui via telepon pada saat jam kerja dalam masa pandemi covid-19**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
26	55	16	0	0	97

Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (BMT Almabruk lebih mudah dihubungi melalui via telepon pada saat jam kerja dalam masa pandemi covid-19) adalah: dari total 97 responden, 26 menjawab sangat puas, 55 menjawab puas, 16 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 4**  
**Pernyataan 4 Indikator Ruang tunggu yang nyaman dan bersih, sesuai protokol covid-19, dengan menjaga jarak duduk tertentu (*physical distancing*)**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
32	46	19	0	0	97

Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Ruang tunggu yang nyaman dan bersih, sesuai protokol covid-19, dengan menjaga jarak duduk tertentu (*physical distancing*)) adalah: dari total 97 responden, 32 menjawab sangat puas, 46 menjawab puas, 19 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 5**  
**Pernyataan 5 Indikator BMT Almabruk memiliki media transaksi seperti brosur dan buku rekening tabungan langsung saat pembukaan rekening pada masa pandemi covid-19**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
38	52	7	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

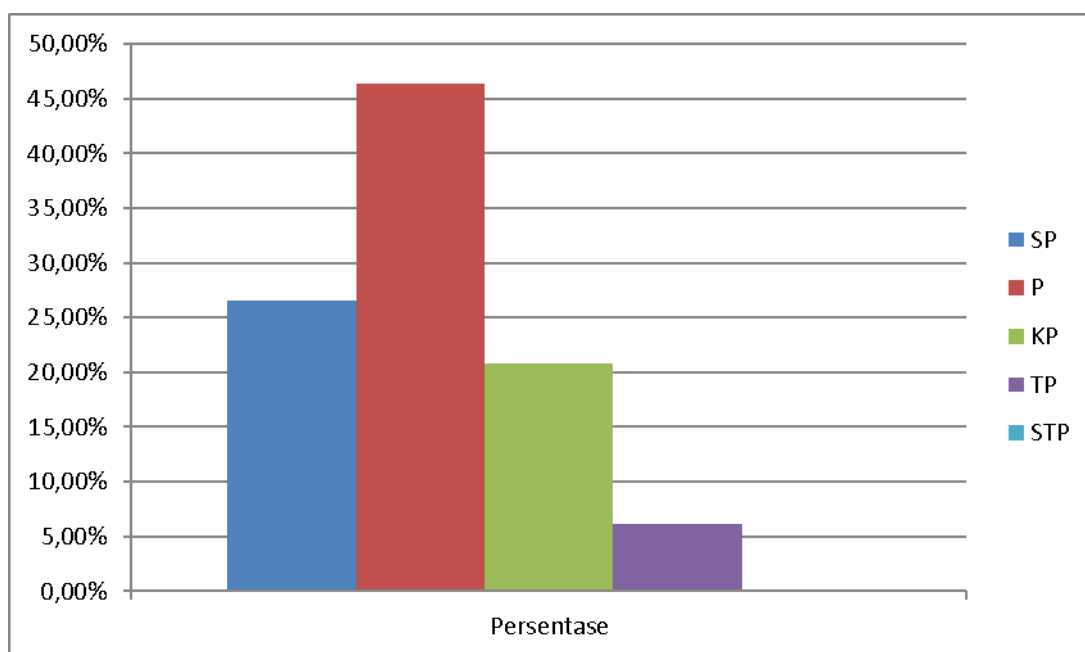
Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (BMT Almabruk memiliki media transaksi seperti brosur dan buku rekening tabungan langsung saat pembukaan rekening pada masa pandemi covid-19) adalah: dari total 97 responden, 38 menjawab sangat puas, 52 menjawab puas, 7 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 6**  
**Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *tangible* pada masa pandemi Covid-19**

Pernyataan	Jumlah	Persentase
<b>SP</b>	<b>129</b>	<b>26,59</b>
<b>P</b>	<b>225</b>	<b>46,39</b>
<b>KP</b>	<b>101</b>	<b>20,82</b>
<b>TP</b>	<b>30</b>	<b>6,18</b>
<b>STP</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Jumlah</b>	<b>485</b>	<b>99,98</b>

*Sumber : Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner *tangible*, adalah: sangat puas 26,59%, puas 46,39%, kurang puas 20,82%, tidak puas 6,18%, dan sangat tidak setuju 0%. Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *tangible* pada masa pandemi Covid-19 yaitu 46,39% dengan kategori cukup baik.



**Gambar 4. 2**

**Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *tangible* pada masa pandemi Covid-19**

**b. Reliability (Kehandalan)**

**Tabel 4. 7**

**Pernyataan 6 Indikator BMT Almabruk memiliki prosedur layanan yang baik, tercermin dari cepatnya penerimaan anggota baru pada masa pandemi covid-19**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
29	47	21	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (BMT Almabruk memiliki prosedur layanan yang baik, tercermin dari cepatnya penerimaan anggota baru pada masa pandemi covid-19) adalah: dari total 97 responden, 29 menjawab sangat puas, 47 menjawab puas, 21 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 8**  
**Pernyataan 7 Indikator BMT Almabruk memiliki standar operasional yang baik, tercermin dari perhitungan administrasi yang akurat**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
40	50	7	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (BMT Almabruk memiliki standar operasional yang baik, tercermin dari perhitungan administrasi yang akurat) adalah: dari total 97 responden, 40 menjawab sangat puas, 50 menjawab puas, 7 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 9**  
**Pernyataan 8 Indikator BMT Almabruk memiliki karyawan yang mampu mengolah lembaga keuangan yang baik**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
33	52	12	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (BMT Almabruk memiliki karyawan yang mampu mengolah lembaga keuangan yang baik) adalah: dari total 97 responden, 33 menjawab sangat puas, 52 menjawab puas, 12 menjawab kurang puas,

dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 10**  
**Pernyataan 9 Indikator Pada masa pandemi covid-19 Layanan BMT Almabruk sesuai apa yang dijanjikan tercermin dari besarnya manfaat yang diperoleh**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
36	42	19	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Pada masa pandemi covid-19 Layanan BMT Almabruk sesuai apa yang dijanjikan tercermin dari besarnya manfaat yang diperoleh) adalah: dari total 97 responden, 36 menjawab sangat puas, 42 menjawab puas, 19 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 11**  
**Pernyataan 10 Indikator Kesiapan karyawan BMT Almabruk dalam memberikan layanan yang dibutuhkan terutama dalam penyampaian informasi pada masa pandemi covid-19 karena banyak masyarakat ataupun nasabah belum paham dalam dunia keuangan syariah**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
33	56	7	1	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Kesiapan karyawan BMT Almabruk dalam memberikan layanan yang dibutuhkan terutama dalam penyampaian informasi pada masa pandemi covid-19 karena banyak masyarakat ataupun nasabah belum paham dalam dunia keuangan syariah) adalah: dari total 97 responden, 33 menjawab sangat puas, 56 menjawab puas, 7

menjawab kurang puas, 1 menjawab tidak puas dan tidak ada responden yang sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

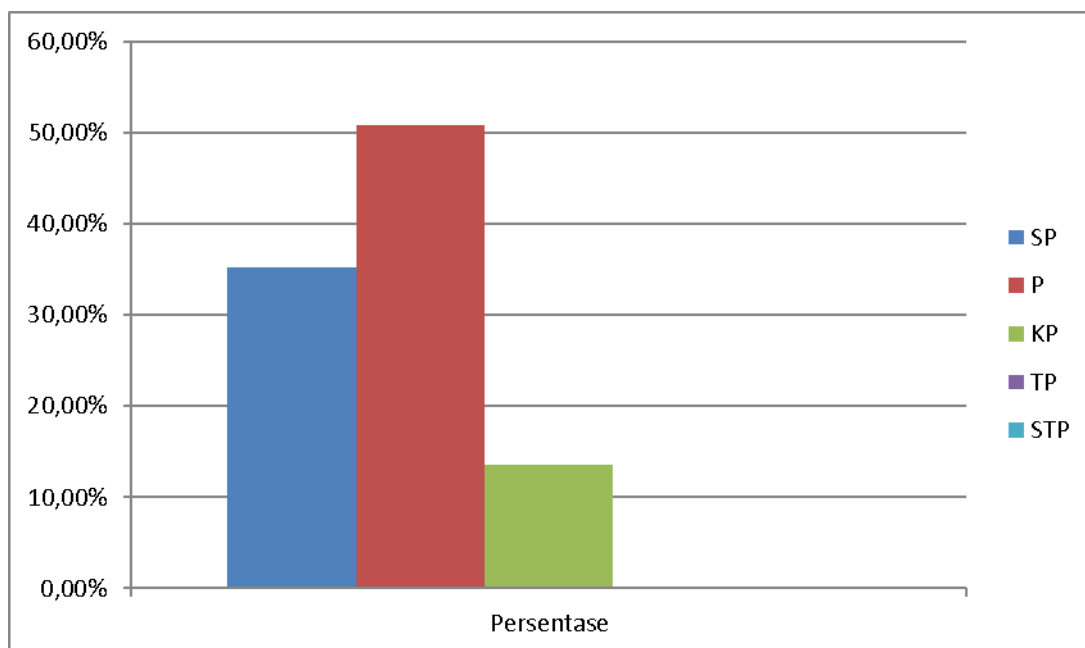
**Tabel 4. 12**  
**Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk**  
**berdasarkan dimensi *reliability* pada masa pandemi Covid-19**

<b>Pernyataan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<b>SP</b>	<b>171</b>	<b>35,25</b>
<b>P</b>	<b>247</b>	<b>50,92</b>
<b>KP</b>	<b>66</b>	<b>13,60</b>
<b>TP</b>	<b>1</b>	<b>0,20</b>
<b>STP</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Jumlah</b>	<b>485</b>	<b>99,98</b>

*Sumber : Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner *reliability*, adalah: sangat puas 35,25%, puas 50,92%, kurang puas 13,60%, tidak puas 0,20%, dan sangat tidak setuju 0%. Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *reliability* pada masa pandemi Covid-19 yaitu 50,92% dengan kategori cukup puas.





**Gambar 4.3**

**Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *reliability* pada masa pandemi Covid-19**

**c. *Responsiveness* (Ketanggapan)**

**Tabel 4.13**

**Pernyataan 11 Indikator Ketersediaan karyawan BMT Almabruk pada masa pandemi covid 19 untuk memberikan solusi atas permasalahan keuangan nasabah**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
29	46	22	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Ketersediaan karyawan BMT Almabruk pada masa pandemi covid 19 untuk memberikan solusi atas permasalahan keuangan nasabah) adalah: dari total 97 responden, 29 menjawab sangat puas, 46 menjawab puas, 22 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 14**  
**Pernyataan 12 Indikator Kecepat-tanggapan karyawan BMT**  
**Almabruk pada masa pandemi covid-19 dalam melayani nasabah**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
26	58	13	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Kecepat-tanggapan karyawan BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 dalam melayani nasabah) adalah: dari total 97 responden, 26 menjawab sangat puas, 58 menjawab puas, 13 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 15**  
**Pernyataan 13 Indikator Transaksi menabung dapat dilakukan kapan saja pada saat jam kerja dalam masa pandemi covid-19**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
33	45	19	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Transaksi menabung dapat dilakukan kapan saja pada saat jam kerja dalam masa pandemi covid-19) adalah: dari total 97 responden, 33 menjawab sangat puas, 45 menjawab puas, 19 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 16**  
**Pernyataan 14 Indikator Karyawan BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 senantiasa mempersiapkan administrasi maupun dana yang diperlukan nasabah**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
34	44	19	0	0	57

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Karyawan BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 senantiasa mempersiapkan administrasi maupun dana yang diperlukan nasabah) adalah: dari total 97 responden, 34 menjawab sangat puas, 44 menjawab puas, 19 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 17**  
**Pernyataan 15 Indikator Karyawan BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 cepat dalam menangani keluhan nasabah**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
39	45	13	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

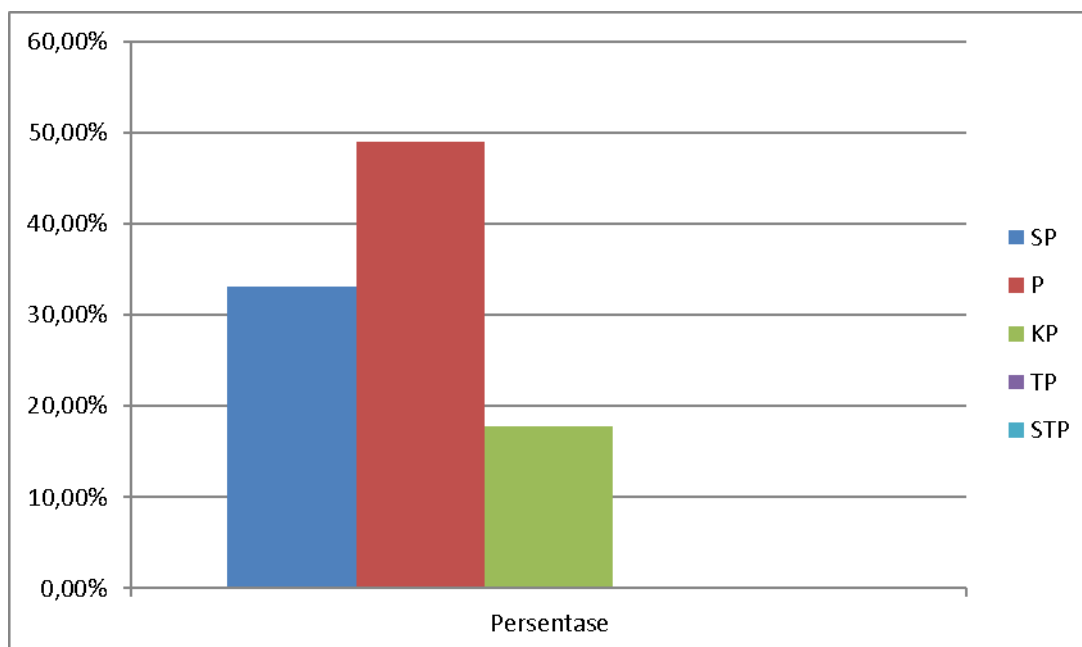
Berdasarkan tabel 4.17 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Karyawan BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 cepat dalam menangani keluhan nasabah) adalah: dari total 97 responden, 39 menjawab sangat puas, 45 menjawab puas, 13 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 18**  
**Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk**  
**berdasarkan dimensi *responsiveness* pada masa pandemi Covid-19**

Pernyataan	Jumlah	Persentase
SP	161	33,19
P	238	49,05
KP	86	17,73
TP	0	0
STP	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>485</b>	<b>99,98</b>

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner *responsiveness*, adalah: sangat puas 33,19%, puas 49,05%, kurang puas 17,73%, tidak puas 0%, dan sangat tidak setuju 0%. Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *responsiveness* pada masa pandemi Covid-19 yaitu 49,05% dengan kategori cukup puas.



**Gambar 4. 4**  
**Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan**  
**dimensi *responsiveness* pada masa pandemi Covid-19**

d. *Assurance (Jaminan)*

**Tabel 4. 19**  
**Pernyataan 16 Indikator Pada masa pandemi covid-19 BMT**  
**Almabruk menjamin keamanan uang nasabah yang ditabung**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
33	44	20	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.19 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Pada masa pandemi covid-19 BMT Almabruk menjamin keamanan uang nasabah yang ditabung) adalah: dari total 97 responden, 33 menjawab sangat puas, 44 menjawab puas, 20 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 20**  
**Pernyataan 17 Indikator BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19**  
**memiliki standar operasional yang baik, tercermin dari**  
**perhitungan administrasi yang akurat**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
32	47	18	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.20 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 memiliki standar operasional yang baik, tercermin dari perhitungan administrasi yang akurat) adalah: dari total 97 responden, 32 menjawab sangat puas, 47 menjawab puas, 18 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 21**  
**Pernyataan 18 Indikator Uang yang ditabung dapat diambil sewaktu-waktu walaupun dalam masa pandemi covid-19 nasabah tetap dibolehkan langsung datang ke BMT dengan mematuhi protokol kesehatan**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
30	41	26	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.21 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Uang yang ditabung dapat diambil sewaktu-waktu walaupun dalam masa pandemi covid-19 nasabah tetap dibolehkan langsung datang ke BMT dengan mematuhi protokol kesehatan) adalah: dari total 97 responden, 30 menjawab sangat puas, 41 menjawab puas, 26 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 22**  
**Pernyataan 19 Indikator Pada masa pandemi covid-19 pencairan uang pembiayaan pada BMT Almabruk sesuai apa yang telah dijanjikan**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
28	39	30	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.22 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Pada masa pandemi covid-19 pencairan uang pembiayaan pada BMT Almabruk sesuai apa yang telah dijanjikan) adalah: dari total 97 responden, 28 menjawab sangat puas, 39 menjawab puas, 30 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 23**  
**Pernyataan 20 Indikator BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 bertanggung jawab atas keakuratan jaminan data nasabah**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
35	39	23	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

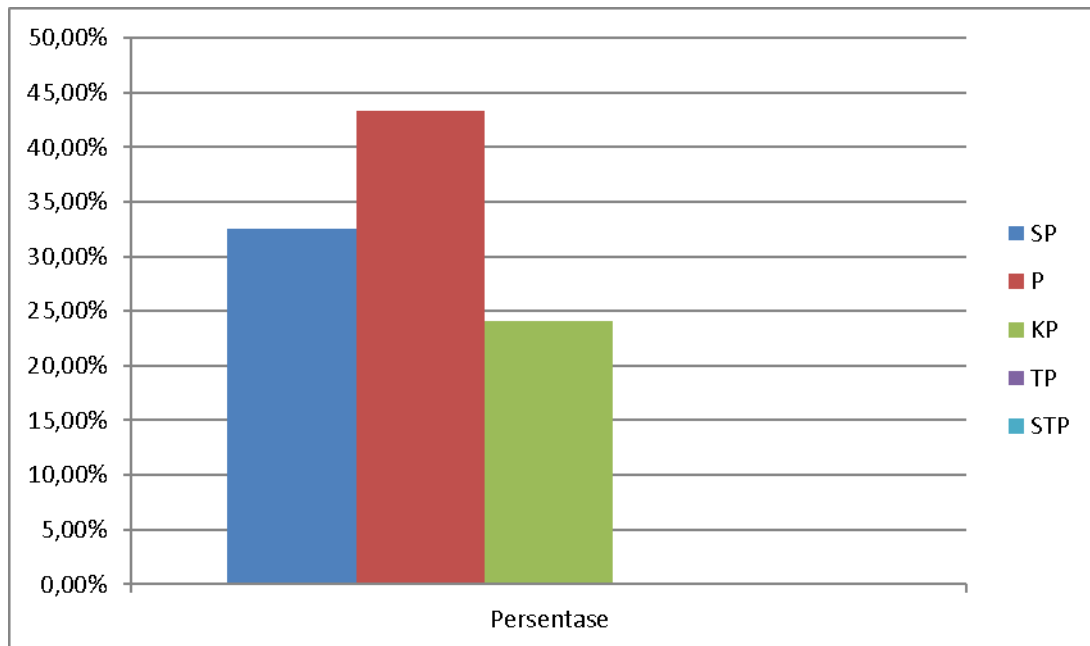
Berdasarkan tabel 4.23 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 bertanggung jawab atas keakuratan jaminan data nasabah) adalah: dari total 97 responden, 35 menjawab sangat puas, 39 menjawab puas, 23 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 24**  
**Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *assurance* pada masa pandemi Covid-19**

Pernyataan	Jumlah	Persentase
<b>SP</b>	<b>158</b>	<b>32,57</b>
<b>P</b>	<b>210</b>	<b>43,29</b>
<b>KP</b>	<b>117</b>	<b>24,12</b>
<b>TP</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>STP</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Jumlah</b>	<b>485</b>	<b>99,98</b>

*Sumber : Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.24 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner *assurance*, adalah: sangat puas 32,57%, puas 43,29%, kurang puas 24,12%, tidak puas 0%, dan sangat tidak setuju 0%. Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *assurance* pada masa pandemi Covid-19 yaitu 43,29% dengan kategori cukup puas.



**Gambar 4. 5**

**Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *assurance* pada masa pandemi Covid-19**

**e. *Emphaty* (Kemudahan)**

**Tabel 4. 25**

**Pernyataan 21 Indikator Pada masa pandemi covid-19 karyawan BMT merespon setiap keluhan nasabah dengan sungguh-sungguh**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
20	59	18	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.25 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Pada masa pandemi covid-19 karyawan BMT merespon setiap keluhan nasabah dengan sungguh-sungguh) adalah: dari total 97 responden, 20 menjawab sangat puas, 59 menjawab puas, 18 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.



**Tabel 4. 26**  
**Pernyataan 22 Indikator Pada masa pandemi covid-19 karyawan BMT Almabruk memberikan perhatian yang lebih kepada nasabah tanpa membedakan status sosial nasabah**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
28	48	21	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.26 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Pada masa pandemi covid-19 karyawan BMT Almabruk memberikan perhatian yang lebih kepada nasabah tanpa membedakan status sosial nasabah) adalah: dari total 97 responden, 28 menjawab sangat puas, 48 menjawab puas, 21 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 27**  
**Pernyataan 23 Indikator Pada masa pandemi covid-19 Karyawan BMT Almabruk memberikan solusi terhadap setiap keluhan nasabah**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
31	42	24	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.27 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Pada masa pandemi covid-19 Karyawan BMT Almabruk memberikan solusi terhadap setiap keluhan nasabah) adalah: dari total 97 responden, 31 menjawab sangat puas, 42 menjawab puas, 24 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 28**  
**Pernyataan 24 Indikator Pada masa pandemi covid-19 BMT**  
**Almabruk memiliki jam buka sesuai jadwal yang telah ditentukan**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
26	45	26	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.28 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Pada masa pandemi covid-19 BMT Almabruk memiliki jam buka sesuai jadwal yang telah ditentukan) adalah: dari total 97 responden, 26 menjawab sangat puas, 45 menjawab puas, 26 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

**Tabel 4. 29**  
**Pernyataan 25 Indikator Pada masa pandemi covid-19 BMT**  
**Almabruk memiliki jam buka sesuai jadwal yang telah ditentukan**

Sangat puas (SP)	Puas (P)	Kurang Puas (KP)	Tidak Puas (KP)	Sangat Tidak Puas (STP)	Bobot
30	30	37	0	0	97

*Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 4.29 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner (Pada masa pandemi covid-19 BMT Almabruk memiliki jam buka sesuai jadwal yang telah ditentukan) adalah: dari total 97 responden, 30 menjawab sangat puas, 30 menjawab puas, 37 menjawab kurang puas, dan tidak ada responden yang tidak puas ataupun sangat tidak puas dengan pertanyaan tersebut.

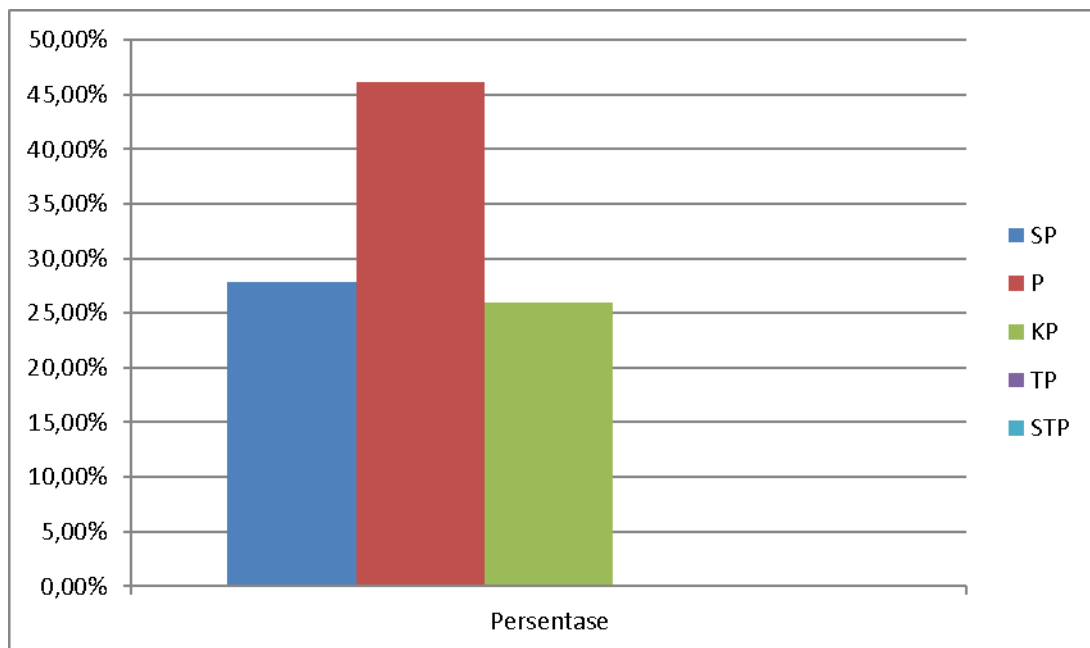
**Tabel 4. 30**  
**Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk**  
**berdasarkan dimensi *emphaty* pada masa pandemi Covid-19**

Pernyataan	Jumlah	Persentase
<b>SP</b>	<b>135</b>	<b>27,83</b>
<b>P</b>	<b>224</b>	<b>46,18</b>

<b>KP</b>	<b>126</b>	<b>25,97</b>
<b>TP</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>STP</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Jumlah</b>	<b>485</b>	<b>99,98</b>

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.30 dapat diketahui jawaban responden dari pernyataan kuesioner *emphaty*, adalah: sangat puas 27,83%, puas 46,18%, kurang puas 25,97%, tidak puas 0%, dan sangat tidak setuju 0%. Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *emphaty* pada masa pandemi Covid-19 yaitu 46,18% dengan kategori cukup puas.



**Gambar 4. 6**  
**Total Tingkat kepuasan nasabah PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *emphaty* pada masa pandemi Covid-19**

### C. Pembahasan

Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk pada Masa Pandemi Covid-19 dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

### 1. *Tangible* (Bukti Fisik)

**Tabel 4. 31**  
**Total Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Tingkat Kepuasan Nasabah**  
**terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Amabruk Berdasarkan Dimensi**  
***Tangible* pada Masa Pandemi Covid-19**

Jawaban	Skor ( <i>s</i> )	Frekuensi ( <i>f</i> )	( <i>s</i> ) x ( <i>f</i> )
Sangat Puas	5	129	645
Puas	4	225	900
Kurang Puas	3	101	303
Tidak Puas	2	30	60
Sangat Tidak Puas	1	0	0
			<b>1.908</b>

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.31 jumlah skor yang diperoleh dari dimensi *tangible* adalah 1.908, berdasarkan skor tersebut tingkat kepuasan nasabah adalah  $(1.908/2.425) \times 100\% = 78,68\%$  atau 0,78, maka dapat disimpulkan tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *tangible* pada masa pandemi covid-19 memperoleh hasil akhir 78,68% dalam kategori puas (0,66 – 0,80).

Hal ini berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya tentang Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk yang dilakukan oleh Desi Permata Sari pada tahun 2019. Hasil dalam penelitian ini pada dimensi *tangible* penulis mendapatkan perhitungan sebesar 58,6% atau 0,59, ini berada pada interval 0,51 – 0,65, dan ini menunjukkan bahwa nasabah cukup puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. LKMS BMT Almabruk.

Berdasarkan perbandingan hasil dari penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian oleh saudari Desi Permata Sari tampak bahwa pada dimensi *tangible* didapatkan hasil penelitian yang berbeda.

## 2. *Reliability* (Kehandalan)

**Tabel 4. 32**  
**Total Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Tingkat Kepuasan Nasabah**  
**terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Amabruk Berdasarkan Dimensi**  
***Reliability* pada Masa Pandemi Covid-19**

Jawaban	Skor ( <i>s</i> )	Frekuensi ( <i>f</i> )	( <i>s</i> ) x ( <i>f</i> )
Sangat Puas	5	171	855
Puas	4	247	988
Kurang Puas	3	66	198
Tidak Puas	2	1	2
Sangat Tidak Puas	1	0	0
			<b>2.043</b>

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.32 jumlah skor yang diperoleh dari dimensi *reliability* adalah 2.043, berdasarkan skor tersebut tingkat kepuasan nasabah adalah  $(2.043/2.425) \times 100\% = 84,24\%$  atau 0,84, maka dapat disimpulkan tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *reliability* pada masa pandemi covid-19 memperoleh hasil akhir 84,24% atau 0,84 dalam kategori sangat puas (0,81 – 1,00).

Hal ini berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya tentang Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BMT Almabruk yang dilakukan oleh Rizky Amanda pada tahun 2020. Pada dimensi *reliability* perhitungan yang penulis dapatkan adalah sebesar 78,66%, dan ini berada pada interval 66% - 80,99% dan ini menunjukkan bahwa nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai BMT Almabruk.

Berdasarkan perbandingan hasil dari penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian oleh saudara Rizky Amanda tampak bahwa pada dimensi *reliability* didapatkan hasil penelitian yang berbeda.

### 3. *Responsiveness* (Ketanggapan)

**Tabel 4. 33**  
**Total Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Tingkat Kepuasan Nasabah**  
**terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Amabruk Berdasarkan Dimensi**  
***Responsiveness* pada Masa Pandemi Covid-19**

Jawaban	Skor ( <i>s</i> )	Frekuensi ( <i>f</i> )	( <i>s</i> ) x ( <i>f</i> )
Sangat Puas	5	161	805
Puas	4	238	952
Kurang Puas	3	86	258
Tidak Puas	2	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0
			<b>2.015</b>

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.33 jumlah skor yang diperoleh dari dimensi *responsiveness* adalah 2.015, berdasarkan skor tersebut tingkat kepuasan nasabah adalah  $(2.015/2.425) \times 100\% = 83,09\%$  atau 0,83, maka dapat disimpulkan tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *responsiveness* pada masa pandemi covid-19 memperoleh hasil akhir 83,09% atau 0,83 dalam kategori sangat puas (0,81 – 1,00).

Hal ini berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya tentang Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk yang dilakukan oleh Desi Permata Sari pada tahun 2019. Pada dimensi *responsiveness* penulis mendapatkan perhitungan sebesar 57% atau 0,57, berada pad interval 0,51 – 0,65, menunjukkan bahwa nasabah cukup puas dengan pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk.

Berdasarkan perbandingan hasil dari penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian oleh saudari Desi Permata Sari tampak bahwa pada dimensi *responsiveness* didapatkan hasil penelitian yang berbeda.

#### 4. Assurance (Jaminan)

**Tabel 4. 34**  
**Total Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Tingkat Kepuasan Nasabah**  
**terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Amabruk Berdasarkan Dimensi**  
**Assurance pada Masa Pandemi Covid-19**

Jawaban	Skor ( <i>s</i> )	Frekuensi ( <i>f</i> )	( <i>s</i> ) x ( <i>f</i> )
Sangat Puas	5	158	790
Puas	4	210	840
Kurang Puas	3	117	351
Tidak Puas	2	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0
			<b>1.981</b>

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.34 jumlah skor yang diperoleh dari dimensi *assurance* adalah 1.951, berdasarkan skor tersebut tingkat kepuasan nasabah adalah  $(1.951/2.425) \times 100\% = 80,45\%$  atau 0,80, maka dapat disimpulkan tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *assurance* pada masa pandemi covid-19 memperoleh hasil akhir 80,45% atau 0,80 dalam kategori puas (0,66 – 0,80).

Hal ini berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya tentang Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk yang dilakukan oleh Desi Permata Sari pada tahun 2019. Pada dimensi *assurance* penulis mendapatkan perhitungan sebesar 60,2% atau 0,60, ini berada pada interval 0,51 – 0,65, menunjukkan bahwa nasabah cukup puas dengan pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk.

Berdasarkan perbandingan hasil dari penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian oleh saudari Desi Permata Sari tampak bahwa pada dimensi *assurance* didapatkan hasil penelitian yang berbeda.

## 5. *Emphaty* (Kemudahan)

**Tabel 4. 35**  
**Total Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Tingkat Kepuasan Nasabah**  
**terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Amabruk Berdasarkan Dimensi**  
***Emphaty* pada Masa Pandemi Covid-19**

Jawaban	Skor ( <i>s</i> )	Frekuensi ( <i>f</i> )	( <i>s</i> ) x ( <i>f</i> )
Sangat Puas	5	135	675
Puas	4	224	896
Kurang Puas	3	126	378
Tidak Puas	2	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0
			<b>1.949</b>

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.35 jumlah skor yang diperoleh dari dimensi *tangible* adalah 1.949, berdasarkan skor tersebut tingkat kepuasan nasabah adalah  $(1.949/2.425) \times 100\% = 80,37\%$  atau 0,80, maka dapat disimpulkan tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *emphaty* pada masa pandemi covid-19 memperoleh hasil akhir 80,37% atau 0,80 dalam kategori puas (0,66 – 0,80).

Hal ini berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya tentang Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BMT Almabruk yang dilakukan oleh Rizky Amanda pada tahun 2020. Pada dimensi *empathy* penulis mendapatkan perhitungan sebesar 79,37% ini berada pada interval 66% - 80,99% , menunjukkan bahwa nasabah puas dengan pelayanan pegawai BMT Almabruk.

Berdasarkan perbandingan hasil dari penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian oleh saudara Rizky Amanda tampak bahwa pada dimensi *empathy* didapatkan hasil penelitian yang sama.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari sembilan puluh tujuh responden yang diteliti diperoleh data yaitu terkait tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19, maka dapat disimpulkan :

1. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *tangible* pada masa pandemi covid-19 adalah 78,68% dikategorikan puas.
2. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *reliability* pada masa pandemi covid-19 adalah 84,24%, dikategorikan sangat puas.
3. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *responsiveness* pada masa pandemi covid-19 adalah 83,09%, dikategorikan sangat puas.
4. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *assurance* pada masa pandemi covid-19 adalah 80,45%, dikategorikan puas.
5. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk berdasarkan dimensi *emphaty* pada masa pandemi covid-19 adalah 80,37%, dikategorikan puas.

#### **B. Implikasi**

Karyawan PT. LKMS BMT Almabruk harus meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih efektif lagi dimasa pandemi covid-19, karena pada lembaga keuangan itu yang dijual produk dan jasa. Maka hal yang harus dilakukan oleh PT. LKMS BMT Almabruk adalah mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya pada semua dimensi, karena hasil yang didapat dalam penelitian ini yaitu dikategorikan puas.

### C. Saran

Saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Bagi penelitian selanjutnya

Karena dalam penelitian ini hanya meneliti dari segi dimensi pelayanan saja, Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dalam bertransaksi pada masa pandemi covid-19 dengan pengukuran yang berbeda.

#### 2. Bagi PT. LKMS BMT Almabruk

Meningkatkan kepuasan nasabah serta pelayanan kepada nasabah terutama pada dimensi *tangible*, *assurance* dan *emphaty*, karena hasil penelitian yang didapatkan dikategorikan puas. Namun sebaiknya semua dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* lebih ditingkatkan lagi. Gunanya agar nasabah merasa sangat puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sehingga nasabah akan tetap loyal dan bisa meningkatkan jumlah nasabah bertransaksi pada PT. LKMS BMT Almabruk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bhote, K.R. (1996). *Beyond Customer Satisfaction to Loyalty: The Key to Greater Profitability*. New York: AMA Membership Publication Division, American Management Association.
- Burhanuddin, Y. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Dilembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cahyani, P. D. (2016). Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol 6. No.2*, 152.
- Hartono, J. T. (2010). *Analisis Pengaruh Pelayanan dan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah*. Universitas Gunadarma.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hasibuan, M. S. (2006). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hatmawan, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Irawan, H. (2003). *Indonesia Costumer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merk Pemenang ICSCA*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Iska, S. (2012). *Sistem Perbankan di Indonesia Dalam Prespektif Fikih Ekonomi*. Batusangkar: STAIN Batusangkar Press.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, Cet. ke-2.
- Kasmir. (2011). *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers, Cet. ke-11.
- Kasmir. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers, Cet. ke-22.
- Kasmir. (2017). *Customer Services Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers, Cet. ke1.
- Kotler, P. D. (1997). *Dasar-dasar Manajemen, terjemahan buku Philip Kotler dan Gary Amstrong*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. D. (2004). *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*. Jakarta: PT. Indeks.

- Lupiyoadi, R. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik*. Depok: Salemba Empat.
- Mardani. (2015). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis dan Karya Tulis Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Soemitra, A. (2010). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sudarsono, H. (2015 ). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: EKOSIANA.
- Sumanto. (2020). *Teori Dan Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Susanti. (2020). *Metode Penelitian*. Bandung: (2020). Persepsi Dan Cara Pemberian Pendidikan Seksual Pada Anak TK.: CV. Adanu Abimata.
- Syamsuir. (2015). Lembaga Keuangan Islam Non Bank. *Jurnal Islamika*, 15, 96-97.
- Syamsuir. (2015). Lembaga Keuangan Islam Non Bank. *Jurna Islamika*, 15, 96-97, 101-102.
- Tjiptono, F. ( 2008). *Service Manajement*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa* . Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Press.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yusuf, S. D. (2014). Peran Strategis Baitul Maal Wa-Tamwil (BMT) Dalam Peningkatan Ekonomi Rakyat. *Al-Mizan 10(1)*, 76-78.
- Zamzam, S. B. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Berbasis Sem-Amos*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Zulian, Y. (2001). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Wawancara, A.W, Kamis, 10.00, 01 April 2021.
- Wawancara, D.A, Kamis, 10.30, 01 April 2021.
- Wawancara, D.V.L, Kamis, 11.00, 01 April 2021.

Wawancara, E.W, Kamis, 09.30, 01 April 2021.

Wawancara, R.S, Kamis, 20.45, 19 Agustus 2021.

Wawancara, T.Y, Kamis, 09.00, 01 April 2021.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Surat Tugas Pembimbing



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Sudirman No. 137 Lina Kencana Batusangkar Telp. (0752) 71156, 574221, 71889 Fax. (0752) 71879  
Website : [www.iainbatusangkar.ac.id](http://www.iainbatusangkar.ac.id) e-mail : [afv@iainbatusangkar.ac.id](mailto:afv@iainbatusangkar.ac.id)

#### SURAT TUGAS

Nomor : 813.a./In.27/F.IV.1/PP.00.9/06/2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan ini menugaskan Saudara:

Nama Dosen / NIP	Pangkat / Gol	Jabatan	Keterangan
Fitri Yenti, SEI, MA.	Penata Muda Tk.1 / III.b	Asisten Ahli	Pembimbing

sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, atas nama :

Nama : Suci Eka Putri  
NIM : 14202166  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul Proposal : *Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan PT.LKMS BMT Almahruk pada Masa Pandemi Covid-19*

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 25 Juni 2021

s.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan



Dr. Nofrivul, SE, MM

Lampiran 2: Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Jl. Sudirman No.127 Kampus Liris Kurni Batusangkar 27212, Telp: (0752) 71752, Gd. 135, Fax: (0752) 71833  
Website: www.iainbatusangkar.ac.id e-mail: iainbatusangkar.ac.id

22 Juni 2021

Nomor : B- 0447 /In.27/LITL.00/06/2021  
Sifat : Biasa  
Lampiran : 1 Rangkap  
Perihal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan BMT Almabruk Batusangkar  
Batusangkar

Assalamu 'alaikum W. Wb.  
Dengan hormat

Bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama/NIM : Suci Eka Putri / 14202166  
Tempat/Tanggal Lahir : Batusangkar, 08 Mei 1995  
Kartu identitas : KTP: 1304074805950002  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Alamat : Jorong Minang Jaya Nagari Minangkabau Kecamatan  
Sungayang Kabupaten Tanah Datar

akan melakukan pengumpulan data untuk proses penulisan laporan hasil penelitiannya sebagai berikut:

Judul Penelitian : **Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk pada Masa Pandemi Covid-19**  
Lokasi : BMT Almabruk Batusangkar  
Waktu : 23 Juni 2021 s.d 23 Agustus 2021  
Dosen Pembimbing 1 : Fitri Yenti, S.E.I., MA  
2 : -

Untuk itu, diharapkan kiranya Bapak/Ibu berkenan memberi izin dalam rangka pelaksanaan penelitian mahasiswa yang bersangkutan

Demikian disampaikan, atas bantuannya diucapkan terimakasih.

**Terbuanan:**

1. Rektor IAIN Batusangkar (Sebagai Laporan)
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar (Sebagai Laporan)



## PT. LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH BMT ALMABRUK

Badan Hukum Nomor: AHU-0156546.AH.01.11  
Kantor: Gedung M lantai 1, IAN Batusangkar, Jln. Sudirman No. 137, Kabupaten Lingsar, 27213

✓ NALAI  
✓ JABAT  
✓ JUDUL  
✓ URAIAN

### **SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN** No. 05/LKMS-BMT/ALMABRUK/BSK/VIII/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmad Ade Putra, S.E, M.E  
Jabatan : Direktur PT. LKMS BMT ALMABRUK

Dengan ini menerangkan bahwa,


Nama : Suci Eka Putri  
NIM : 14202166  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar telah melakukan penelitian pada PT. LKMS BMT ALMABRUK Batusangkar untuk keperluan penulisan Tugas Akhir yang berjudul **TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN PT. LKMS BMT ALMABRUK PADA MASA PANDEMI COVID-19**, yang dimulai semenjak tanggal 23 Juni 2021 dan berakhir pada tanggal 19 Agustus 2021.

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Batusangkar, 19 Agustus 2021  
PT. LKMS BMT ALMABRUK

  
**Rahmad Ade Putra, SE, ME**  
Direktur



Lampiran 4: Kuesioner Penelitian

**MOHON MENJADI RESPONDEN**

Kepada Bapak/ Ibu calon responden

Di

Tempat

*Assalamualaikum wr.wb.*

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar pada semester XIV (empat belas).

Nama : SUCI EKA PUTRI

NIM : 14202166

Alamat : Jorong Minang Jaya, Nagari Minangkabau,

Kecamatan Sungayang, Kabupaten Tanah Datar

Akan mengadakan penelitian dengan judul **“Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk pada Masa Pandemi Covid-19”**, penelitian ini tidak mengakibatkan akibat buruk bagi bapak/ ibu sebagai responden, kerahasiaan semua informasi yang diberikan akan dijaga, dan hanya digunakan untuk tujuan penelitian.

Apabila bapak/ ibu menyetujui maka dengan ini saya mohon kesediaan menjadi responden untuk menandatangani lembaran persetujuan dan menjawab semua pertanyaan yang saya ajukan dalam lembaran kuesioner.

Atas persetujuan bapak/ ibu sebagai responden saya ucapkan terima kasih.

Peneliti

SUCI EKA PUTRI

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN MENJADI RESPONDEN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :  
Umur :  
Jenis kelamin :  
Pekerjaan :  
Alamat :

Menyatakan bersedia berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian yang akan dilakukan oleh:

Nama : SUCI EKA PUTRI  
Nim : 14202166  
Judul : **Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan PT. LKMS BMT Almabruk pada Masa Pandemi Covid-19**

Saya menyadari bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap saya, sehingga jawaban yang saya berikan adalah yang sebenarnya dan akan dirahasiakan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yang membuat pernyataan,

(.....)

**TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN PT.  
LKMS BMT ALMABRUK PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Pengisian kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data penelitian skripsi yang berjudul “**TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN PT. LKMS BMT ALMABRUK PADA MASA PANDEMI COVID-19**” oleh **Suci Eka Putri, NIM 14202166**, mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

**A. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER**

1. Beri tanda *check-list* (✓) pada jawaban yang anda anggap benar.
2. Setiap pernyataan kuesioner hanya perlu satu jawaban.
3. Setiap pernyataan kuesioner harus dijawab.
4. Lakukan pengisian kuesioner dengan jawaban yang sesuai dengan kenyataan.

Setiap pernyataan terdiri dari 5 pilihan, yaitu:

<b>No</b>	<b>Kategori</b>	<b>Skor</b>
1	Sangat Puas (SP)	5
2	Puas (P)	4
3	Kurang Puas (KP)	3
4	Tidak Puas (TP)	2
5	Sangat Tidak Puas (STP)	1

**B. PERNYATAAN PENELITIAN**

No	DAFTAR PERTANYAAN	KUALITAS PELAYANAN				
		SP	P	KP	TP	STP
		5	4	3	2	1
<b>Tangible (Bukti Fisik)</b>						
1	BMT Almabruk memiliki fasilitas pendukung seperti tempat parkir					
2	BMT Almabruk memiliki gedung yang baik untuk menunjang kegiatan operasional sehari-hari dan tersedia fasilitas protokol covid-19 seperti tempat pencuci tangan, <i>handsanitizer</i> dan memberi kaca pembatas antara <i>front-liner</i> dengan nasabah					
3	BMT Almabruk lebih mudah dihubungi melalui via telepon pada saat jam kerja dalam masa pandemi covid-19					
4	Ruang tunggu yang nyaman dan bersih, sesuai protokol covid-19, dengan menjaga jarak duduk tertentu ( <i>physical distancing</i> )					
5	BMT Almabruk memiliki media transaksi seperti brosur dan buku rekening tabungan langsung saat pembukaan rekening pada masa pandemic covid-19					
<b>Reliability (Kehandalan)</b>						
6	BMT Almabruk memiliki prosedur layanan yang baik, tercermin dari cepatnya penerimaan anggota baru pada masa pandemi covid-19					
7	BMT Almabruk memiliki standar operasional yang baik, tercermin dari perhitungan administrasi yang akurat					
8	BMT Almabruk memiliki					

No	DAFTAR PERTANYAAN	KUALITAS PELAYANAN				
		SP 5	P 4	KP 3	TP 2	STP 1
	karyawan yang mampu mengolah lembaga keuangan yang baik					
9	Pada masa pandemi covid-19 Layanan BMT Almabruk sesuai apa yang dijanjikan tercermin dari besarnya manfaat yang diperoleh					
10	Kesiapan karyawan BMT Almabruk dalam memberikan layanan yang dibutuhkan terutama dalam penyampaian informasi pada masa pandemi covid-19 karena banyak masyarakat ataupun nasabah belum paham dalam dunia keuangan syariah					
<b><i>Responsiveness (Ketanggapan)</i></b>						
11	Ketersediaan karyawan BMT Almabruk pada masa pandemi covid 19 untuk memberikan solusi atas permasalahan keuangan nasabah					
12	Kecepat-tanggapan karyawan BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 dalam melayani nasabah					
13	Transaksi menabung dapat dilakukan kapan saja pada saat jam kerja dalam masa pandemi covid-19					
14	Karyawan BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 senantiasa mempersiapkan administrasi maupun dana yang diperlukan nasabah					
15	Karyawan BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 cepat dalam menangani keluhan nasabah					

No	DAFTAR PERTANYAAN	KUALITAS PELAYANAN				
		SP	P	KP	TP	STP
		5	4	3	2	1
<b><i>Assurance (Jaminan)</i></b>						
16	Pada masa pandemi covid-19 BMT Almabruk menjamin keamanan uang nasabah yang ditabung					
17	BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 memiliki standar operasional yang baik, tercermin dari perhitungan administrasi yang akurat					
18	Uang yang ditabung dapat diambil sewaktu-waktu walaupun dalam masa pandemi covid-19 nasabah tetap dibolehkan langsung datang ke BMT dengan mematuhi protokol kesehatan					
19	Pada masa pandemi covid-19 pencairan uang pembiayaan pada BMT Almabruk sesuai apa yang telah dijanjikan					
20	BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 bertanggung jawab atas keakuratan jaminan data nasabah					
<b><i>Emphaty (kemudahan)</i></b>						
21	Pada masa pandemi covid-19 karyawan BMT merespon setiap keluhan nasabah dengan sungguh-sungguh					
22	Pada masa pandemi covid-19 karyawan BMT Almabruk memberikan perhatian yang lebih kepada nasabah tanpa membedakan status sosial nasabah					
23	Pada masa pandemi covid-19 Karyawan BMT Almabruk memberikan solusi terhadap setiap keluhan nasabah					

No	DAFTAR PERTANYAAN	KUALITAS PELAYANAN				
		SP 5	P 4	KP 3	TP 2	STP 1
24	Pada masa pandemi covid-19 BMT Almabruk memiliki jam buka sesuai jadwal yang telah ditentukan					
25	BMT Almabruk pada masa pandemi covid-19 memberikan perhatian serius ketika nasabah merasa kesulitan dalam bertransaksi					

N O	Tangible					Reliability					Responsiveness					Assurance					Emphaty					TOT AL
	P. 1	P. 2	P. 3	P. 4	P. 5	P. 6	P. 7	P. 8	P. 9	P. 10	P. 11	P. 12	P. 13	P. 14	P. 15	P. 16	P. 17	P. 18	P. 19	P. 20	P. 21	P. 22	P. 23	P. 24	P. 25	
1	4	5	5	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	S	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	111
2	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	104
3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	104
4	2	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	108
5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	108
6	3	3	3	4	4	3	4	5	3	3	5	5	3	5	5	3	5	3	3	4	3	5	5	3	4	96
7	3	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	5	3	105
8	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	3	3	5	3	4	5	5	4	3	104
9	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	3	4	5	3	4	5	3	4	107
10	3	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	91
11	2	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4	109
12	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	3	4	3	5	5	4	4	4	108
13	3	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	93
14	3	3	5	3	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	3	4	5	5	5	107
15	3	4	4	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	109
16	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	4	5	3	4	109



17	2	4	3	4	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	3	3	92
18	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	89
19	2	3	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	3	4	5	4	5	108
20	2	3	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	5	3	4	5	5	4	5	104
21	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	108
22	3	5	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	3	101
23	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	112
24	2	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	4	5	4	5	5	5	111
25	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	5	111
26	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	114
27	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	88
28	3	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	3	4	5	5	5	4	106
29	3	3	5	4	4	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	3	4	4	5	5	5	108
30	3	4	4	4	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	3	4	4	3	4	5	4	5	5	103

3 1	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	3	4	5	4	4	5	105	
3 2	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	94
3 3	3	4	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	91
3 4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	3	5	112
3 5	2	4	4	4	3	4	4	3	3	3	5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	5	89	
3 6	2	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	3	106
3 7	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	107
3 8	3	2	4	3	3	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	3	4	3	3	3	3	93
3 9	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	3	3	3	100
4 0	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	3	103
4 1	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	108
4 2	3	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	92
4 3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	96
4 4	4	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	110

45	3	3	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	3	3	93	
46	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	3	111	
47	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	106	
48	3	5	4	4	4	4	3	4	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	92	
49	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	4	96	
50	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	5	3	5	4	5	107	
51	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5	113	
52	3	3	4	3	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	97	
53	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	103
54	4	3	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	5	107	
55	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	5	4	3	3	4	5	4	3	4	89	
56	2	4	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	94	
57	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	83	
58	3	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	3	4	5	110

59	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	113
60	2	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	88	
61	2	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	106
62	3	5	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	108
63	3	5	3	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	100
64	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	3	4	5	5	4	4	5	4	3	5	4	107	
65	2	5	4	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	4	3	5	5	106	
66	2	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	3	106	
67	3	4	5	5	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	105
68	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	3	3	104	
69	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	5	3	5	4	3	5	5	3	105	
70	3	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	5	4	94	
71	3	3	3	5	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	93	
72	3	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	3	3	5	5	4	4	4	3	4	3	4	5	5	105	

73	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	3	5	5	5	109	
74	2	4	3	4	5	4	4	3	3	2	3	4	3	5	5	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	90	
75	2	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	5	4	3	5	3	3	4	5	3	103	
76	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	104	
77	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	112	
78	2	4	3	4	5	4	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	94	
79	2	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	104	
80	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	112	
81	3	5	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	3	94	
82	3	5	3	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	3	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	105	
83	3	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	3	3	4	4	101	
84	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	3	4	4	3	107	
85	3	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	5	4	3	5	4	5	109	
86	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	88

87	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	106
88	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	3	4	94
89	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	110
90	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	86
91	2	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	3	106
92	2	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	5	3	4	3	99
93	2	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	85
94	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	3	105
95	2	3	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	96
96	2	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	101
97	2	3	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	5	3	96

Lampiran 5: Dokumentasi Pengisian Kuesioner



