BAB V

PEMBAHASAN

A. Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota Penabung dan Anggota Pembiayaan Pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Hasil penelitian menunjukkan antara kedua BMT peranan CS tidak terlalu jauh berbeda bahwa keduanya sama-sama telah menerapkan *service excellent*, bersikap ramah, sopan dan santun kepada anggota penabung dan anggota pembiayaan, memberikan pelayanan yang maksimal kepada anggotanya agar anggotanya puas sehingga membuat mereka loyal terhadap BMT Pahlawan Tulungagungdan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar, memberikan pelayanan sesuai yang diinginkan oleh anggota. Yang sedikit membedakan adalah dari segi pelayanan, dimana BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar ini menerapkan sistem menjemput bola, artinya karyawan atau CS BMT memberikan pelayanan langsung ke rumah atau tempat kerja anggota.

Berdasarkan teori Kasmir[1] mengenai tugas CS salah satunya sebagai *relation officer* yaitu membina hubungan dengan anggota, berdasarkan praktek BMT Pahlawan CS memperlakukan bahwa nasabah dengan ramah bahkan dari pengakuan salah satu anggota CS di BMT Pahlawan sudah menganggap beliau sebagai saudara sendiri. Hal ini sesuai

[1] Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 203-204.

dengan praktek BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar bahkan ketua cabang pembantu mengharuskan CS bersikap ramah dan menganggap anggota sebagai saudara sendiri hal tersebut juga merupakan strategi untuk meningkatkan loyalitas anggota dari masing-masing BMT.

Peran *customer service* ini sangat penting dalam meningkatkan loyalitas anggota penabung dan anggota pembiayaan pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar melalui *service excellent*, pelayanan yang maksimal, berusaha tidak mengecewakan anggota, dan bersikap baik kepada anggota. Selain itu *customer service* sebagai sumber informasi dan perantara bagi pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan maka *customer service* harus mengetahui dan menguasai hal-hal sebagai berikut yaitu fungsi dan tugas *customer service*, dasa-dasar pelayanan nasabah, sifat-sifat nasabah, sikap melayani nasabah, ciri-ciri pelayanan yang baik, dan sebab-sebab nasabah kabur yang dapat dijadikan tambahan pengetahuan untuk diimplementasikan secara langsung.

B. Loyalitas Anggota Penabung pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Produk tabungan di BMT Pahlawan diminati oleh banyak orang, jumlah anggota penabung lebih banyak dari jumlah anggota pembiayaan hal tersebut terbukti pada data yang terlampir di BAB 4. Begitu juga di BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar yang jumlah nasabah penabung lebih banyak dari pada jumlah anggota pembiayaan.

Hal ini dikarenakan anggota loyal terhadap BMT Pahlawan Tulungagung maupun BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar, terbukti pada wawancara salah satu informan BMT Pahlawan Tulungagung yang menjadi anggota penabung semenjak tahun 2007 sampai sekarang, hal ini sesuai dengan teori Giffin[2] dalam jurnal "Pengaruh Aktivitas *Customer Service* dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Capem Panam Pekanbaru", karakteristik konsumen yang loyal salah satunya melakukan pembelian secara teratur. Sedangkan di BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar anggota penabung ada yang menjadi anggota dari awal buka sampai sekarang.

Kedua BMT sama-sama menerapkan strategi pelayanan yang membuat anggota menetap dan menjadi loyal. Sehingga mempercayakan uangnya ke BMT Pahlawan Tulungagung maupun BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar.

C. Loyalitas Anggota Pembiayaan pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar

Berdasarkan hasil penelitian jumlah anggota pembiayaan memang tidak sebanyak anggota penabung tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa anggota pembiayaan juga merupakan anggota yang loyal.

---

[2] Puji Hariyanti dan Rahmy Utari, *Pengaruh Aktivitas Customer Service dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Capem Panam Pekanbaru*, (Jurnal Komunikasi, Volume 8, Nomor 1, Oktober 2013), hlm. 71-72.

Berdasarkan teori Giffin[3] dalam jurnal "Pengaruh Aktivitas *Customer Service* dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Capem Panam Pekanbaru", yang menyatakan bahwa karakteristik konsumen yang loyal salah satunya melakukan pembelian teratur. Berdasarkan praktek pada BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar. Terbukti salah satu informan telah melakukan pembiayaan ulang ketika pembiayaan sudah lunas. Hal ini membuktikan bahwa BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar mampu membuat anggota loyal. Sedangkan dalam penelitian pada BMT Pahlawan Tulungagung anggota pembiayaan menyatakan bahwa pelayanan di BMT Pahlawan Tulungagung sangat baik. Hal ini seharusnya menarik minat anggota untuk loyal terhadap BMT Pahlawan. Tetapi pada prakteknya informan tidak melakukan pembiayaan kembali. Hal ini berarti anggota pembiayaan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar lebih loyal dari anggota pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung.

D. Peranan *Customer Service* Ditinjau dari Manajemen Syariah

Hasil penelitian menunjukkan CS didalam BMT Pahlawan Tulungagung maupun BMT UGT Sidogiri Capem Blitar sama-sama berperilaku sopan, ramah, baik, dan sangat menghargai anggota. Anggota pun merasa hubungannya dengan CS tidak sebatas anggota dan CS, bahkan merasa sebagai saudaranya sendiri dikarenakan sudah akrab dengan CS.

[3] Puji Hariyanti dan Rahmy Utari, *Pengaruh Aktivitas Customer Service dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Capem Panam Pekanbaru*, (Jurnal Komunikasi, Volume 8, Nomor 1, Oktober 2013), hlm. 71-72.

Berdasarkan teori “syarat dikategorikan manajemen syariah” salah satunya adalah manajemen syariah harus didasari nilai-nilai dan akhlak-akhlak Islam.[4] Dalam praktiknya BMT Pahlawan Tulungagung dalam melakukan pelayanan sangat sigap ketika anggota membutuhkan khususnya CS, CS memberikan pengarahan kepada anggota-anggota baik anggota lama maupun anggota baru tidak dibedakan sama-sama dilayani dengan ramah dan dapat menyesuaikan bahasa orang yang diajak bicara. Jika yang diajak bicara orang yang sudah tua maka mereka pakai bahasa karma dalam istilah jawanya bertujuan untuk lebih menghargai seseorang yang sudah tua.

Dalam BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar peranan CS tidak kalah dengan BMT Pahlawan Tulungagung. Menurut informan saat melakukan wawancara, beliau melakukan pembiayaan karena pelayan dari seluruh karyawan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar khususnya CS dirasa sangat baik. Hal tersebut membuktikan bahwa di kedua BMT baik BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar sama-sama menerapkan pelayanan CS sesuai dengan manajemen syariah.

Selain itu ditinjau dari manajemen syariah tidak hanya dari tingkah laku tapi dapat diterapkan melalui cara berpakaian, memberikan zakat kepada 8 golongan, bersilaturrahmi, dan pengutamaan urusan Allah SWT dari pada yang lainnya. Hal ini sudah diterapkan oleh BMT baik BMT

[4] Sunarji Harahap, *Implementasi Manajemen Syariah Dalam Fungsi-Fungsi Manajemen*, (At-Tawassuth, Vol. 2, No. 1, 2017), hlm. 219.

Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar. Tetapi berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar lebih menonjolkan sisi ini kepada anggotanya.