

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis jasa keuangan di Indonesia saat ini mengalami kemajuan cukup pesat. Bukti perkembangan bisnis jasa keuangan di Indonesia ditandai dengan semakin bertambah pesat berdirinya lembaga-lembaga keuangan, salah satunya lembaga keuangan Islam atau lebih dikenal Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Lembaga keuangan syariah merupakan badan usaha yang kegiatannya di bidang keuangan syariah dan asetnya berupa aset-aset keuangan maupun non keuangan berdasarkan prinsip syariah.¹

Lembaga keuangan syariah di Indonesia terbagi menjadi dua bentuk, yaitu lembaga keuangan syariah bersifat perbankan dan non perbankan. Lembaga keuangan yang bersifat bank terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Usaha Unit Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sedangkan lembaga keuangan yang bersifat non bank antara lain Badan Amil Zakat (BAZ), Badan Perwakafan Nasional, Baitul Maal Wat Tamwil (BMT), Asuransi Syariah, Badan Arbitrase Syariah Nasional, dan Obligasi Syariah.²

Lembaga keuangan syariah bersifat non bank merupakan lembaga keuangan yang tidak asing lagi bagi kalangan masyarakat, karena lembaga ini

¹Ahmad Rodoni, et. all., *Lembaga Keuangan Syariah*. (Jakarta Timur: Bestari Buana Murni, 2008), hal. 6

²*Panduan Ujian Komprehensif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2015), hal. 120

telah menjadi kebutuhan dalam kegiatan perekonomian masyarakat Indonesia. Salah satu bentuk lembaga keuangan syariah non bank yang sekarang telah eksis dan menarik perhatian di kalangan masyarakat ialah lembaga Baitul Maal wat Tamwil (BMT). BMT merupakan lembaga keuangan yang setara dengan koperasi, akan tetapi dalam sistem pengoperasional dan produknya hampir sama dengan perbankan syariah. Hanya saja target, sasaran, dan skala pembiayaan BMT sama halnya dengan koperasi yakni pada sektor usaha mikro. Adapun tujuan BMT ialah untuk memberikan pelayanan berupa jasa keuangan dan solusi kepada masyarakat kecil yang mempunyai permasalahan di bidang keuangan.³

Eksistensi lembaga keuangan BMT di kalangan masyarakat Indonesia sudah terjalin cukup lama, dimana lembaga ini lahir pada tahun 1992 dan telah mengalami kemajuan yang cukup pesat, hal ini salah satunya di latar belakang oleh mayoritasnya umat muslim di Indonesia. Dewasa ini, dengan diwarnai pertumbuhan BMT atau lembaga keuangan yang setara dengan BMT yang terjalin cukup pesat, menjadikan keadaan tersebut berpengaruh pada timbulnya persaingan antar industri jasa keuangan yang sejenis. Persaingan yang terjadi tidak hanya terjalin pada tingkat bagi hasil yang ditawarkan suatu lembaga keuangan, sehingga lembaga keuangan akan sulit berkembang jika hanya bertumpu pada pruduk-produk yang mereka tawarkan saja. Mereka harus melihat dari berbagai sisi yang mampu memberikan nilai lebih di mata nasabah atau calon nasabah, karena nasabah merupakan asset yang sangat berharga bagi lembaga keuangan.

³Arif Misbahul Masruri, *Sistem Tabungan Kotak dalam Meningkatkan Motivasi Menabung di Baitul Maal wa Tamwil Amanah Watulimo Trenggalek*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014), hal. 6

Banyak cara atau aspek yang dapat ditempuh dalam upaya memberikan nilai lebih di mata nasabah atau calon nasabah, diantaranya ialah:

1. Melakukan pengembangan dalam bidang teknologi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin luas.
2. Meningkatkan pelayanan dan kenyamanan kepada nasabah, baik dari segi cara pegawai melayani nasabah sampai pada urusan kenyamanan ruangan menjadi target lembaga keuangan.
3. Menawarkan bunga (tingkat bagi hasil) yang bersaing (kompetitif).
4. Menawarkan berbagai macam kemudahan bagi nasabah atau calon nasabah.⁴

Dengan melihat beberapa aspek tersebut dapat dipahami bahwa pelayanan menjadi aspek yang tidak dapat ditinggalkan dalam upaya menarik simpati nasabah atau calon nasabah. Pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan kesan tersendiri, khususnya bagi anggota nasabah. Jika nasabah simpati, kedepannya akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk jasa lembaga keuangan akan berjalan lebih lancar. Pelayanan yang baik juga merupakan daya penarik bagi (calon) nasabah untuk menjadi nasabah. Oleh karena itu pemberian pelayanan yang menyeluruh dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan, pemenuhan kebutuhan, dan mewujudkan kepuasan nasabah menjadi solusi dan alternatif yang dapat dilakukan agar mampu menarik simpati nasabah.⁵

⁴Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 2006), hal. 163

⁵H. Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*. (Jakarta : PT. Bumi Aksara 2011), hal. 152

Pada situasi persaingan saat ini, menggaet nasabah dan mempertahankan nasabah membutuhkan usaha yang keras. Keberhasilan usaha tersebut salah satunya sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas, berusaha untuk mempertahankan nasabah yang lama dan berusaha mencari nasabah baru baik segi jumlah maupun kualitas nasabah.⁶ Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa yang ditawarkan.

Dalam upaya menciptakan pelayanan yang berkualitas, sebuah lembaga keuangan syariah sudah seharusnya memberikan pelayanan terbaik (prima). Sehingga mereka akan mampu bersaing dengan lembaga jasa keuangan yang sejenis. Pelayanan prima (*service excellence*) adalah kepedulian kepada nasabah dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada lembaga (organisasi).⁷

Pelayanan yang berkualitas setidaknya mencakup lima kriteria kualitas pelayanan inti yang sering disebut sebagai RATER, yaitu *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (kepercayaan), *tangibles* (tampilan), *emphaty* (perhatian), dan *reliability* (kehandalan).⁸

Responsiveness (cepat tanggap) kriteria ini dimaksudkan pada kemampuan karyawan untuk membantu nasabah menyediakan jasa dengan cepat, tidak bertele-tele, baik dan benar sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah.

⁶Kasmir, *Manajemen Perbankan...*, hal. 165

⁷Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. (Jakarta : PT. Gramedia, 2004), hal 27

⁸Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional Perspektif Integratif*. (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hal. 167

Meliputi beberapa instrumen, yaitu selalu sigap untuk melayani nasabah, memberikan solusi atas kesulitan-kesulitan yang dihadapi nasabah, dan berusaha semaksimalnya melayani nasabah.⁹

Assurance (kepercayaan) kriteria ini dimaksudkan pada pengetahuan dan kesopanan dari para karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan rasa percaya dan yakin. Meliputi beberapa instrumen, yaitu memiliki kemampuan untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah ke perusahaan, dan tingkah laku sesuai dengan tata krama (etika) perusahaan.¹⁰

Tangibles (tampilan) kriteria ini dimaksudkan pada fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan dari para personil. Meliputi beberapa instrumen yaitu cara berpakaian sesuai dengan standar berpakaian perusahaan, kebersihan tempat kerja, dan perlengkapan dalam pelayanan nasabah.¹¹

Empathy (perhatian) kriteria ini dimaksudkan pada sejauh mana tingkat pemahaman (simpati) serta perhatian secara individual yang diberikan oleh perusahaan kepada para pelanggannya. Diantaranya yaitu peduli dengan keadaan atau masalah yang dihadapi nasabah, berusaha untuk membantu nasabah, memahami tingkah laku nasabah, dan mendengarkan nasabah.¹²

Reliability (kehandalan) kriteria ini dimaksudkan pada kemampuan untuk menghantarkan layanan sesuai dengan yang telah dijanjikan tanpa suatu kesalahan serta akurat. Diantaranya ialah mengetahui cara memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah, mempunyai kemampuan dalam memberikan

⁹*Ibid.*, hal. 168

¹⁰*Ibid.*, hal. 168

¹¹*Ibid.*, hal. 168

¹²*Ibid.*, hal. 169

pelayanan, menyampaikan janji perusahaan pada nasabah, dan memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan standar kepada nasabah.¹³

Pelayanan terbaik (prima) merupakan strategi dalam mempertahankan nasabah. Tidak hanya itu, dengan memberikan pelayanan terbaik lembaga keuangan akan mampu menarik nasabah, karena dapat menempatkan pelayanan sebagai media pemasaran. Dengan bertambahnya jumlah nasabah maka akan menambah keuntungan lembaga, dengan catatan dapat mempertahankan dan merekrut nasabah yang produktif. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Adapun yang menjadi final goal dari pelayanan prima ialah terciptanya loyalitas nasabah.¹⁴

Definisi loyalitas menurut Oliver sebagaimana yang dikutip oleh Ratih Hurriyati mengemukakan definisi loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.¹⁵

Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah lembaga jasa keuangan, dengan alasan loyalitas nasabah akan berdampak terhadap kinerja lembaga keuangan dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup lembaga

¹³*Ibid.*, hal. 169

¹⁴Atep Adya Barata, *Dasar-dasar...*, hal. 31

¹⁵Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 129

keuangan. Hal ini menjadi alasan utama bagi lembaga keuangan untuk mempertahankan nasabahnya.

Usaha untuk memperoleh nasabah yang loyal tidak dapat dilakukan sekaligus, namun melalui beberapa tahapan mulai dari mencari nasabah potensial sampai memperoleh *partners*.¹⁶ Kemudian disamping itu untuk menciptakan perasaan yang loyal dalam diri nasabah, lembaga keuangan harus mampu mewujudkan kepuasan melalui jasa yang mereka berikan, dimana untuk memberikan kepuasan tersebut lembaga keuangan harus mampu memberikan harga dan jasa yang setimpal atas pengorbanan yang nasabah keluarkan.

BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Kanigoro Kabupaten Blitar merupakan salah satu lembaga keuangan yang dalam menjalankan kegiatan usahanya selalu mengutamakan kepuasan nasabah diantaranya memberikan pelayanan terbaik (prima) kepada para nasabahnya. Sistem layanan jemput bola merupakan bentuk pelayanan prima yang diterapkan BMT UGT Sidogiri.

Sistem pelayanan jemput bola dijalankan berkebalikan dengan sistem konvensional. Pada umumnya nasabah harus menuju lembaga keuangan untuk mendapatkan jasa, atau pelayanan. Akan tetapi dengan sistem pelayanan jemput bola pihak lembaga melalui petugas lapangan yang akan menghampiri, melayani, dan menawarkan jasa keuangan kepada nasabah secara langsung. Keuntungan dari sistem ini adalah nasabah akan semakin dimudahkan mendapatkan pelayanan, informasi, dan penawaran terkait produk dan kebutuhan yang mereka butuhkan.¹⁷

¹⁶*Ibid.*, hal. 129

¹⁷Safitri Nur Annisa, *Persepsi Nasabah Tentang Sistem Jemput Bola Pada BMT ANDA Salatiga*, (Salatiga : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013), hal. 27

Dalam perspektif Islam, sistem layanan jemput bola dapat dipahami sebagai upaya BMT menjaga dan mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut Rasulullah SAW dapat menambah rezeki, memanjangkan umur serta menjauhkan manusia dari dendam dan kebencian. Bukan hanya mengenai silaturahmi akan tetapi juga tolong menolong.¹⁸

BMT UGT Sidogiri Capem Kanigoro Kabupaten Blitar menerapkan sistem pelayanan jemput bola pada semua jenis operasional lembaga, baik itu pelayanan terhadap produk penghimpunan dana, penyaluran dana, maupun jasa. Dalam operasional produk penghimpunan dana (*funding*) sistem jemput bola mereka berikan pada produk tabungan dan deposito, kemudian dalam penyaluran dana (*financing*) mereka berikan pada pembiayaan dengan prinsip jual beli, prinsip sewa (sewa-beli), dan prinsip kerjasama. Alasan utama BMT menggunakan strategi layanan jemput bola ialah karena mayoritas nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Kanigoro berprofesi sebagai pedagang.¹⁹

Seseorang yang berprofesi sebagai pedagang setiap harinya pasti akan mempunyai penghasilan, walaupun penghasilan yang mereka peroleh setiap harinya tidak tetap. Kemudian dari sisi kebutuhan yang mereka keluarkan untuk operasional berdagang juga tidak menentu. Dengan alasan tersebut BMT UGT Sidogiri Capem Kanigoro mengambil strategi tersebut dalam rangka mewujudkan pelayanan terbaik kepada nasabah penabung (*funding*). Para nasabah dapat menabung setiap hari, kemudian mereka juga dapat menarik tabungannya sewaktu-waktu tanpa harus datang ke kantor, sehingga tidak akan mengganggu

¹⁸*Ibid.*, hal. 29

¹⁹Wawancara dengan Bapak Amir Burhan Kepala Cabang BMT UGT Sidogiri Blitar. Tanggal 09 November 2016)

aktivitas mereka. Nasabah cukup menunggu petugas BMT datang menghampiri dan melayani secara langsung.

Selain alasan tersebut, nasabah tidak mungkin setiap hari harus pergi ke kantor untuk menabung, dan juga terkadang nasabah akan merasa malu apabila mereka datang ke kantor menabung dengan nominal yang sedikit. Sebenarnya mereka para nasabah bisa menyisihkan uang mereka sendiri untuk beberapa hari agar jumlah nominal uang yang akan ditabung layak dan pantas untuk ditabung ke kantor BMT. Akan tetapi apabila uang disimpan sendiri cenderung lebih sulit dan lama untuk terkumpul, terlebih mereka yang berprofesi sebagai pedagang, dimana setiap hari mereka mengeluarkan biaya untuk operasionalnya. Berbeda jika setiap hari laba mereka dari hasil berdagang langsung ditabungkan kepada pihak lain, maka hasilnya akan cenderung lebih cepat terkumpul dan dari sisi resiko yang timbul akan lebih kecil.

Kemudian dalam penyaluran dana (*financing*) sistem layanan jemput bola bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam mekanisme pembayaran kredit (angsuran). Disamping itu jika nasabah menginginkan, nasabah kapan saja dapat menyisihkan uangnya pada BMT sehingga pada saat jadwal pengangsuran uang mereka sudah mencukupi atau setidaknya sudah tidak terlalu berat, kemudian apabila uang yang disisihkan masih belum mencukupi angsuran, mereka cukup menambahkan kekurangan dari jumlah angsuran mereka. Dengan sistem pelayanan jemput bola setidaknya akan memberikan kemudahan bagi nasabah dan keuntungan bagi lembaga yakni dapat mengurangi tingkat NPF (tingkat kredit macet).

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti tentang pelayanan prima (*service excellence*) melalui sistem pelayanan jemput bola yang diterapkan BMT UGT Sidogiri Indonesia Capem Kanigoro kabupaten Blitar yang merupakan strategi untuk menciptakan loyalitas nasabah, yang penulis tuangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“*Service Excellence dalam Menciptakan Loyalitas Nasabah (Studi atas Sistem Layanan Jemput Bola di Baitul Maal wat Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Kanigoro Blitar)*”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan di atas maka focus penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penerapan *service excellence* melalui sistem layanan jemput bola di BMT UGT Sidogiri kantor cabang pembantu Kanigoro Blitar?
2. Bagaimana efektivitas *service excellence* melalui sistem layanan jemput bola dalam menciptakan loyalitas nasabah?
3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat *service excellence* melalui sistem layanan jemput bola di BMT UGT Sidogiri kantor cabang pembantu Kanigoro Blitar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada fokus permasalahan di atas maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan *service excellence* melalui sistem layanan jemput bola yang diterapkan BMT UGT Sidogiri kantor cabang pembantu Kanigoro Blitar.
2. Mendeskripsikan efektivitas *service excellence* melalui sistem layanan jemput bola dalam menciptakan loyalitas nasabah.
3. Mendeskripsikan apa saja faktor pendukung dan penghambat *service excellence* melalui sistem layanan jemput bola di BMT UGT Sidogiri kantor cabang pembantu Kanigoro Blitar.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan teori, untuk memperkaya wawasan keilmuan dalam rangka pembentukan keahlian akademik di bidang perbankan syariah khususnya dalam sistem pemberian pelayanan agar mampu menciptakan loyalitas nasabah.

2. Secara Praktis

a. Bagi peneliti

Diharapkan bisa berguna sebagai tambahan dalam penyusunan rencana dan sebagai penentu kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan Lembaga Keuangan Islam/Syariah.

b. Bagi BMT

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi BMT UGT Sidogiri Indonesia dalam mengembangkan strategi-strategi untuk mewujudkan tujuan BMT yaitu mengayomi masyarakat kecil.

c. Bagi calon nasabah atau debitur

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi calon nasabah, sebagai bahan referensi, sehingga dapat menentukan lembaga keuangan mana yang tepat sebagai investasi ataupun pembiayaan (kredit) serta yang mampu memberikan kepuasan bagi nasabah.

d. Bagi peneliti berikutnya

Diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam ataupun membuat perbandingan mengenai permasalahan tentang ekonomi Islam dan lembaga keuangan Islam (syariah).

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

Service excellence merupakan kepedulian kepada nasabah dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada lembaga atau organisasi.²⁰

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.²¹

Sistem merupakan sekelompok bagian-bagian alat dan sebagainya yang bekerja bersama-sama untuk melakukan sesuatu maksud, cara, metode yang teratur untuk untuk melakukan sesuatu.²²

Layanan jemput bola merupakan strategi pelayanan yang dilakukan dengan cara presentasi atau penyajian lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli secara langsung, dengan tujuan memudahkan pembeli mendapatkan barang, jasa, serta informasi yang dibutuhkan.²³

BMT terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*.

Baitul maal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran

²⁰Atep Adya Barata, *Dasar-dasar...*, hal. 27

²¹Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran...*, hal. 129

²²Budiono, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Karya Agung, 2005), hal. 481

²³Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hal. 758

dana yang non-profit, seperti zakat, shadaqah, dan infaq. Sedangkan *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah.²⁴

BMT UGT Sidogiri merupakan kepanjangan dari Baitul Mal wat-Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Yang pusatnya ada di jalan Sidogiri, Kecamatan Kraton, Kabupaten Pasuruan.²⁵

2. Penegasan Operasional

Dari definisi konseptual di atas maka dapat dijelaskan maksud dari judul penelitian “*Service Excellence* dalam Menciptakan Loyalitas Nasabah (Studi atas Sistem Jemput Bola di *Baitul Maal wat Tamwil* Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Kanigoro Blitar)” adalah untuk mengetahui *service excellence* melalui sistem layanan jemput bola yang diterapkan BMT UGT Sidogiri, baik sistematika atau mekanisme penerapan, serta manfaat sistem layanan jemput bola tersebut jika diterapkan oleh BMT kepada anggota, sehingga dengan sistem tersebut dapat menciptakan loyalitas anggota (nasabah) di BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Kanigoro Kabupaten Blitar.

²⁴Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Deskripsi dan Ilustrasi)*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hal. 96

²⁵www.bmtugtsidogiri.co.id (diakses: 18 Januari 2017)

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun menjadi lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi mengenai gambaran peneliti mengapa mengambil tema tersebut, serta akan menjadi acuan dalam awal proses penelitian, di dalamnya diuraikan keterkaitan antara latar belakang berupa pelayanan prima dalam terciptanya loyalitas nasabah. Bab ini nantinya terdiri dari tujuh sub bab, yaitu latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat hasil penelitian, definisi istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Berisi uraian tentang landasan teori sebagai dasar asumsi yang digunakan serta arah pembahasan pada bab-bab selanjutnya. Dalam penelitian ini diuraikan sebuah kerangka teori, beberapa teori-teori yang terkait dengan pokok masalah penelitian dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam rangka mencapai hasil penelitian secara maksimal, yang memuat rancangan penelitian berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian. Bab ini terdapat sub bab yang membahas mengenai profil lembaga, paparan data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang paparan data (temuan) penelitian yang disajikan dalam sebuah pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan penelitian dan hasil analisis data. Paparan tersebut diperoleh dari wawancara, observasi, dan *study* dokumentasi.

BAB V : PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang paparan mengenai gambaran umum objek penelitian yaitu BMT UGT Sidogiri, sistem layanan jemput bola, loyalitas nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Kanigoro yang telah dilakukan penelitian dengan mencocokkan dengan teori-teori dengan hasil temuan, serta menjelaskan isi dari temuan teori yang diungkap dari lapangan mengenai pelayanan prima melalui sistem layanan jemput bola, dan loyalitas nasabah.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab berisi tentang kesimpulan yang merupakan jawaban atas pokok permasalahan yang penyusun ajukan dan saran-saran dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.