BAB V

PEMBAHASAN

A. Kepuasan Nasabah BMT Pahlawan Tulungagung ditinjau dari Kualitas Produk

Tingkat kepuasan nasabah atas kualitas produk dapat diakibatkan oleh banyak faktor diantaranya adalah *performance*, *Features*, *Serviceability*, *Confomance*, *Image*.[1]

1. *Performance*

Performance atau kinerja adalah dimensi kualitas yang berkaitan dengan karakter utama sebuah produk. Produk harus berjalan sesuai dengan fungsinya, serta sesuai dengan harapan nasabah.

Produk yang ada di BMT Pahlawan sudah berjalan sesuai dengan fungsinya serta akad yang digunakan juga sesuai dengan syariat islam. Untuk produk tabungan atau simpanan biasanya menggunakan akad *mudharabah*, simpanan itu sendiri ada dua jenis yaitu simpanan biasa dan deposito. Simpanan biasa dapat diambil sewaktu-waktu, sedangkan deposito atau simpanan berjangka dapat diambil sesuai kesepakatan antara pihak BMT dan nasabah. sedangkan dalam pembiayaan ada empat jenis akad yang digunakan yaitu *musyarakah, murabahah, BBA dan qardhul hasan*. Produk tersebut harus berjalan sesuai fuingsinya dan sesuai dengan akadnya masing-masing.

2. *Features*

[1] Rachmad Hidayat, "*Pengaruh Kualitas layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri"*, julnal manajemen dan kewira usahaan Vol. 11, No 1 2009. Hal 60

Features atau fitur merupakan karakteristik pelengkap atau pendukung karakteristik utama suatu produk. Bisa dikatakan sebagai alat persaingan untuk mendefesensiasikan produk perusahaan terhadap produk sejenis yang menjadi pesainganya.

Di BMT Pahlawan masih belum ada ciri khusus dalam sebuah produk, jadi dapat dikatakan produk yang ditawarkan oleh BMT Pahlawan masih sama dengan BMT pada umumnya yang ada di Indonesia.

3. *Serviceability*

Serviceability atau kemudahan layanan atau kemampuan memberikan pelayanan pada produk tersebut. Bank harus mampu memberikan pelayanan terhadap produk yang telah ditawarkan.

BMT Pahlawan memberikan pelayanan yang maksimal untuk produk-produk yang ditawarkan, keseluruhan produk yang ada di BMT Pahlawan dapat diberikan kepada nasabah dengan pelayanan terbaik, serta selalu memberikan kemudahan kepada nasabah.

4. *Conformance*

Conformance atau kesesuaian kinerja dan layanan, merupakan pandangan mengenai kualitas produk (tidak ada cacat produk).sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan.

Setiap produk yang ada di BMT Pahlawan selalu sesuai dengan spesifikasinya, produk yang ditawarkan selalu diimbangi dengan pelayanan yang terbaik pula, karena sebaik apapun kualitas produk tersebut jika tidak

disertai dengan pelayanan yang terbaik maka juga akan mempengaruhi kepuasan nasabah.

5. *Image*

Image atau citra produk merupakan respon konsumen pada keseluruhan penawaran yang diberikan didefinisikan sebagai sejumlah kepercayaan, ide-ide, dan kesan masyarakat pada suatu image produk. Dimana citra tersebut berhubungan dengan nama bisnis, srsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kesan pada komunikasi yang dilakukan oleh setiap karyawan.

Dalam memberikan image produk yang baik di mata masyarakat, BMT Pahlawan selalu memberika kualitas produk yang terbaik, serta variasi-variasi produk yang bermacam-macam tentunya yang sesuai denganan syariat islam serta selalu mengikuti harapan nasabah. selain itu BMT Pahlawan Tulungagung selalu mengimbangi produk yang berkualitas dengan pelayanan yang terbaik.

Dari hasil wawancara peneliti dengan nasabah, nasabah merasa puas dengan variasi-variasi produk yang diberikan BMT Pahlawan. Produk yang ditawarkan telah sesuai dengan syariat islam, dan tentunya sesuai dengan harapan nasabah. dengan produk yang ditawarkan BMT Pahlawan mampu mengikuti harapan nasabahnya. Akan tetapi ada nasabah yang kurang puas dengan pelengkap produk tabungan yaitu pada buku tabungan yang diharapkan disa diubah dari lembaran menjadi buku tabungan, supaya lebih efektif.

Selebihnya seluruh responden mengatakan puas dengan kualitas produk BMT Pahlawan.

Nasabah adalah penilai kualitas suatu produk perbankan. Ada banyak ukuran yang dapat dipakai nasabah dalam menentukan kualitas suatu produkperbankan. Namun tujuan akhir yang dicapai nasabah adalah sama yaitu mampu memberikan rasa puas terhadap kepada nasabah. Semakin puas seorang nasabah dalam mengkonsumsi suatu produk perbankan maka semakin berkualitas produk perbankan.

B. Kepuasan Nasabah BMT Pahlawan Tulungagung ditinjau dari Promosi

Tingkat kepuasan nasabah atas promosi dapat diakibatkan oleh banyak faktor diantaranya adalah *Advertising*, *Sales Promotion*, *Public Relation*, *Personal Selling*, *Direct Marketing*[2]

1. *Adversiting*

Adversiting atau iklan merupakan sarana promosi yang digunakan oleh bank untuk menginformasikan, menarik dan memengaruhi calon nasabahnya. Ada banyak cara dalam memasang iklan diantaranya ialah dengan memakai brosur, memasang spanduk, memasang iklan di televisi, radio, koran, majalah dan lain sebagainya.

di BMT Pahlawan sendiri telah melakukan iklan yaitu dengan mencetak brosur dan menyebarkannya, memasang iklan di radio serta media

[2] Selvie Nangoy dkk, "*Pengaruh Promosi, Harga, dan Distribusi terhadap Keputusan pembelian Pakaian pada Matahari Departemen Store Manado* Town Square",(Universitas Sam Ratulangi) Hlm: 10

cetak berupa koran. Iklan tersebut dilakukan agar nama BMT Pahlamwan lebih sering di dengar masyarakat serta untuk mencari nasabah baru.

2. *Sales Promotions*

Sales promotion atau promosi penjualan yaitu insentif-insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan sebuah produk atau jasa. *sales promotion* merupakansuatu tindakan persuasif secara langsung yang menawarkan insentif atau nilai lebih suatu produk. Misalkan dngan memberikan kupon, pemberian bunga khusus, atau pemberian cinderamata.

BMT Pahlawan Tulungagung merupakan lembaga keuangan berbasis syariah kecil, sehingga dalam promosi penjualannya tidak memungkinkan bank dalam menggunakan bunga, atau membuat promosi yang membutuhkan banyak biaya.

Jadi dalam promosi penjualan BMT Pahlawan memberikan cinderamata untuk nasabah. yang paling sering adalah pemberian kalender pada setiap akhir tahun, dan ini tidak dikhususkan akan tetapi diperuntukkan seluruh nasabah BMT Pahlawan. Selain itu BMT Pahlawan juga pernah mengadakan undian berhadiah serta pembagian cinderamata pada saat kegiatan jalan sehat, pada kegiatan tersebut BMT Pahlawan menjadi sponsor acara.

3. *Public Relations*

Public Relations atau hubungan masyarakat yaitu membangun hubungan baik dengan berbagai public perusahaan dengan sejumlah cara

supaya memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus dan menangani atau meluruskan rumor, cerita, serta event yang tidak menguntungkan.

BMT Pahlawan selalu berupaya membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. Sebagai contohnya adalah dengan selalu aktiv dalam kegiatan keislaman seperti saat pengajian, saat ada perkumpulan IPNU-IPPNU. Saat ada acara keislaman seperti itu, BMT Pahlawan selalu berusaha terlibat dalam mensukseskannya. Selain itu BMT Pahlawan juga aktif dalam penyuluhan-penyuluhan usaha kecil. dengan cara tersebut, BMT Phlawan berharap akan semakin dikenal dimasyarakat dan semakin dekat dengan masyarakat

4. *Personal Selling*

personal selling atau penjualan pribadi yaitu presentasi personal oleh tenaga penjual sebuah perusahaan dengan tujuan menghasilkan transaksi penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan/nasabah. penjualan ini juga biasa disebut sebagai penjualan tatap muka.

Di BMT Pahlawan juga melakukan promosi ini, yaitu kegiatannya biasa disebut dengan prospek. Kegiatan ini dilakukan oleh karyawan bagian pemasaran, mereka mengunjungi rumah-rumah warga atau pasar atau tempat-tempat yang ramai. Disitu karyawan mempromosikan produk dengan cara memberikan informasi mengenai produk kepada calon nasabah secara langsung atau tatap muka dengan promosi ini diharapkan calon nasabah akan tertarik bergabung dengan BMT Pahlawan.

5. *Direct Marketing*

Direct Marketing atau pemasaran langsung yaitu hubungan-hubungan langsung dengan masing-masing pelanggan/nasabah yang dibidik secara bersama dengan tujuan baik untuk memperoleh tanggapan segera, maupun untuk membina hubungan dengan pelangganyang langgeng.

Pemasarang langsung yang dilakukan BMT Pahlawan dilakukan oleh karyawan di lapangan. Karyawan membagikan brosur-brosur kepada calon nasabah. Selain membagikan brosur, karyawan juga akan menginformasikan produk yang di tawarkan BMT Pahlawan Tulungagung, supaya calon nasabah tertarik dan bergabung dengan BMT Pahlawan. Upaya mempengaruhi calon nasabah tidaklah mudah sehingga karyawan harus benar-benar meyakinkan agar menimbulkan respon yang baik dari masyarakat.

Dari hasil wawancara dengan nasabah BMT Pahlawan, semua nasabah mengaku puas dengan promosi yang dilakukan oleh BMT Pahlawan. Mereka senang dengan cara karyawan memberikan penjelasan mengenai produk yang ditawarkan, karyawan memberikan penjelasan mengenai produknya dengan jelas dan siap menjawab pertanyaan calon nasabah yang kurang faham dengan produknya. Serta setiap tahun BMT akan memberikan cinderamata berupa kalender untuk seluruh nasabah. hal tersebut cukup menarik untuk nasabah dan memberikan kepuasan kepada nasabah.

C. Kepuasan Nasabah BMT Pahlawan Tulungagung ditinjau dari Kualitas Pelayanan

Tingkat kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan dapat diakibatkan oleh banyak faktor diantaranya adalah *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *emphaty* dan *responsiveness*. Keenam faktor tersebut biasa disebut dengan model CARTER. Model carter merupakan pengembangan dari model SERVQUAL. Perbedaan model CARTER dan model SERVQUAL terdapat pada faktor *Compliance*. Model CARTER lebih cocok digunakan untuk perbankan syariah. Menurut Othman dan Owen, Model Carter dapat dijabarkan sebagai berikut:[3]

1. *Complience* adalah kemampuan untuk memenuhi prinsip syariah dan beroperasi dengan menjalankan prinsip perbankan dan ekonomi syariah.
   a. Menjalankan prinsip dan hukum islam

      Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, BMT Pahlawan sudah beroperasi sesuai dengan prinsip dan hukum islam. Sebelum melakukan kegiatan operasionalnya, seluruh karyawan selalu berdoa terlebih dahulu. Selain itu selalu mengucapkan salam kepada nasabah yang datang. Serta pada akad-akad yang digunakannya juga sudah sesuai dengan prinsip syariah.

   b. Tidak ada pembayaran bunga baik tabungan maupun pinjaman

      Seperti lembaga keuangan Islam lainnya BMT Pahlawan tidak mengenal sistem bunga akan tetapi menggunakan prinsip bagi hasil. Meskipun

[3] Putri Dwi Cahyani, "*Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta* ", Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 6 no. 2, 2016

selama ini masih banyak nasabah yang menggubakanb istilah bunga dalam transaksi, BMT Pahlawan selalu berusaha secara perlahan mengedukasi nasabah agar penggunaan istilah bunga tidak digunakan lagi.

c. Menerapkan ketentuan layanan produk secara islami.

   Pelayanan untuk produk pada BMT Pahlawan dilakukan secara islami, sebagai contoh ketika nasabah melakukan transaksi pinjaman, dalam pembacaan akadnya selalu diawali dengan bismilah dan diakhiri dengan membaca alfatihah.

d. Kesempatan mendapatkan pinjaman bebas bunga

   Pada BMT Pahlawan tidak mengenal istilah bunga, akan tetapi bagi hasil. Serta ada yang menarik dari pinjaman yang ditawarkan di BMT Pahlawan, yaitu Qard. Qard merupakan pinjaman yang di khususkan untuk kasus tertentu yaitu untuk fakir, miskin, dan orang-orang yang tidak mampu. Tidak ada bagi hasil dalam qard, jadi nasabah hanya mengembalikan jumlah pokok saja.

2. *Assurance* adalah pengetahuan, kesopanan dan kemampuan untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan. Termasuk komunikasi verbal dan tulisan antara staf bank dengan pelanggan.

   a. Karyawan yang sopan dan bersahabat

      Karytawan-karyawan BMT Pahlawan sangat sopan dan sangat bersahabat. Mereka senantiasa berusaha mengingat nama-nama dari

nasabah-nasabahnya. Para karyawan juga tidak segan untuk memulai obrolan-obrolan ringan dengan nasabah.

b. Menyediakan saran-saran atau nasehat-nasehat keuangan

Para karyawan selalu memberikan saran kepada nasabah-nasabah yang membutuhkan bantuan. Misalkan ketika nasabah atau calon nasabah bingung untuk memilih produk maka karyawan selalu menanyakan kebutuhan nasabah dan memberikan saran dalam memlih suatu produk.

c. Interior kantor dan ruang tunggu yang nyaman

Seperti BMT pada umumnya, kantor BMT Pahlawan tidak begitu besar akantetapi interirnya tertata dengan rapi, serta ruang tunggu yang memadai untuk jumlah nasabah yang bertransaksi.

d. Tim manajemen yang berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas.

Karyawan BMT Pahlawan hampir keseluruhan merupakan lulusan dari Perbankan syariah maupun Ekonomi syariah, jadi sudah dapat dipastikan karyawan-karyawan BMT juga memiliki skill dalam bidangnya. Selain itu karyawan BMT Pahlawan juga diwajibkan untuk mengikuti pelatihan-pelatihan terkait BMT, untuk menambah wawasan dan skill mereka.

3. *Reliability* adalah kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera akurat dan memuaskan.

a. Pemberian layanan yang menyenangkan (waktu layanan yang cepat)

Pelayanan yang diberikan di BMT Pahlawan bisa dikatakan cepat, karena nasabah yang dtang akan langsung dilayani selama tidak ada antrian.

b. Penyediaan produk dan layanan yang luas.

Produk yang ditawarkan di BMT Pahlawan hampir sama dengan perbankan akan tetapi lebih luas perbankan. Sedaangkan untuk pelayanannya cukup berbeda dengan perbankan, karena pada BMT digunakan sistem pelayanan kekeluargaan, yaitu menganggap setiap nasabah adalah saudara. Sehingga nasabah merasa lebih nyaman saat melakukan transaksi.

c. Keamanan dalam bertransaksi terjamin

Transaksi di BMT sudah bisa dijamin keamanannya, meskipun tidak ada security akan tetapi ruangan tertutup, lokasi sekitar BMT juga selalu ramai sehingga kecil kemungkinan terjadi hal buruk. Serta seluruh transaksi hanya diketahui oleh karyawan dan nasabah yang bersangkutan, sehingga terjamin aman.

d. Waktu (jam) layanan yang optimal

Pelayanan dilakukan secepat dan seoptimal mungkin. Agar waktu nasabah juga tidak terbuang sia-sia.

e. Pengintegrasian penggunaan nilai tambah layanan (ketersediaan ATM)

Berbeda dengan Bank, BMT belum memiliki akses ATM. Akan tetapi untuk nilai tambah BMT tidak bisa jika dilihat dari ATM. Nilsi tsmbsh lsysnsn BMT dapat dilihat dari cara karyawan memperlakukan nasabah atau tersedianya hiburan saat menunggu yaitu televisi.

4. *Tangible* adalah bukti fisik dari bank yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi

a. Tampilan kantor dan fasilitas fisik yang menarik

Tampilan kantor BMT Pahlawan selalu bersih dan rapi, untuk fasilitasnya terdapat AC dan televisi ketika nasabah sedang bosan menunggu maka bisa menonton televisi.

b. Transaksi yang cepat dan efisien

Karyawan BMT Pahlawan dituntut untuk melakukan pelayanan yang cepat dan tepat sehingga waktu nasabah juga tidak akan terbuang banyak.

c. Jam operasi yang jelas

Jam operasi BMT Pahlawan dimulai dari pukul 08.00 WIB sampai pukul 15.00. Setuiap hari terus berulang pada jam sekian, tidak lebih cepat atau lebih lambat.

d. Menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas

Berbeda dengan perbankan karena kantor yang tidak terlalu besar maka tidak ada sekat-sekat untuk pelayanannya. Karyawan juga lebih fleksibel dalam tugasnya.

6. *Emphaty* adalah wujud empati pihak bank terhadap nasabah yang diwujudkan dalam kemudahan menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggannya.

a. Lokasi yang mudah dijangkau

Lokasi BMT Pahlawan sangat mudah dijangkau karena dekat dengan jalan raya dan dekat dengan pasar.

b. Nama, reputasi dan citra yang mudah dikenali

Nama BMT Pahlawan cukup terkenal di masyarakat sekitar, dan selama ini juga memiliki reputasi yang cukup baik.

c. Bank memiliki aset dan modal yang besar

Aset dan modal yang dimiliki BMT Pahlawan cukup besar, setiap tahunnya aset yang dimiliki terus bertambah.

d. Penyediaan area parkir yang memadai

Area parkir tidak begitu luas akan tetapi juga tidak terlalu sempit untuk ukuran BMT.

e. Kerahasiaan data nasabah yang terjamin

Data-data nasabah sudah pasti terjamin, karena menyangkut dengan kerahasiaan nasabah.

f. Penyediaan produk dan layanan yang menguntungkan

Produk dan layanan yang ditawarkan BMT Pahlawan tentunya menguntungkan untuk nasabah. selama nasabah memilih produk yang tepat sesuai dengan keinginannya maka nasabah juga tidak akan dirugikan. Dan karyawan juga akan siap memberikan pelayaanan terbaiknya.

7. *Responsiveness* adalah daya tanggap atau keinginan para staf untuk membantu para nasabah dan memberikan layanan yang tanggap.

a. Karyawan bersedia membantu nasabah

Seluruh karyawan BMT Pahlawan selalu bersedia dan siap untuk membantu nasabah yang membutuhkan selama jam operasionalnya berlangsung.

b. Cara karyawan melayani nasabah secara islami

Karyawan selalu mengucapkan salam, melayani nasabah dengan sepenuh hati, menggunakan kata-kata yang sopan, serta melayani nasabah dengan tepat waktu

c. Menyediakan pinjaman denghan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan

Jangka waktu pinjaman disesuaikan dengan kemampuan membayar nasabah, jika pada batas terakhir pelunasan masih belum lunas maka akan dibuatkan pembaharuan untuk memperpanjang kontrak. Hal ini dilakukan agar nasabah tidak merasa diberatkan dan terbebani.

d. Layanan yang cepat dan efisien

Pelayanan di BMT Pahlawan sangat cepat, hal itu demi memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah dan agar nasabah tidak kehilangan waktu terlalu banyak.

e. Mempunyai cabang yang tersedia dengan cukup

BMT Pahlawan memiliki tiga cabang lain selain yang berada di Ngemplak, yaitu cabang Gondang yang beralamatkan di Ruko Stadion Gondang NO.1 Gondang Tulungagung, cabang Bandung yang beralamatkan di Ruko Stadion Bandung No. 14 Bandung Tulungagung, serta Poskuma Notorejo yang beralamatkan di Notorejo kecamatan Gondang Tulungagung.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada nasabah BMT Pahlawan Tulungagung, mereka menyatakan puas dengan keseluruhan kualitas

pelayanan yang diberikan. Pelayanannya cepat, karyawan tanggap dan siap membantu nasabah kapanpun selama jam kerja. Karyawan BMT Pahlawan selalu berpenampilan rapi dan menarik serta sesuai dengan syariat Islam. Nasabah menyukai sikap karyawan BMT Pahlawan yang ramah, sopan akan tetapi tetap bersahabat. Tidak ada batas antara nasabah dan karyawan, karyawan memperlakukan nasabah dengan baik, nasabah diperlakukan layaknya saudara. Hal ini yang menjadi daya tarik tersendiri dari BMT Pahlawan Tulungagung.