

SKRIPSI
**KUALITAS LAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM
MENINGKATKAN ANGGOTA TABUNGAN HAJI DI
BMT ARTHA BUANA METRO**

Oleh:

**Diah Melati
NPM. 1903020013**



**Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG
1447 H/ 2026 M**

**KUALITAS LAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM
MENINGKATKAN ANGGOTA TABUNGAN HAJI DI
BMT ARTHA BUANA METRO**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat dan Sebagian Tugas Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

Diah Melati
NPM. 1903020013

Pembimbing
Eni Puji Lestari, M.E.,Sy

Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG
1447 H/ 2026 M

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan Skripsi untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN)
Jurai Siwo Lampung

Di
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh :

Nama : DIAH MELATI
NPM : 1903020013
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : KUALITAS LAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM
MENINGKATKAN ANGGOTA TABUNGAN HAJI DI BMT
ARTHA BUANA METRO

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung untuk di Munaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan trima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Metro, 02 Februari 2026
Pembimbing,



Enny Puji Lestari, M.E., Sy
NIP. 198106132025212002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : KUALITAS LAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM
MENINGKATKAN ANGGOTA TABUNGAN HAJI DI BMT
ARTHA BUANA METRO

Nama : DIAH MELATI

NPM : 1903020013

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.

Metro, 02 Februari 2026
Pembimbing,



Enny Puji Lestari, M.E., Sy
NIP. 198106132025212002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki.Hajar Dewantara No. 118, Iringmulyo 15A Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 47297, Fax (0725) 47296 Website: www.uinjusila.ac.id
E-mail: humas@uinjusila.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-0506/Un.34.3/D/PP.00-9/03/2026.....

Skripsi dengan Judul : KUALITAS LAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN ANGGOTA TABUNGAN HAJI DI BMT ARTHA BUANA METRO. Disusun Oleh: DIAH MELATI NPM. 1903020013. Program Studi Perbankan Syariah (PBS) yang telah di Ujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Kamis/ 12 Februari 2026.

TIM PENGUJI

Ketua/ Moderator : Enny Puji Lestari, M.E.Sy

Penguji I : Hermanita, M.M

Penguji II : Atika Riasari, MBA

Sekretaris : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Dri Santoso, M.H

NIP. 19670316 199503 1 001

ABSTRAK

KUALITAS LAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN ANGGOTA TABUNGAN HAJI DI BMT ARTHA BUANA METRO

Oleh:

**Diah Melati
NPM. 1903020013**

Kualitas pelayanan yang baik adalah kualitas pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan para nasabahnya, dapat memberikan informasi yang cepat dan akurat serta memberikan keramahan saat melakukan pelayanan, hal ini akan menjadi tolak ukur dari kesetiaan nasabahnya. Oleh karena itu komunikasi yang baik dan pelayanan yg berkualitas merupakan salah satu cara yang digunakan oleh *costumer service* dalam menangani setiap nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan *customer Service* dalam meningkatkan anggota tabungan haji. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*Field Research*) dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis, yaitu dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa ataupun penelitian yang lebih difokuskan untuk mendeskripsikan keadaan sifat atau hakikat nilai suatu objek atau gejala tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa jumlah anggota tabungan haji di BMT Artha Buana Metro telah mengalami peningkatan, namun peningkatan tersebut tidak terjadi secara signifikan, dengan demikian kualitas pelayanan yang diberikan oleh *customer service* di BMT Artha Buana Metro telah mampu memberikan dampak bagi peningkatan anggota tabungan haji itu sendiri, dimana pelayanan *customer service* telah dilakukan dengan baik, yaitu *customer service* selalu melakukan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun) kepada setiap nasabah, mampu memberikan penjelasan secara baik dan jelas kepada nasabah serta telah mampu menyelesaikan setiap kendala ataupun problem yang dihadapi oleh setiap nasabah.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, *Customer Service*, Tabungan Haji

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Diah Melati

NPM : 1903020013

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.



MOTTO

..... وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْٓا۟ اَعْدِلُوْٓا۟

هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰىۙ وَاتَّقُوا۟ اللّٰهَۙ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا

تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

Artinya : “dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa...”
(QS. Al-Ma'idah: 8)

PERSEMBAHAN

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Penulis persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Kepada orang tua tersayang, Ayah Suhardi dan Ibu Siti Kiptiyah. Terimakasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Meskipun ayah dan ibu tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal Lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Perjalanan hidup kita sebagai satu keluarga utuh memang tidak mudah, tetapi segala hal yang telah dilalui memberikan penulis pelajaran yang sangat berharga tentang arti menjadi seorang perempuan yang kuat, bertanggung jawab, selalu berjuang dan mandiri. Semoga dengan skripsi ini dapat membuat ayah dan ibu lebih bangga karena telah menjadikan perempuan pertamanya ini menyanggah gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan penulis semoga ayah dan ibu selalu sehat, Panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang.
2. Keluarga Besar saya, terimakasih untuk selalu support apa yang penulis lakukan dalam upaya penyelesaian skripsi ini serta terkhususnya kepada Mbah Suminem atau yang kerap penulis panggil Mbah Uti yang senantiasa melangitkan doa-doa baik, memberikan dukungan dan cinta kasihnya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh suka cita.
3. Adik perempuan saya, Dwi Shofiya Ashariyah yang selalu membuat penulis termotivasi untuk bisa terus belajar menjadi sosok kakak yang dapat memberikan pengaruh positif, baik dalam bidang akademik dan non akademik, serta berusaha menjadi panutannya dimasa yang akan datang kelak.

4. Ibu Enny Puji Lestari, M.E.Sy selaku dosen pembimbing skripsi , yang selalu memberikan semangat, bimbingan, kritikan serta masukan yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat rasa saudara penulis, Alfika Twina Fadilla, Imamatul Firdaus, Nadia Cikal Permata Dewi , Nadia Septiani, terimakasih atas cinta dan ketulusan yang diberikan, sudah menjadi rumah yang hangat , menyenangkan, selalu memberikan motivasi serta selalu menerima segala kekurangan penulis , menemani penulis dalam suka maupun duka yang dialami hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman seperjuangan , Anin Tika Melya, Laili Fatmala, M. Syahrul Effendi terimakasih selalu mengajarkan banyak hal serta telah berprogres seiring dengan penulis baik selama perkuliahan ataupun proses penyusunan skripsi.
7. Terakhir tidak lupa kepada diri saya sendiri, Diah Melati. Meskipun memiliki latar belakang keluarga yang sederhana , terimakasih “ Mba Mela” sudah memilih untuk bertahan , mau berjuang untuk tetap ada hingga saat ini, serta menjadi perempuan yang kuat dan ikhlas atas segala perjalanan hidup yang mengecewakan dan menyakitkan itu. Dengan adanya skripsi ini, telah berhasil membuktikan bahwa kamu bisa menyanggah gelar S.E walaupun tidak tepat waktu dan menjadi tekad maupun acuan untuk terus melakukan hal lebih membanggakan lainnya. Bagaimanapun kehidupanmu selanjutnya, hargai dirimu, rayakan dirimu, berbahagialah atas segala proses yang berhasil dilalui untuk masa depan yang lebih cerah.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah menganugerahkan nikmat dan kesehatan sehingga membuka akal pikiran kita untuk menjadi manusia yang lebih baik, serta berkat rahmat dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang ditujukan sebagai syarat menyelesaikan pendidikan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN METRO dengan judul “KUALITAS LAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN ANGGOTA TABUNGAN HAJI DI BMT ARTHA BUANA METRO”.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penulisan proposal skripsi ini tak akan terwujud apabila tidak adanya bimbingan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd.,Kons selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.
2. Bapak Dr. Dri Santoso, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Anggoro Sugeng, M.S.h.,Ec selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Ibu Enny Puji Lestari, M.E.,Sy selaku Dosen Pembimbing yang tidak pernah lelah dalam memberikan begitu banyak sekali masukan kepada penulis dan telah ikhlas dalam meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk serta arahan yang sangatlah bermanfaat bagi penulis.

5. Seluruh dosen dan karyawan Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung yang telah memberikan cahaya dalam pendidikan dan memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik maupun saran demi perbaikan selanjutnya dan dapat bermanfaat bagi kita semua.

Metro, Januari 2026
Penulis,



Diah Melati
NPM. 1903020013

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Penelitian Relevan	10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kualitas Layanan.....	13
1. Pengertian Kualitas Layanan.....	13
2. Indikator Kualitas Layanan	14
3. Karakteristik Pelayanan	15
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	18
B. Tabungan Haji.....	19
1. Pengertian Tabungan Haji.....	19
2. Dasar Hukum Tabungan Haji.....	20
3. Akad Tabungan Haji	24
4. Tujuan Tabungan Haji.....	25

C. <i>Customer Service</i>	26
1. Pengertian <i>Customer Service</i>	26
2. Tugas dan Fungsi <i>Customer Service</i>	27
3. Standar Layanan <i>Customer Service</i>	29
4. Peranan <i>Customer Service</i>	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	33
1. Jenis Penelitian	33
2. Sifat Penelitian	33
B. Sumber Data	34
1. Sumber Primer	35
2. Sumber Sekunder	35
C. Teknik Pengumpulan Data	36
1. Metode Interview.....	36
2. Metode Dokumentasi.....	37
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data	38
E. Teknik Analisis Data	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	42
B. Kualitas Layanan Costumer Service dalam Meningkatkan Anggota Tabungan Haji Di BMT Arta Buana Metro	45
C. Pembahasan.....	58

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Anggota Tabungan Haji	8
--	---

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Beridirinya Kelompok bimbingan ibadah haji (KBIH) di Indonesia, tidak terlepas dari proses perjalanan penyelenggaraan haji di Indonesia yang dari tahun ke tahun terus mengalami perkembangan. Sejarah perjalanan penyelenggaraan ibadah haji di Indonesia bahkan sudah dilakukan sejak zaman penjajahan hingga saat ini. Bedanya adalah jika pada zaman penjajahan pelaksanaan ibadah haji dalam pengaturannya masih mengandung nuansa politik. Sedangkan untuk zaman kemerdekaan pengaturannya dimaksudkan supaya bisa memberikan kemudahan hingga perlindungan terhadap jemaah haji. Hanya saja dari waktu ke waktu penyelenggaraannya tidak terlepas dari berbagai persoalan. Hingga, pengaturan penyelenggaraan ibadah haji pasca kemerdekaan mengalami perubahan dari waktu ke waktu sesuai dengan situasi dan tuntutan pada zamannya.¹

Melaksanakan ibadah haji merupakan kewajiban setiap manusia terhadap Allah Swt untuk orang yang mampu melakukan perjalanan ke Baitullah. Berhaji diwajibkan minimal hanya sekali dalam seumur hidup, hanya dibebankan untuk orang muslim, yang mampu dalam arti luas, yaitu mampu secara jasmani maupun rohani. Selain itu, mampu berarti juga mampu secara finansial, maksudnya mempunyai cukup materi yang dibutuhkan untuk melaksanakan ibadah haji yang dilaksanakan di tempat jauh, juga pengetahuan

¹ Angga Wicaksana, "Pengelolaan Dana Bimbingan Haji pada KBIH Nurul Fawz dan KBIH Al-Ikhlash Kota Tangerang", *Skripsi*. (Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009), 24.

tentang haji dari syarat, rukun, dan wajib haji sampai akhlak dan kesehatan. Pengetahuan tentang haji dan lain-lain dapat diterima calon jamaah haji melalui bimbingan ibadah haji.

Keinginan menunaikan ibadah haji yang mana merupakan salah satu dari rukun Islam yang kelima, pasti dimiliki oleh setiap masyarakat muslim yang taat. Rasa keinginan menunaikan ibadah haji ini juga banyak dirasakan oleh masyarakat muslim di Indonesia, sehingga banyak masyarakat di Indonesia yang menunaikan ibadah haji. Hal inilah yang menjadi faktor utama dalam fakta yang ada, yaitu masyarakat muslim di Indonesia merupakan salah satu jamaah terbesar di dunia yang melaksanakan ibadah haji.

Ibadah haji merupakan ibadah wajib bagi setiap umat Islam yang cukup dilakukan sekali dalam seumur hidup bagi mereka yang telah mampu. Ibadah haji adalah suatu ibadah yang pelaksanaannya dilakukan dengan cara mengunjungi ka'bah, ibadah haji hanya dapat dilaksanakan pada waktu tertentu dengan berbagai syarat yang harus dipenuhi. Ibadah haji dilakukan untuk menaati perintah Allah SWT serta untuk mencapai rida-Nya.²

Melaksanakan ibadah haji merupakan kewajiban bagi umat Islam yang mampu secara fisik dan finansial untuk melakukan perjalanan ke Mekah. Penekanan pada kemampuan finansial dimaksudkan untuk memastikan bahwa seorang muslim mengurus keluarganya terlebih dahulu. Persyaratan bahwa seorang muslim harus sehat dan mampu secara fisik untuk menunaikan ibadah

² Tata Sukayat, *Manajemen Haji, Umrah, dan Wisata Agama*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 4

haji dimaksudkan untuk membebaskan mereka yang tidak dapat menanggung kerasnya perjalanan panjang.

Pada tahun 2023 Pemerintah Indonesia mendapatkan alokasi kuota normal sebesar 221.000 jemaah. Dengan rincian kuota haji sebanyak 203.320 untuk jemaah haji reguler dan 17.680 untuk jemaah haji khusus. Disamping kuota normal tersebut, Indonesia mendapatkan tambahan kuota sebesar 8.000 kapasitas. Dengan rincian kuota sebanyak 7.360 untuk jemaah haji reguler dan 640 dialokasikan untuk jemaah haji khusus. Sehingga pada tahun 2023M/1444H kuota jemaah haji reguler sebanyak 210.680 jemaah. Sedangkan kuota jemaah haji khusus sebanyak 18.320 jemaah.³

Kuota Indonesia pada penyelenggaraan ibadah haji 1445 H/2024 M sebesar 221.000 jemaah. Selain itu, Indonesia juga mendapat kuota tambahan sebesar 20.000 jemaah. Sebanyak 10.000 kuota tambahan diperuntukan bagi jemaah haji reguler, sementara 10.000 lainnya untuk jemaah haji khusus. Sehingga total jemaah haji Indonesia tahun ini berjumlah 241.000 orang, terdiri atas 213.320 jemaah dan 27.680 jemaah haji khusus.⁴

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Haji dan Umrah RI telah menetapkan kuota haji Indonesia tahun 1447 Hijriah atau 2025/2026 Masehi sebanyak 221.000 jemaah. Berdasarkan data pada aplikasi Nusuk Masar,

³ Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji Dan Umrah, *Laporan Kinerja Tahun 2023*, (Jakarta : Kementerian Agama Republik Indonesia, 2024), 22

⁴ <https://kemenag.go.id/nasional/kuota-2024-terbesar-sepanjang-sejarah-penyelenggaraan-ibadah-haji-ZWHXG>, diakses pada 19 November 2025, Pukul 17.10 WIB

kuota tersebut terdiri atas 203.320 jemaah haji reguler (92 persen) dan 17.680 jemaah haji khusus (8 persen).⁵

Berkembangnya perekonomian Indonesia khususnya dalam sektor jasa menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat tidak terkecuali pada sektor tabungan haji, yang mana saat ini persaingan dalam dunia perbankan tidak lagi berfokus pada produk akan tetapi lebih mengedepankan pelayanannya.

Pelayanan adalah salah satu poin untuk menarik kesetiaan nasabah. Semua aktivitas dalam sektor publik maupun swasta diambil untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan stakeholders melalui penawaran produk maupun jasa yang memberikan value serta kepuasan baik dari segi biaya, manfaat, etika, maupun perilaku sosial.

Pelayanan merupakan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.⁶ Karena apabila nasabah atau konsumen merasa bahwa kualitas pelayanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka akan merasa puas, percaya dan mempunyai komitmen menjadi nasabah. Nasabah yang puas, percaya dan berkomitmen terhadap barang dan jasa, maka akan dengan mudah membentuk niatnya dalam membeli ulang berkecenderungan untuk lebih sering melakukan pembelian barang atau jasa.

Kualitas pelayanan akan diukur dari kepuasan orang-orang yang dilayani atau pengalaman kontak/interaksi yang pernah terjadi. Pelayanan

⁵ <https://haji.go.id/berita/siaran-pers-kemenhaj-terapkan-penentuan-kuota-dengan-transparan-dan-berkeadilan-1762771429647>, diakses pada 19 November 2025, Pukul 17.18 WIB

⁶ Fandy Tjiptono, *Manajemen Pemasara*, (Yogyakarta: Andi Ofsed, 2012), 115

yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa publik, sangat penting dalam upaya mewujudkan kepuasan pengguna jasa publik.

Kepuasan nasabah juga bisa diraih dari pelayanan yang berkualitas. Kepuasan pelanggan dicerminkan dengan kesesuaian pemenuhan kebutuhan publik, mampu membangun hubungan atas dasar saling percaya. Seluruh lembaga yang menjual produk jasa termasuk industri perbankan harus selalu memantau tingkat kepuasan Nasabah agar dapat mempertahankan nasabah lama dan menarik nasabah baru supaya perusahaan dapat bertahan lama.

Customer service di dalam dunia perbankan merupakan salah satu bagian penting dalam sebuah perusahaan dan menjadi ujung tombak bagi perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, khususnya di bidang perbankan dalam persaingan yang semakin meningkat. Bank harus aktif dalam meningkatkan usahanya baik untuk mendapatkan nasabah baru yang potensial maupun untuk mempertahankan nasabah lama.

Secara umum *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan kepada seseorang untuk memberikan kepuasan kepada pihak nasabah melalui pelayanan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Secara umum peranan *customer service* lembaga keuangan yaitu berusaha mempertahankan nasabah dan berusaha mendapat nasabah baru. Sebagai seorang *Customer Service* tentu telah ditetapkan fungsi yang harus diembannya. *Customer Service* juga bertanggung jawab dari awal

sampai selesainya pelayanan nasabah. Fungsi *customer service* harus benar-benar dipahami sehingga dapat menjalankan tugasnya secara prima.⁷

Pentingnya *customer service* terletak pada upaya untuk menjaga hubungan positif antara perusahaan dan pelanggan. Dengan memberikan layanan yang baik, perusahaan dapat membangun kepercayaan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan bahkan mendapatkan rekomendasi positif. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat merusak reputasi perusahaan, mengakibatkan kehilangan pelanggan, dan potensial menciptakan dampak negatif yang lebih luas.

Customer service pada era digital tidak hanya terjadi secara langsung di tempat fisik, tetapi juga melibatkan interaksi melalui berbagai saluran komunikasi seperti telepon, email, atau media sosial. Oleh karena itu, pelaku *customer service* perlu memiliki keterampilan komunikasi yang baik, empati, serta pengetahuan mendalam tentang produk atau layanan yang mereka tawarkan. Secara keseluruhan, *customer service* bukan hanya sekadar departemen dalam suatu perusahaan, tetapi merupakan filosofi bisnis yang mencerminkan komitmen perusahaan untuk memberikan pengalaman yang positif bagi pelanggan.

Customer service dituntut untuk dapat selalu tersenyum kepada nasabah, tanggap terhadap permintaan nasabah dan mampu bekerja dengan cekatan dan tidak bertele-tele. Namun disisi lain diketahui pelayanan yang diberikan karyawan bank khususnya *customer service* masih kurang baik,

⁷ Joni & Fikri, P.D, “Analisis Peran Customer Service di Bank BNI Syariah KCP Plered”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 1, Mei 2019. 18

nasabah menilai kinerja customer service masih terlalu lambat membuat nasabah menunggu lama, selain itu proses pengerjaan dalam pelayanan nasabah juga lama, pemberian informasi mengenai produk bank juga tidak begitu jelas.

Jasa layanan *customer service* sangat dibutuhkan oleh nasabah untuk membantu nasabah dalam menggunakan produk dari bank itu sendiri, seperti kurangnya komunikasi antara nasabah dan pihak *customer service* bisa membuat nasabah jadi kurang menyukai akan layanan dari customer service bank sendiri. Oleh karena itu kepuasan nasabah menjadi prioritas utama bagi bank sendiri, semakin baik pelayanan dan layanan yang diberikan oleh petugas bank, dalam hal ini pihak *customer service* maka semakin baik pula penilaian para nasabah mengenai bank tersebut, Perbaikan dalam kualitas pelayanan customer service diharapkan akan membawa dampak positif pada kepuasan nasabah, memperkuat hubungan antara bank dan nasabah, serta meningkatkan daya saing pada dunia perbankan yang dinamis.

Fenomena ataupun masalah umum yang terjadi pada *customer service* yaitu mencakup beberapa faktor, seperti lamanya waktu pelayanan untuk satu pelanggan, yang dapat mengakibatkan pelanggan tidak dapat mengantri dengan efisien. Kurangnya Pemahaman Product yang dapat menurunkan kredibilitas bank ataupun perusahaan di mata pelanggan dan menciptakan kesan bahwa perusahaan tidak siap atau tidak profesional. Investasi pada pelatihan produk dan layanan yang berkelanjutan sangat krusial untuk memastikan nasabah menjadi sumber informasi yang terpercaya. Komunikasi

yang buruk dan tidak efektif menyebabkan kesalahpahaman yang berulang, memperpanjang waktu penanganan, dan seringkali membutuhkan interaksi berulang untuk menyelesaikan masalah yang sama. Penggunaan istilah teknis baik secara verbal dan non verbal yang sulit dipahami, kalimat yang bertele-tele, atau kurangnya kejelasan dalam menjelaskan solusi dapat membuat pelanggan bingung dan frustrasi. Semua ini pada akhirnya mengurangi efisiensi operasional dan menurunkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

Maka dengan demikian penting untuk segera mengatasi masalah-masalah ini agar pelayanan *customer service* sesuai standar yang diharapkan oleh pelanggan. Oleh karena itu, perlu diperhatikan bahwa *customer service* bukan hanya tentang pengetahuan melainkan juga melibatkan keterampilan dan aplikasi praktis.

Adapun jumlah anggota tabungan haji di BMT Artha Buana Metro sebagai berikut :

Tabel 1.1
Jumlah Anggota Tabungan Haji

No	Tahun	Jumlah Anggota
1.	2023	37
2.	2024	44
3.	2025	45
Jumlah		116

Berdasarkan hasil pra-survey yang peneliti lakukan diketahui bahwa Anggota Tabungan Haji di BMT Artha Buana Metro setiap tahunnya mengalami peningkatan, namun peningkatan tersebut tidak terjadi secara signifikan, hal tersebut disebabkan karena kurangnya promosi dan pemasaran yang dilakukan oleh *customer service* terkait tabungan haji dan umrah yg

disediakan oleh BMT Artha Buana serta persaingan yg ketat dengan lembaga keuangan lainnya yg menyebabkan kenaikan anggota tabungan haji itu kurang signifikan, dua hal tersebut menyebabkan kurangnya kepercayaan nasabah untuk mengambil tabungan haji dan umroh di BMT Artha Buana Metro.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “**Kualitas Layanan Customer Service Dalam Meningkatkan Anggota Tabungan Haji Di BMT Artha Buana Metro**”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas, maka pertanyaan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Kualitas Layanan *Customer Service* dalam Meningkatkan Anggota Tabungan Haji?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang sudah disebutkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui Kualitas Layanan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Anggota Tabungan Haji

2. Manfaat Penelitian

Apabila penelitian ini dapat dilaksanakan dan permasalahannya dapat terjawab dengan baik maka hasil penelitian ini diharapkan dapat

berguna baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

- a. Secara teoritis merupakan pemberian pemikiran bagi pembaca dan penelitian lain yang dapat digunakan sebagai rujukan dan referensi dalam bidang ilmu yang diteliti. Khususnya pada kualitas layanan *customer Service*.
- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif dan informasi bagi semua pihak terkhusus untuk pelayanan *customer service* di BMT Arta Buana Kota Metro.

D. Penelitian Relevan

Beberapa penelitian yang relevan yang terkait dengan kualitas layanan customer service di BMT Arta Buana Kota Metro dengan fokus penelitiannya adalah untuk menganalisis bagaimana kualitas pelayanan customer service di BMT tersebut, yakni:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Saudari Rismawati Saputri dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jamaah Kbihu Al Huda Jetis Kebumen Tahun 2024”.⁸

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara parsial, variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jamaah KBIHU Al Huda Jetis Kebumen. Hal ini dibuktikan dengan t hitung sebesar 5,444 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,990.

⁸ Rismawati Saputri, “Program Studi Manajemen Dakwah Jurusan Manajemen Dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi”, *Skripsi* (Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2025)

Variabel Fasilitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jamaah KBIHU Al Huda Kebumen. Hal ini dibuktikan t hitung 4,644 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,990. Sedangkan secara simultan, variabel kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jamaah di KBIHU Al Huda Kebumen. Hal ini dibuktikan dengan f hitung sebesar 93,983 yang lebih besar dari f tabel sebesar 3,110.

Adapun penelitian diatas terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu terletak pada variabel kualitas pelayanan. Sedangkan untuk perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian tersebut fokus pada fasilitas terhadap kepuasan jamaah. Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan lebih fokus pada customer service dalam meningkatkan anggota tabungan haji.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Saudara Nur Ali dengan judul “Penilaian Kinerja Teller pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCP Metro Dalam Memberikan Pelayanan Terhadap Nasabah”.⁹

Hasil penelitian tersebut adalah penilaian kinerja karyawan teller pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCP Metro dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah belum mencapai target yang ditentukan manajemen bank. Namun, hanya beberapa transaksi yang harus

⁹ Nur Ali, “Penilaian Kinerja Teller pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCP Metro Dalam Memberikan Pelayanan Terhadap Nasabah” *Skripsi*, (Metro : Institut Agama Islam Negeri, Metro, 2017).

ditingkatkan agar dapat mencapai target yang telah ditentukan oleh manajemen PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCP Metro.

Adapun persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu terletak pada pelayanan. Adapun perbedaan dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian tersebut fokus pada penilaian kinerja teller, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu pada peningkatan jumlah anggota tabungan haji.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Saudari Vinny Ribka Bolang, dengan judul “Peran Pelayanan Teller dan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado”.¹⁰

Hasil penelitian tersebut adalah bahwa kualitas pelayanan yang diberikan berada pada kategori baik dan sangat baik melalui keramahan, cara berbicara dan kesiapan pada teller dan customer service untuk melayani nasabah sehingga menciptakan suasana yang nyaman dan dalam proses transaksi di Bri Unit Karombasan.

Adapun persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu terletak pada pelayanan dan *customer service*. Adapun perbedaan dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian tersebut fokus pada kepuasan pelanggan, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu pada peningkatan jumlah anggota tabungan haji.

¹⁰ Vinny Ribka Bolang, dengan judul “Peran Pelayanan Teller dan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado”. *Skripsi*, (Manado : Universitas Islam Negeri Manado, 2016).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Layanan

1. Pengertian Kualitas Layanan

Pelayanan dapat diartikan sebagai rangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata dan tidak dapat diraba, hal ini terjadi sebagai akibat dari adanya interaksi antara konsumen atau pelanggan dengan karyawan dan atau pemberi layanan lainnya dalam sebuah perusahaan yang bertujuan untuk membantu penyelesaian atau pemecahan masalah dari pihak konsumen dan pelanggan.¹

Kualitas layanan adalah seluruh ciri atau sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sehingga bias dikatakan penjualan telah memberikan kualitas apabila produk atau pelayanan tersebut telah memenuhi harapan nasabah.² Kualitas layanan menjadi hal yang penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. Apabila kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasaba dan dipersepsikan baik, maka nasabah akan merasa puas.³

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang

¹ Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014). 24

² Muhammad Syafei Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Cet Ke-1, (Jakarta : Gema Insani Press, 2001), 129

³ Muhammad Fachmi, *Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah; Analisis Kasus Melalui Riset Di Industri Asuransi Jiwa*, Cet. 1 (Malang: CV. Pustaka Learning Center, 2020). 91-92

mereka peroleh atau terima. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁴

2. Indikator Kualitas Layanan

Indikator Kualitas Pelayanan terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai dengan urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:⁵

- a. Kehandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- c. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

⁴ Wiwik Sulistiyowati, *Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*, (Sidoarjo: UMSIDA Press, 2018). 54

⁵ Kumpulan Artikel Hasil Penelitian dari Jurnal *Strategic, Manajemen Bisnis (Berbasis Hasil Penelitian)*, Cetakan Satu Tahun 2007, (Bandung: Alfabeta, 2006), 198

- d. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Indikator pelayanan memainkan peran yang sangat penting karena merupakan aktivitas pendukung dalam kegiatan pemasaran. Kualitas pelayanan merupakan perbedaan antara kenyataan dengan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Salah satu pendekatan kualitas jasa yang populer dan banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran yaitu model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman dkk. Dalam serangkaian penelitian/riset mereka terhadap enam sektor jasa, yaitu reparasi, peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon jarak jauh, serta perbankan ritel dan broker sekuritas. SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*) oleh konsumen.⁶

3. Karakteristik Pelayanan

Terdapat beberapa karakteristik layanan yang perlu diperhatikan yaitu sebagai berikut :⁷

⁶ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 216-217

⁷ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Cetakan Pertama, (Jawa Timur : Unitomo Press, 2019), 62-63

- a. Akses, yaitu layanan tersebut harus terjangkau keseluruhan tempat dan waktu secara tepat.
- b. Komunikasi, yaitu bahwa dalam memberikan layanan perlu dilakukan komunikasi yang efektif, efisien, dan jelas serta akurat.
- c. Kompetensi, yaitu berkaitan dengan pegawai atau karyawan yang memiliki keahlian dan ketrampilan serta pengetahuan yang diperlukan berdasarkan layanan yang diberikan.
- d. Kesopanan, yaitu bahwa pegawai harus ramah, cepat tanggap dan tenang untuk memberikan layanan yang memuaskan.
- e. Kredibilitas, yaitu perusahaan dan pegawai dapat dipercaya dan mempunyai tempat dihati pelanggan.
- f. Keandalan, yaitu bahwa layanan yang diberikan secara konsisten dan tepat.
- g. Responsif, yaitu terkait dengan layanan dan respon pegawai yang cepat dan kreatif terhadap permintaan pelanggan atau permasalahan yang dihadapi pelanggan.
- h. Keamanan, yaitu layanan yang diberikan harus bebas resiko, bahaya, dan keraguan serta kerugian.
- i. Nyata, yaitu layanan tersebut harus bisa dicerminkan dalam bentuk fisik yang benar-benar mencerminkan kualitas pelayanan.
- j. Memahami konsumen, yaitu pegawai benar-benar membuat usaha untuk memahami kebutuhan konsumen dan memberikan perhatian secara individu

Sedangkan menurut Tjiptono, terdapat lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi ataupun menilai suatu kualitas pelayanan jasa yaitu sebagai berikut:⁸

- a. Keandalan (*realibility*) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan fungsi yang ditawarkan.
- b. Ketanggapan atau daya tanggap (*responsiveness*) adalah kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan informasi dengan cepat.
- c. Jaminan (*assurance*) adalah untuk mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan.
- d. Bukti langsung (*tangibles*) yang meliputi penampilan fisik, kebersihan dan kerapian karyawan serta kelengkapan komunikasi.
- e. Empathy adalah tatacara yang digunakan penyelenggara pelayanan untuk menunjukkan rasa peduli dan perhatian kepada konsumen.

Berdasarkan penjelasan tentang karakteristik pelayanan diatas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan itu tidak dapat dirasa, diraba, dilihat sebelum dibeli atau dikonsumsi oleh pelanggan, pelayanan yang diberikan kepada tiap orang juga berbeda-beda, dikarenakan setiap orang mempunyai kepentingan yang berbeda dan pelayanan yang diberikan pastinya juga akan berbeda. Selain itu, pelayanan juga tidak dapat

⁸ Arif Wibowo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umum Bus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 11, Nomor 2, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, April 2014, 68-69

disimpan karena ketika seseorang dilayani, pada saat itulah orang tersebut merasakan pelayanan.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Dalam merumuskan kebijakan untuk meningkatkan pelayanan, pemerintah selalu mengutamakan prinsip kepuasan umum guna memberikan layanan yang optimal. Dalam konteks pelayanan publik, terdapat beberapa faktor pendukung yang sangat relevan. Faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap pelayanan publik, yaitu:⁹

a. Faktor Kesadaran

Kesadaran mencerminkan kondisi batin seseorang yang merupakan hasil dari pertimbangan-pertimbangan berbagai faktor, membawa pada keyakinan, ketenangan, ketetapan hati, dan kesinambungan jiwa

b. Faktor Aturan

Aturan menjadi elemen penting dalam setiap tindakan dan perilaku, yang memerlukan pembuatan, kepatuhan, dan pengawasan agar mencapai tujuan sesuai harapan

c. Faktor Organisasi

Organisasi tidak hanya terbatas pada struktur formal dan susunan, tetapi lebih menitikberatkan pada pengaturan dan mekanisme yang dapat menghasilkan pelayanan yang memadai

⁹ Imelda Febliany, dkk, "Efektivitas Pelayanan Terpadu Satu Pintu terhadap Penyerapan Investasi di Kalimantan Timur (Studi Pada Badan Perijinan dan Penanaman Modal Daerah Provinsi Kalimantan Timur)," *Jurnal Administrative Reform*, Vol. 2, No. 3, (September, 2014), 413

d. Faktor Pendapatan

Pendapatan merupakan imbalan atas kontribusi tenaga dan pikiran seseorang untuk perusahaan, dapat berupa uang atau fasilitas dalam periode waktu tertentu

e. Faktor Keterampilan dan Kemampuan

Keterampilan adalah kemampuan melaksanakan aktivitas dengan menggunakan anggota tubuh dan peralatan kerja yang tersedia, sedangkan kemampuan adalah kekuatan individu dalam melakukan kegiatan tertentu

f. Faktor Sarana Pelayanan

Sarana pelayanan mencakup semua peralatan dan fasilitas kerja yang berperan sebagai alat utama dalam pelaksanaan kegiatan pekerjaan.

B. Tabungan Haji

1. Pengertian Tabungan Haji

Tabungan merupakan sebuah produk perbankan yang memungkinkan nasabah untuk menyimpan uang mereka dan menariknya kembali sesuai kebutuhan. Sebagai imbalan atas dana yang nasabah tempatkan di bank, bank akan memberikan bunga atau bonus atas saldo tabungan tersebut.¹⁰

Istilah haji berawal dari kata "*hajja*" yang mengindikasikan tindakan berziarah, dengan tujuan yang disengaja atau perjalanan menuju suatu

¹⁰ Ahmad Gozali, Halal, Berkah, *Bertambah Mengenal Dan Memilih Produk Investasi Syariah*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004), 43

tempat yang dianggap suci. Sementara dalam terminologi agama, haji adalah pelaksanaan ziarah ke Ka'bah yang mencakup pelaksanaan ibadah seperti ihram, tawaf, bermalam di Muzdalifah dan Mina, mencukur atau mengunting rambut (tahlul), serta rangkaian ibadah lainnya.¹¹

Haji adalah salah satu kegiatan ibadah yang esensial bagi umat Islam dan termasuk dalam salah satu dari rukun Islam. Melakukan ibadah haji berarti melakukan berbagai kegiatan di lokasi-lokasi yang berbeda di Arab Saudi pada saat yang telah ditentukan, yang disebut sebagai musim haji.¹²

Tabungan haji adalah produk simpanan yang dirancang khusus untuk membantu nasabah mengumpulkan dana guna melaksanakan ibadah haji, baik secara syariah maupun konvensional. Produk ini membantu menyisihkan dana secara terencana untuk biaya pendaftaran dan biaya perjalanan haji yang tidak sedikit.

2. Dasar Hukum Tabungan Haji

a. Peraturan Undang-undang

Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk beragama Islam terbesar di dunia, melakukan penyelenggaraan ibadah haji setiap tahunnya. Dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji, mengatur mengenai rangkaian kegiatan pengelolaan pelaksanaan ibadah haji yang meliputi pembinaan, pelayanan, dan perlindungan

¹¹ M. Sholahuddin and Siti Sulaikho, *Fiqh Ibadah*, (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021), 56

¹² Dede Imadudin, *Mengenal Haji*, (Mitra Aksara Panaitan, 2011), 5.

jemaah haji. Adapun tujuan Penyelenggaraan ibadah haji yaitu untuk memberikan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan yang sebaik-baiknya bagi jemaah haji sehingga jemaah haji dapat menunaikan ibadahnya sesuai dengan ketentuan ajaran agama Islam. Penyelenggaraan ibadah haji dilaksanakan berdasarkan asas keadilan, profesionalitas, dan akuntabilitas dengan prinsip nirlaba.¹³

UU No. 34 Tahun 2014 mengamanatkan pengelolaan keuangan haji dilaksanakan oleh BPKH. Pasal 48 ayat (1) mengatur bentuk kewenangan BPKH dalam menempatkan dan menginvestasikan keuangan haji sebagai berikut: (1) Penempatan dan/atau investasi Keuangan Haji dapat dilakukan dalam bentuk produk perbankan, surat berharga, emas, investasi langsung dan investasi lainnya; (2) Penempatan dan/atau investasi Keuangan Haji tersebut dilakukan sesuai dengan prinsip syariah dengan mempertimbangkan aspek keamanan, kehati-hatian, nilai manfaat, dan likuiditas; (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penempatan dan/atau investasi Keuangan Haji diatur dalam Peraturan Pemerintah.¹⁴

Berdasarkan ketentuan Pasal 48 ayat (1) UU No. 34 Tahun 2014 yang menyebutkan bentuk investasi dana haji dalam bentuk produk perbankan, surat berharga, emas, investasi langsung dan investasi lainnya, maka dapat dimaknai bahwa pembentuk undang-undang

¹³ Yeyen Priyanti, "Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi'ah Pada BSI KCP Palembang Merdeka", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, Vol. 1, No. 2 September 2021, 274

¹⁴ Sulasi Rongiyati, "Perspektif Yuridis Pengelolaan Dana Haji Untuk Investasi Infrastruktur", *Majalah Hukum Singkat Hukum*, Vol. IX, No. 15/I/Puslit/Agustus/2017, 2

memberi peluang bentuk investasi langsung dan investasi lainnya di luar investasi produk perbankan, surat berharga, dan emas.

Mekanisme pengelolaan dana haji berdasarkan UU No. 34 Tahun 2014 dilakukan oleh BPKH selaku wakil yang menerima mandate dari calon jemaah haji selaku *muwakkil* untuk menerima dan mengelola dana setoran BPIH. Mandat itu merupakan pelaksanaan dari akad *wakalah* (pelimpahan wewenang) yang diatur dalam Perjanjian Kerja Sama antara Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah, Kementerian Agama, dan Bank Penerima Setoran BPIH tentang Penerimaan dan Pembayaran BPIH. Melalui akad wakalah yang ditandatangani setiap calon jemaah haji ketika membayar setoran awal BPIH, calon jemaah haji selaku muwakkil memberikan kuasa kepada Kementerian Agama selaku wakil untuk menerima dan mengelola dana setoran awal BPIH yang telah disetorkan melalui Bank Penerima Setoran (BPS) BPIH sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.¹⁵

b. Fatwa DSN-MUI

Tabungan haji merupakan salah satu produk pembiayaan yang dikeluarkan oleh perbankan syariah. Definisi tabungan mengacu kepada Fatwa DSN-MUI Nomor:15/DSN-MUI/IX/2000, yaitu simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan kondisi tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek,

¹⁵ Sulasi Rongiyati, "Perspektif Yuridis Pengelolaan Dana Haji, 3

giro, dan atau instrument serupa lainnya. Selanjutnya di dalam Fatwa DSN-MUI Nomor: 02/DSN-MUI/IV/2000, disebutkan bahwa terdapat dua jenis simpanan, yaitu simpanan yang tidak dibenarkan dalam prinsip syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan perhitungan bunga, dan simpanan yang dibenarkan dalam prinsip syariah yaitu simpanan berdasarkan prinsip mudharabah dan wadi'ah.¹⁶

Hasil Ijtima Ulama IV Komisi B-2 Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia yang berlangsung pada 2012 antara lain menyebutkan:

- 1) Dana setoran haji yang ditampung dalam rekening Menteri Agama yang pendaftarnya termasuk daftar tunggu (*waiting list*) secara syar'i adalah milik pendaftar (calon jamaah haji).
- 2) Dana setoran BPIH bagi calon haji yang termasuk daftar tunggu dalam rekening Menteri Agama boleh di-tasharruf-kan (dikelola) untuk hal-hal yang produktif (memberikan keuntungan), antara lain penempatan di perbankan syariah atau diinvestasikan dalam bentuk sukuk. Hasil investasi itu menjadi milik jamaah haji.
- 3) Pengelola berhak mendapatkan imbalan yang wajar dan tidak berlebihan. Namun, dana BPIH tidak boleh digunakan untuk keperluan apa pun kecuali untuk membiayai keperluan yang bersangkutan.¹⁷

Hasil Ijtima Ulama tersebut juga memperbolehkan pemanfaatan dana haji untuk investasi yang bersifat produktif dengan keharusan

¹⁶ Evita Premila Djiham Nuhqila, "Pengelolaan Tabungan Haji Perspektif Hukum Perjanjian Syariah", *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, Vol 18 No 1, Juni 2020. 92

¹⁷ Sulasi Rongiyati, "Perspektif Yuridis Pengelolaan Dana Haji, 3

menerapkan prinsip syariah dalam pengelolaannya dan peruntukan hasil investasi untuk kepentingan jamaah haji.

3. Tujuan Tabungan Haji

Tujuan Tabungan Haji Tabungan haji bertujuan untuk membantu nasabah mempersiapkan ongkos naik haji dan membantu nasabah untuk melaksanakan pendaftaran haji langsung ke Departemen Agama secara online serta memenuhi kebutuhan biaya perjalanan ibadah haji (BPIH) dengan prinsip bagi hasil sehingga bank syariah juga mendapat keuntungan dengan sistem bagi hasil, bank syariah juga memberikan kesempatan bagi mereka yang apabila telah menabung sekian lama dengan mencapai batas waktu tertentu, tentunya sesuai dengan hukum Islam yang mengharamkan riba.

Berikut maksud tujuan penyelenggaraan tabungan haji ini antara lain, sebagai berikut:

- a. Membantu menghimpun dana pada umumnya
- b. Membantu calon Jemaah untuk melakukan ibadah haji sesuai dengan kemampuan keuangan
- c. Membantu program pemerintah dibidang pembangunan mental bangsa dalam rangka mempertinggi ketahanan nasional
- d. Program ini dapat diikuti oleh pegawai negeri, karyawan swasta, pedagang tau wiraswasta lainnya.

4. Akad Tabungan Haji

Akad Tabungan Haji Akad (ikatan, keputusan, atau penguatan) atau perjanjian atau kesepakatan atau transaksi dapat diartikan sebagai komitmen yang terbingkai dengan nilai-nilai syariah. Dalam istilah fiqh secara umum akad berarti sesuatu yang menjadi tekad seseorang untuk melaksanakan, baik yang muncul satu pihak, seperti wakaf, talak, dan sumpah, maupun yang muncul dari dua pihak, seperti jual beli, sewa, wakalah, dan gadai. Rukun dalam akad ada tiga, yaitu: 1) pelaku akad; 2) objek akad; 3) shighah atau pernyataan pelaku akad, yaitu ijab dan qobul.¹⁸

Akad atau transaksi yang digunakan perbankan syariah dalam operasinya terutama diturunkan dari kegiatan mencari keuntungan (*tijarah*) dan sebagian dari kegiatan tolong-menolong (*tabarru'*). Semua transaksi untuk mencari keuntungan tercakup dalam pembiayaan dan pendanaan, sedangkan transaksi tidak untuk mencari keuntungan tercakup dalam pendanaan, jasa pelayanan (*fee based income*), dan kegiatan sosial. Pentingnya suatu akad dalam perbankan syariah sebagaimana hubungan antara pihak bank dan nasabah yang menentukan hak dan kewajiban masing-masing pihak.

Pada umumnya akad yang digunakan perbankan syariah dalam produk tabungan haji adalah akad berdasarkan prinsip wadi'ah ataupun prinsip mudharabah, dimana bank syariah juga mendapatkan keuntungan dari sistem bagi hasil dan bank juga memberikan kebijakan kepada

¹⁸ Ascarya, *Akad Produk Bank Syariah: Konsep dan Praktek di Beberapa Negara*, (Jakarta: Bank Indonesia, 2006). 34

nasabah, apabila nasabah meninggal ketika saldonya telah mencukupi maka ahli warislah yang akan menggantikan untuk melaksanakan.¹⁹

C. *Custom Service*

1. **Pengertian *Customer Service***

Customer service secara umum merupakan kegiatan pelayanan yang dapat memberikan kebutuhan dan keinginan nasabah dengan memberikan kepuasan terhadap nasabah di setiap perusahaan.²⁰ Dalam melayani nasabah *customer service* harus selalu berusaha untuk mengesankan agar dapat memikat minat nasabah. *Customer service* juga harus mampu mempertahankan nasabah *existing* agar senantiasa menjadi nasabah bank. Dengan demikian, tugas yang di emban *customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.

Customer service merupakan sebuah usaha yang dijalankan untuk dapat memberi kepuasan terhadap nasabah, sehingga dari pelayanan tersebut diharapkan mampu memberikan keinginan serta kebutuhan nasabah. Sebagai seorang *customer service* berusaha memikat minat nasabah dengan membujuk mereka untuk menjadi nasabah bank serta juga untuk mempertahankan nasabah lama menjadi nasabah bank yang potensial.²¹

¹⁹ Vera Erlinda Dan Haroni Doli, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Bank Oleh Nasabah Tabungan Haji (Studi Kasus: Peserta Bimbingan Manasik Haji Aziziah Kec. Medan Johor)", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Volume 1, Nomor 3, 2013. 183

²⁰ Mugi Rahardjo, *Pemasaran Lembaga Keuangan Perbankan*, (Surakarta: LPP UNS dan UNS Press, 2009), 75

²¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 225.

Customer service berperan memberikan pelayanan serta menjadi jembatan untuk menghubungkan masyarakat dengan perusahaan. *customer service* berperan penting untuk meningkatkan mutu layanan terhadap konsumen.²² Seorang *customer service* memegang peranan yang sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai Pembina hubungan dengan masyarakat atau *public relation*.²³

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa *customer service* merupakan serangkaian kegiatan dan layanan yang disediakan oleh suatu perusahaan atau organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Fokus utama dari *customer service* adalah memberikan dukungan dan bantuan kepada pelanggan dalam mengatasi masalah, mendapatkan informasi, atau menyelesaikan transaksi.

2. Tugas dan Fungsi *Customer Service*

Banyak pelanggan yang masih beranggapan bahwa *customer service* itu sebagai pusat informasi saja di perusahaan, padahal ternyata *customer service* juga memberikan pelayanan jasa-jasa dan produk dari perusahaan. Setiap *customer service* tentu sudah di terapkan apa saja fungsi dan tugas yang wajib diembannya. Tugas dan fungsi yang wajib benar-benar untuk dipahami serta dilaksanakan dengan sebaik-baiknya agar bisa dijalankantugasnya secara prima. Kemudian fungsi dari *Customer Service* diantaranya:

²² Dedi Rianto Rahadi & Alda Amelia Majid, Kompetensi Peran Customer Service Dalam Mendukung Pelayanan Kepada Konsumen, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 19, No. 2, November 2020, 116.

²³ Awaluddin, *Menejemen Bank Syariah*, (Makasar : Alauddin University Press, 2011), 24

a. Sebagai Resepsionis

Tugasnya adalah menerima tamu/ nasabah yang datang ke bank dengan ramah tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan. Dalam hal ini, customer service harus bersikap memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam. Selama melayani nasabah *customer service* tidak diperkenankan merokok, makan, dan minum.

b. Sebagai *Customer Relation Officer*

Dalam hal ini customer service bertugas menjaga image bank dengan cara, membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, sehingga nasabah merasa senang, puas dan makin percaya kepada bank. Yang terpenting adalah sebagai penghubung antara bank dan seluruh nasabah.²⁴

c. Sebagai Deskman

Tugasnya antara lain memberikan informasi mengenai produk-produk bank, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank, menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi.

d. Sebagai Sales

Tugasnya di kantor bank adalah menjual produk perbankan, melakukan cross selling, mengadakan pendekatan, dan mencari

²⁴ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), 181

nasabah baru serta mempertahankan nasabah yang lama. Customer service juga berusaha mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi nasabah, termasuk keberatan dan keluhan yang diajukan nasabah.

e. Sebagai Komunikator

Bertugas memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. Di samping juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi.²⁵

3. Standar Layanan *Customer Service*

Adapun standar layanan yang harus dilakukan oleh *customer service* yaitu sebagai berikut :²⁶

- a. Senyum, sampaikan salam, fokus pada nasabah dan menawarkan bantuan
- b. Inisiatif menggali kebutuhan nasabah
- c. Mampu menjelaskan produk dan fitur kepada nasabah
- d. Proses, permintaan nasabah dengan cepat
- e. Akurat, selalu melakukan verifikasi dan konfirmasi
- f. Tanggapi permintaan nasabah dengan empati
- g. Menawarkan produk dan jasa lainnya (crosseling)
- h. Menawarkan bantuan kembali, mengucapkan terima kasih dan ditutup dengan salam

²⁵ Mona Rizki Meldiani & Dedi Rianto Rahadi, “Peran Customer Service Dalam mendukung kompetensi Pegawai Pada Perusahaan”, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, Vol. 4, No. 3, 2020. 1570.

²⁶ Kasmir, *Customer Service Excellent*, (Jakarta:Rajawali Pers,2017), 67

Dengan demikian, standar pelayanan *customer service* diperlukan guna membangun keyakinan bagi nasabah dan gambaran positif bagi perusahaan dari para nasabah.

4. Peranan *Customer Service*

Customer service memegang peran sangat penting di berbagai perusahaan. Dalam dunia perbankan, tugas utama seorang *customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani nasabah para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. Selain itu *customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu tugas *customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan. Secara umum peran *customer service* bank adalah:

- a. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
- b. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.²⁷

Peran dari *customer service* adalah untuk memberikan dukungan dan layanan kepada pelanggan agar mereka merasa puas dengan produk

²⁷ Kasmir, *Customer Service*, 181

atau layanan yang mereka terima. Beberapa peran dari customer service adalah:

- a. Menerima dan menangani keluhan pelanggan: Ketika pelanggan mengalami masalah atau kekecewaan terhadap produk atau layanan, customer service akan membantu untuk menyelesaikan masalah tersebut.
- b. Memberikan informasi tentang produk atau layanan: *Customer service* akan memberikan informasi tentang produk atau layanan kepada pelanggan yang membutuhkan, seperti fitur, harga, dan cara penggunaannya.
- c. Menjaga hubungan dengan pelanggan: *Customer service* akan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan, sehingga mereka akan kembali menggunakan produk atau layanan yang sama di masa depan.
- d. Memberikan saran atau rekomendasi: *Customer service* akan memberikan saran atau rekomendasi kepada pelanggan jika mereka memerlukan bantuan dalam memilih produk atau layanan yang tepat untuk kebutuhan mereka.
- e. Mengelola konflik: Ketika terjadi konflik atau perbedaan pendapat antara pelanggan dan perusahaan, *customer service* akan mencoba untuk menyelesaikan konflik tersebut dengan cara yang adil dan terbaik untuk semua pihak.

- f. Secara keseluruhan, peran *customer service* sangat penting dalam menjaga kepuasan pelanggan dan membangun citra positif perusahaan di mata pelanggan.²⁸

Namun pada umumnya peran *customer service* adalah menjaga hubungan erat untuk mempertahankan pelanggan/ nasabah yang sudah ada dan memastikan bahwa mereka tetap menjadi pelanggan setia perusahaan. Selain itu, peran *customer service* yaitu berusaha menarik pelanggan baru melalui berbagai pendekatan agar bersedia bergabung dengan perusahaannya.

²⁸ Nur Indah Tri Wajanti dan Kartika Dewi, *Praktek Mini Bank Syariah Salam Bris*, (Malang: Media Nusa Creativ, 2015), 10

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis.¹ Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.² Penelitian yang lebih difokuskan untuk mendeskripsikan keadaan sifat atau hakikat nilai suatu objek atau gejala tertentu.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan langsung di lokasi yang dipilih untuk penelitian dan berada di masyarakat tertentu. Adapun Lokasi penelitian yang akan dilakukan di BMT Arta Buana Metro.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini memiliki karakteristik deskriptif kualitatif. Penelitain yang bersifat diskriptif, bertujuan untuk menggambarkan secara tepat sifat-

¹ Azharsyah Ibrahim, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Banda Aceh : Ar-Raniry Press, 2021), 152

² Nik Haryanti, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Bandung : Manggu Makmur Tanjung Lestari, 2019), 8

sifat atau individu, keadaan, gejala, gejala atau hal-hal yang khusus dalam masyarakat.³

Peneliti harus mendeskripsikan suatu objek, fenomena atau setting sosial yang akan dituangkan dalam tulisan yang bersifat naratif. Arti dalam Penelitiannya data dan fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar daripada angka. Dalam Penelitian laporan penelitian kualitatif berisi kutipan-kutipan data (fakta) yang diungkap di lapangan untuk memberikan dukungan terhadap apa yang disajikan dalam laporannya.⁴

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara kualitatif fakta, data, atau objek material yang tidak berbentuk angka, melainkan berupa ungkapan bahasa atau wawancara. Peneliti berusaha menjelaskan hasil dari pengumpulan data dengan memberikan gambaran dan penjelasan mengenai Standar Operasional Prosedur Pada *Customer Service* di BMT Arta Buana Metro.

B. Sumber Data

Sumber data penelitian merujuk pada subjek dari mana informasi tersebut diperoleh. Data merupakan catatan yang dapat berupa fakta dan angka yang kemudian dijadikan bahan untuk membangun informasi. Oleh karena itu peneliti memerlukan data primer dan data sekunder dalam penelitian ini

³ Sukamto dan Siti Musfiqoh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Syariah*, (Malang : PT. Literasi Nusantara Abadai Grup, 2022), 13

⁴ Johan Setiawan Albi Anggito, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cetakan Pertama (Jawa Barat : CV. Jejak, 2018), 27.

karena langkah ini diperlukan untuk mendapatkan sumber data yang menunjang penelitian.

1. Sumber Primer

Sumber data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung.⁵ Sumber data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada peneliti.⁶

Adapun sumber primer atau sumber pokok dalam penelitian ini adalah Direktur/Kepala Kantor, Karyawan dan *Customer Service* BMT Arta Buana yang akan dijadikan sumber primer terkait implementasi standar operasional prosedur pada *customer service* di BMT Arta Buana Kota Metro.

2. Sumber Sekunder

Data sekunder adalah sumber informasi tambahan yang tidak diperoleh langsung di lapangan, tetapi diambil dari sumber yang sudah dibuat oleh pihak lain, seperti buku, dokumen, foto, dan data statistik. Data sekunder dapat digunakan dalam penelitian sebagai tambahan atau sebagai sumber informasi utama jika tidak ada narasumber yang tersedia untuk menjadi sumber data primer.⁷

Data sekunder disebut juga sebagai pelengkap sumber data primer, data ini dapat diperoleh dari lokasi penelitian yang terkait melalui

⁵ Azharsyah Ibrahim, *Metodologi Penelitian*, 245-246

⁶ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta : CV. Pustaka Ilmu, 2020), 54.

⁷ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Surakarta: Cakra Books, 2014), 113

dokumentasi berbentuk laporan-laporan, buku-buku, foto dan lainnya yang berhubungan dengan masalah penelitian yang sedang diteliti.⁸ Jadi, sumber penunjang dalam penelitian ini adalah berbagai buku dan literasi yang berkaitan dengan implementasi standar operasional prosedur pada *customer service*, selain itu sumber sekunder dalam penelitian ini yaitu para Nasabah di BMT Arta Buana Kota Metro yang digunakan untuk menambah data dan referensi dalam penelitian yang sedang peneliti lakukan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan pengumpulan data ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dalam upaya mencari informasi/data guna keperluan penelitian sebagai berikut:

1. Metode Wawancara

Wawancara adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang dapat dilakukan dengan tatap muka, dimana salah satu pihak sebagai *interviewer* (pihak yang bertanya) dan pihak lainnya sebagai *interviewee* (pihak yang memberikan jawaban) dengan tujuan untuk memperoleh data, yang dibutuhkan.⁹

Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara semiterstruktur (*Semistruktur Interview*) ini sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview* atau proses tanya jawab yang dilakukan untuk mendapatkan

⁸ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2013), 143.

⁹ Fadhallah, *Wawancara*, (Jakarta : UNJ Press, 2021), 2.

informasi secara mendalam, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.¹⁰

Adapun wawancara yang peneliti lakukan yaitu kepada Direktur/Kepala Kantor, Karyawan, *Customer Service*, Nasabah Tabungan Haji di BMT Arta Buana Kota Metro.

2. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya, misalnya karya seni yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.¹¹

Adapun peneliti menggunakan metode dokumentasi karena untuk mendapatkan data dari sumber yang sudah ada, seperti dokumen tertulis, foto, atau brosur yang ada di BMT Arta Buana Kota Metro untuk

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 233.

¹¹ Albi Anggito, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 145.

mendukung penelitian, memberikan bukti visual yang kuat, menelusuri data historis, serta memverifikasi dan meninjau kembali data awal.

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang telah diperoleh. Hal ini dilakukan Peneliti untuk menjamin bahwa data tersebut benar, baik bagi pembaca maupun subjek penelitian.

Teknik pengumpulan keabsahan data Peneliti menggunakan data triangulasi, yaitu :

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan sumber yang telah ada. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan metode triangulasi untuk menguji kredibilitas data.¹² Triangulasi ini melibatkan pengumpulan dan pengecekan data dari berbagai sumber, dengan berbagai cara dan pada waktu yang berbeda. Secara khusus, triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pemeriksaan data yang didapat dari observasi dan wawancara, serta membandingkan dengan apa yang dikatakan oleh direktur/kepala kantor, *customer service* dan nasabah

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2021), 189.

BMT Arta Buana Kota Metro yang dimanfaatkan peneliti dalam pengumpulan data.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹³

Teknik analisis data adalah upaya mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan dimanfaatkan untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut menjadi informasi.¹⁴

Penelitian ini pada hakikatnya berwujud penelitian deskriptif kualitatif. Maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/ verification*.¹⁵

Beberapa Langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 246.

¹⁴ Nik Haryanti, *Metode Penelitian*, 68

¹⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 246.

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak. Semua data tersebut perlu dicatat secara teliti dan terperinci.¹⁶ Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi, akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.¹⁷

Jadi peneliti perlu mereduksi data untuk memilih dan merangkum semua data yang sudah ada melalui wawancara dengan narasumber, ataupun dari observasi dan dokumentasi yang peneliti peroleh dari Direktur/Kepala Kantor, *Customer Service* dan Nasabah Tabungan Haji di BMT Arta Buana Kota Metro.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.¹⁸

Maka dalam penelitian ini merupakan pemaparan data hasil penelitian implementasi standar operasional prosedur pada *customer service* di BMT Arta Buana Kota Metro, yang dihasilkan dari hasil wawancara di

¹⁶ Sukamto dan Siti Musfiqoh, *Metodologi Penelitian*. 62

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 247.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 249.

lapangan dan yang telah direduksi pada tahap sebelumnya. Dengan mendisplaykan data maka akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya sesuai dengan apa yang telah dipahami. Bentuk pendisplayan adalah hasil mewawancarai direktur, *customer service* dan nasabah.

3. Conclusion Drawing/ Verification (Kesimpulan)

Langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, setiap kesimpulan awal masih kesimpulan sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh selama di lapangan diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan cara memikirkan kembali meninjau ulang catatan lapangan sehingga berbentuk penegasan kesimpulan.¹⁹

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 252.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya BMT Artha Buana Metro

Sejarah BMT Artha Buana Metro didirikan melalui rapat resmi pada tanggal 05 Desember 2012 di Kantor Lembaga Pendidikan Ma'arif yang beralamatkan di Jl. Gele Harun dengan 25 anggota di bawah naungan Lembaga Pendidikan Ma'arif. BMT Artha Buana Metro diresmikan pada tanggal 31 Januari 2013 yang bertempat di JL. RA Kartini Purwosari 28 Metro Utara Kota Metro, yang diresmikan oleh kepala dinas Koperasi UMKM Kota Metro bapak Drs. Mustahal.¹

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Artha Buana Metro adalah lembaga yang bergerak dibidang simpan pinjam yang berbadan hukum koperasi yang diresmikan pada tanggal 31 Januari 2013 Di Kota Metro oleh Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Kota Metro. Namun cikal bakal atau pra koperasi sebelum diterbitkannya badan hukum berdiri pada tahun 2012, yang diprakasai oleh LP Ma'arif NU Kota Metro

Pendirian BMT Artha Buana Metro sudah direncanakan sejak 5 (lima) tahun yang lalu oleh Lembaga Pendidikan Ma'arif, lantaran adanya jurusan Syariah di Institut Agama Islam Ma'arif (IAIM) NU Metro Lampung.

¹ Dokumentasi BMT Artha Buana Metro

BMT Artha Buana Metro telah membuahkan pertumbuhan dan perkembangan yang menggembirakan karena kerja keras dari seluruh pengelola dan pengurus dalam mewujudkan harapan bahwa BMT Artha Buana Metro dapat memberikan kontribusi yang positif bagi perekonomian dan kesejahteraan umat pada umumnya, dan khususnya bagi Nahdlatul Ulama (NU) Kota Metro sebagai penggerak dan pendorong utama berdirinya KJKS BMT Artha Buana Metro. BMT Artha Buana Metro telah terdaftar pada:²

Badan Hukum Nomor : 518/01/D6.02/BH/X.10/1/2013

Surat Izin Usaha Perdagangan Nomor : 254/LL-3/PK/2013

Berdasarkan perubahan anggaran dasar KJKS BMT Artha Buana Metro beralih nama menjadi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syari'ah (KSP-PS) BMT Artha Buana Metro Badan Hukum Nomor 846/PAD/III.11/KIb.1/IX/2015 Tanggal 03 September 2015 yang telah disahkan oleh pemerintah propinsi Lampung (Dinas Koperasi UMKM Provinsi Lampung) tentang perubahan anggaran dasar, dengan akta perubahan nomor 08. Tanggal 13 Juli 2015. BMT Artha Buana Metro telah terdaftar:³

Badan Hukum Nomor : 846/PAD/III/11/KIb.1/IX/2015

Surat Izin Usaha Perdagangan Nomor : 254/II-3/PK/2013

NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) : 03.252.243.5-321.000

Surat Tanda Daftar Nomor : 07.09.3.65.00.261

² Dokumentasi BMT Artha Buana Metro

³ Dokumentasi BMT Artha Buana Metro

Surat Izin Gangguan Nomor : SIG-250.LL-3/2013

Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Artha Buana Metro berlambangkan bola dunia berwarna hijau dengan gambar pulau Indonesia yang disamping kanan kirinya terdapat lambang padi dan kapas, serta di bagian dalam bola dunia terdapat huruf AB yang merupakan inisial dari Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Artha Buana Metro. Di bagian atas terdapat satu bintang dan pada bagian bawah terdapat tulisan Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah BMT Artha Buana.

2. Visi, Misi BMT Artha Buana Metro

a. Visi

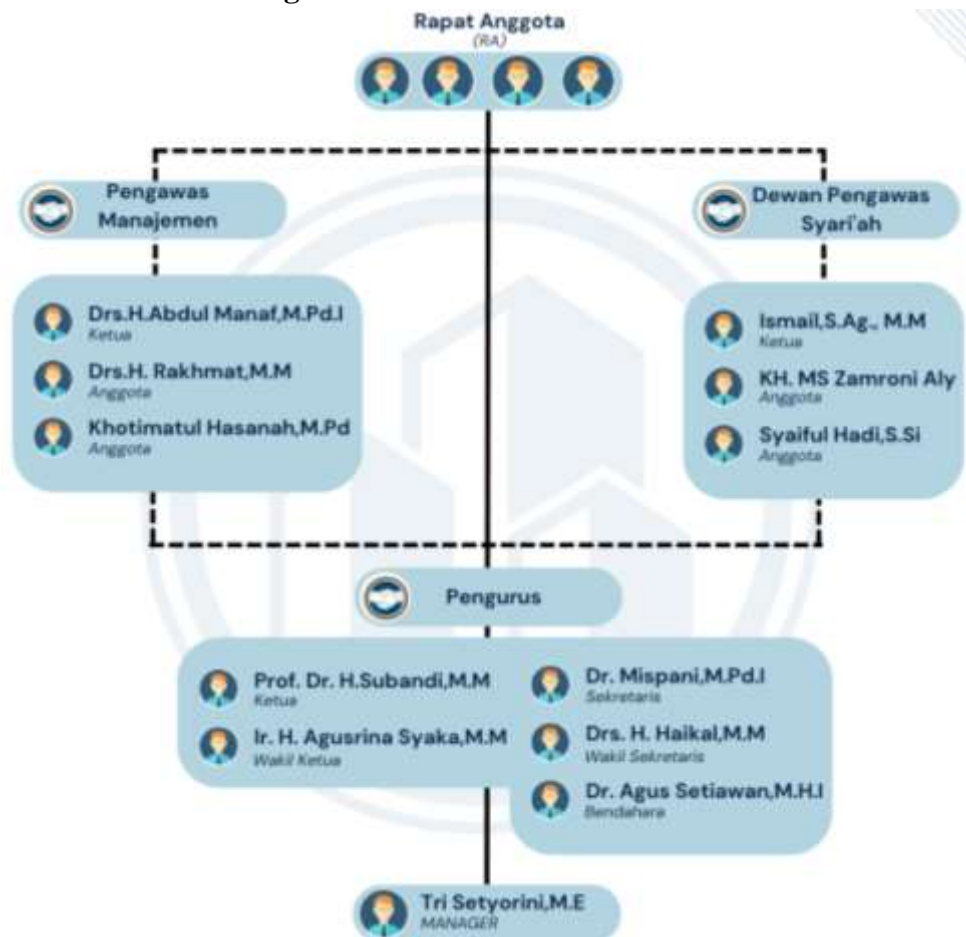
Mejadi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Yang Mandiri Profesional dan Terpercaya

b. Misi

- 1) Meningkatkan program pemberdayaan ekonomi, khususnya dikalangan Usaha Mikro, Menengah dan Koperasi melalui system syariah.
- 2) Mendorong kehidupan ekonomi syariah dalam kegiatan usaha mikro, menengah dan ekonomi Indonesia pada umumnya.
- 3) Meningkatkan semangat dan peran anggota masyarakat dalam koperasi syariah.

3. Struktur Organisasi BMT Artha Buana Metro

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BMT Artha Buana Metro



B. Kualitas Layanan *Costumer Service* dalam Meningkatkan Anggota Tabungan Haji Di BMT Arta Buana Metro

1. Kualitas Layanan *Customer Service*

Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian yang dilakukan oleh konsumen terhadap tingkat layanan yang mereka terima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Kualitas layanan memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan kepada pelanggan, oleh karena itu kualitas *customer service* adalah salah satu fondasi utama dari kesuksesan jangka panjang sebuah perusahaan. Karena pelanggan yang merasa

dihargai dan puas dengan pelayanan yang diterima cenderung loyal, serta akan merekomendasikan produk pada orang lain dan akan memberikan penilaian yang positif.

Customer Service harus dapat bekerja sama dengan berbagai pihak. *Customer Service* bertugas menerima tamu/ nasabah yang datang ke bank dengan ramah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan. *Customer Service* harus selalu memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas.

Upaya pelayanan yang dilakukan BMT Artha Buana Metro saat ini difokuskan pada penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) secara disiplin yang dikombinasikan dengan budaya kerja 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun). Tujuannya adalah menciptakan pelayanan prima yang ramah, profesional, berintegritas, dan meningkatkan kenyamanan serta kepercayaan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, Ibu Tri Setyorini M.E selaku manager BMT Artha Buana Metro menjelaskan sebagai berikut :

“Upaya yang dilakukan saat ini adalah dengan memberikan pelayanan sesuai dengan sop, selalu memberikan 5S pastinya, dan menjelaskan keunggulan produk serta memberikan penjelasan tentang mudahnya penggunaan produk tabungan haji di BMT Artha Buana Metro”.⁴

Kemudian untuk pelaksanaannya sendiri, *customer service* di BMT Artha Buana Metro telah melakukan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun). Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Saudari Siti Umun

⁴ Wawancara dengan Ibu Tri Setyorini M.E selaku Manager BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

Khasanah selaku *Customer Service* BMT Artha Buana Metro sebagai berikut :

“Kalau untuk pelayanan kita sama tidak ada yg dibedakan sesuai dengan SOP yg ada, jadi kita selalu memberikan Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun kepada semua nasabah, jadi kami tidak membedakan itu nasabah produk tabungan haji atau produk lainnya. informasi kita berikan sudah sesuai prosedur produk tabungan haji untuk saldo pertama pun sekalian akan kami bantu dalam pengisianya dan kita berikan informasi bahwasanya tabungan ini tidak bisa di ambil sewaktu-waktu”.⁵

Membantu nasabah dengan memberikan pelayanan prima dapat dilakukan oleh *Customer Service*, *Teller*, maupun *Relationship Manager* yang ada di BMT Artha Buana Metro. Layanan tersebut meliputi penanganan pengaduan (lisan/tertulis), solusi produk perbankan, konsultasi finansial, serta dukungan digital seperti *mobile banking* untuk mempermudah transaksi. Terkait hal tersebut saudari Siti Umun Khasanah selaku *Customer Service* BMT Artha Buana Metro menyampaikan sebagai berikut :

“Setelah itu, selanjutnya nasabah dibantu untuk melengkapi persyaratan mendaftar, yaitu mendaftar sebagai anggota, foto copy KTP atau identitas lainnya, setoran awal min Rp. 10.000, selanjutnya kami akan bantu proses data nasabah tersebut”.⁶

Sebagai *Customer Service* harus mampu memberikan pelayanan 5S, karena hal tersebut adalah standar pelayanan prima yang ada di BMT Artha Buana Metro yang berfokus pada Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun, bertujuan menciptakan interaksi yang ramah, profesional, dan

⁵ Wawancara dengan Saudari Siti Umun Khasanah selaku *Customer Service* BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

⁶ Wawancara dengan Saudari Siti Umun Khasanah selaku *Customer Service* BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

humanis untuk meningkatkan kepuasan publik dengan membangun kesan positif sejak awal. Konsep ini diterapkan di BMT Artha Buana Metro untuk meningkatkan citra dan kualitas layanan secara keseluruhan. Terkait hal tersebut, Ibu Setyorini M.E selaku manager BMT Artha Buana Metro menjelaskan sebagai berikut :

“Tentu yang harus di perhatikan oleh *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yaitu mengedepankan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun), karena hal itu sudah menjadi ketentuan kami agar nasabah merasa di hargai dan merasakan pelayanan yang terbaik dari kami”.⁷

Adapun hal tersebut juga di jelaskan oleh saudari Siti Umun

Khasanah selaku *customer service* yaitu sebagai berikut :

“Pastinya, karena itu bentuk loyalitas kami terhadap nasabah agar nasabah mendapatkan kepuasan dan kenyamanan pada setiap pelayanan yang kami berikan, jadi 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun) itu sudah menjadi kewajiban bagi kami dan sudah menjadi bagian dari prosedur di BMT Artha Buana Metro”.⁸

Layanan pelanggan yang baik bukan hanya sekadar menyelesaikan masalah nasabah, tetapi juga membangun hubungan yang berkesan dan berkelanjutan. Bagi *customer service* di BMT Artha Buana Metro, memahami cara dalam melayani pelanggan dengan baik sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, meningkatkan kepuasan, serta memaksimalkan efisiensi layanan. Terkait hal tersebut, Ibu Tri Setyorini M.E selaku manager BMT Artha Buana Metro menjelaskan sebagai berikut :

⁷ Wawancara dengan Ibu Tri Setyorini M.E selaku Manager BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

⁸ Wawancara dengan Saudari Siti Umun Khasanah selaku *Customer Service* BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

“Tentu yang harus di perhatikan oleh *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yaitu mengedepankan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun), karena hal itu sudah menjadi ketentuan kami agar nasabah merasa di hargai dan merasakan pelayanan yang terbaik dari kami”.⁹

Bentuk loyalitas kepada nasabah di BMT Artha Buana Metro dapat diwujudkan melalui pelayanan prima, responsif, dan konsisten (kualitas produk/layanan) untuk menciptakan pengalaman personal yang nyaman, aman, serta menghargai umpan balik, guna membangun kepercayaan jangka panjang dan memastikan kepuasan nasabah

. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Siti Umun Khasanah selaku *Customer Service* BMT Artha Buana Metro sebagai berikut :

“Pastinya, karena itu bentuk loyalitas kami terhadap nasabah agar nasabah mendapatkan kepuasan dan kenyamanan pada setiap pelayanan yang kami berikan, jadi 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun) itu sudah menjadi kewajiban bagi kami dan sudah menjadi bagian dari prosedur di BMT Artha Buana Metro”.¹⁰

Selain melakukan wawancara dengan Manager dan *Customer Service* Artha Buana Metro, peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa nasabah. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui secara langsung layanan yang diberikan customer service kepada nasabah.

Layanan yang unggul atau *service excellent* tidak hanya perkara keunggulan produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan atau kecepatan respon time dalam penyelesaian problem. Unsur 5S menjadi bagian penting untuk meningkatkan pelayanan agar para konsumen puas dan loyal

⁹ Wawancara dengan Ibu Tri Setyorini M.E selaku Manager BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

¹⁰ Wawancara dengan Saudari Siti Umun Khasanah selaku *Customer Service* BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

terhadap perusahaan. Perilaku dan tanggapan konsumen terhadap layanan kita, tidak bisa dikontrol atau diarahkan. Mereka selalu membandingkan perusahaan satu dengan yang lainnya. Dengan demikian, demi terciptanya *service excellent* BMT Artha Buana Metro membutuhkan pelayanan 5S untuk melengkapi keunggulan produk dan layanan sehingga perusahaan mendapat *customer satisfaction*.

Terkait hal tersebut Bapak Syarif selaku Nasabah Tabungan Haji BMT Artha Buana Metro menyampaikan sebagai berikut :

“Iya, jadi ketika saya bertemu/berhadapan dengan *Customer Service*, pasti mereka selalu memberikan salam, senyum, dan menanyakan apa yang saya perlukan/butuhkan, lalu *customer service* akan membantu keperluan/kebutuhan saya sampai dengan selesai”.¹¹

Adapun hal tersebut di perkuat oleh ibu Siti selaku Nasabah Tabungan Haji BMT Artha Buana Metro sebagai berikut :

“Iya, setiap kali saya ke *customer service* pasti saya melihat mereka senyum, setelah itu saya disuruh duduk, baru mereka menanyakan apa keperluan saya, lalu saya akan dibantu sampai dengan selesai sesuai dengan keperluan saya tadi”.¹²

Tugas *customer service* di BMT Artha Buana Metro sangat penting dalam menjaga hubungan baik antara bank dan nasabah. Mereka menjadi garda terdepan dalam menghadirkan pelayanan prima dan solusi tepat bagi setiap kebutuhan nasabah. Maka dengan demikian, *customer service* yang ada di BMT Artha Buana Metro harus mampu menjawab dan menjelaskan setiap pertanyaan yang diberikan oleh nasabah. Terkait hal tersebut Bapak

¹¹ Wawancara dengan Bapak Syarifselaku Nasabah Tabungan Haji di BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

¹² Wawancara dengan ibu Siti selaku Nasabah Tabungan Haji BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

Syarif selaku Nasabah Tabungan Haji di BMT Artha Buana Metro menjelaskan sebagai berikut:

“Iya, jadi ketika saya menanyakan apa saja tentang tabungan haji kepada *customer service*, maka pasti dijawab dan di beri penjelasan sampai saya benar-benar paham”.¹³

Selanjutnya hasil wawancara tersebut juga di jelaskan oleh ibu Siti selaku Nasabah Tabungan Haji BMT Artha Buana Metro sebagai berikut :

“Pelayanan *customer service* di BMT Artha Buana Metro menurut saya sangat bagus, karena setiap kali saya mengalami kesulitan ataupun ada yang belum saya mengerti, mereka selalu memberikan bantuan dan penjelasan kepada saya, dan penjelasannya pun mudah saya mengerti dan bisa saya pahami”.¹⁴

Menjelaskan keunggulan produk yang dimiliki oleh BMT Artha Buana Metro merupakan salah satu seni yang menonjolkan fitur unik (kualitas, harga, layanan, durabilitas) yang membedakan produk yang dimiliki dari pesaing yang lain. Tujuannya adalah meyakinkan konsumen bahwa produk yang dimiliki memberikan solusi terbaik dan nilai lebih tinggi. Fokus pada manfaat langsung bagi konsumen dengan bahasa yang sederhana, jelas, dan spesifik. Berdasarkan hal tersebut Bapak Syarif menjelaskan sebagai berikut :

“Menurut saya selama ini *customer service* telah mampu menjelaskan keunggulan produk tabungan haji. Karena saya merasa penggunaan produk ini sangat mudah, prinsip nya menggunakan prinsip syariah, dana yang kami titipkan disini juga aman dan amanah”.¹⁵

¹³ Wawancara dengan Bapak Syarifselaku Nasabah Tabungan Haji di BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

¹⁴ Wawancara dengan ibu Siti selaku Nasabah Tabungan Haji BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

¹⁵ Wawancara dengan Bapak Syarifselaku Nasabah Tabungan Haji di BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

Kemudian hasil wawancara tersebut juga diperkuat oleh ibu Siti selaku Nasabah Tabungan Haji BMT Artha Buana Metro sebagai berikut :

“Iya, jadi pertama kali saya ingin jadi anggota tabungan haji, saya diberi penjelasan oleh *customer service* tentang apa saja keunggulan produk tabungan haji ini, penjelasannya pun sangat baik dan mudah saya pahami, makanya saya berminat untuk menjadi anggota tabungan haji di BMT ini”.¹⁶

Pelayanan di BMT Artha Buana Metro telah memiliki kualitas yang baik, dimana pelayanan tersebut telah memenuhi lima dimensi utama, yaitu keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Pelayanan yang berkualitas tinggi meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Syarif menjelaskan sebagai berikut :

“Saya merasakan untuk kualitas pelayanan yang diberikan *customer service* sudah bagus dan baik, karena pelayanannya cepat, tanggap, bisa menyelesaikan semua masalah yang saya alami, lalu *customer service* akan selalu perhatian dengan nasabah, jadi selama ini saya tidak ada kesulitan dengan *customer service*”.¹⁷

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Siti selaku nasabah tabungan haji sebagai berikut :

“Bagus dan baik, jadi *customer service* sangat ramah, tanggap, cepat dan perhatian sama nasabah, selalu menanyakan masalah yang dihadapi oleh nasabah.”¹⁸

Membantu kesulitan nasabah pada produk memerlukan pendekatan empatik, responsif, dan solutif. *Customer service* (CS) di BMT Artha

¹⁶ Wawancara dengan ibu Siti selaku Nasabah Tabungan Haji BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

¹⁷ Wawancara dengan Bapak Syarifselaku Nasabah Tabungan Haji di BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

¹⁸ Wawancara dengan ibu Siti selaku Nasabah Tabungan Haji BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

Buana Metro bertindak sebagai garda terdepan dengan mendengarkan aktif, menyapa ramah, dan memberikan solusi cepat terhadap keluhan teknis maupun informasi. Langkah utama meliputi mendengarkan, berempati, memberikan solusi, dan melakukan tindak lanjut (*follow-up*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Syarif menjelaskan sebagai berikut :

“Alhamdulillah untuk kesulitan tidak ada, walaupun ada pasti bisa diatasi, jadi *customer service* mampu memberikan solusi terbaik untuk kami (nasabah)”.¹⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, Ibu Siti juga memberikan penjelasannya sebagai berikut:

“Pernah ada beberapa kesulitan, tapi setelah bertanya dengan customer service saya langsung dibantu dan diarahkan sampai kesulitan/ masalah saya selesai”.²⁰

Sistem akad merupakan sebuah perjanjian/kontrak resmi antara dua pihak atau lebih yang diatur berdasarkan prinsip syariah untuk menjamin keadilan, kejujuran, serta menghindari riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (judi). Sistem ini memastikan transaksi, baik jual beli, kerja sama, maupun titipan, dilakukan secara sah, etis, dan memberikan manfaat halal. Terkait hal tersebut Bapak Syarif memberikan penjelasan pada peneliti sebagai berikut:

“Untuk system akadnya insya alloh sudah paham, karena ketika akad akan dilakukan, saya diberi penjelasan terlebih dahulu oleh customer

¹⁹ Wawancara dengan Bapak Syarif selaku Nasabah Tabungan Haji di BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

²⁰ Wawancara dengan ibu Siti selaku Nasabah Tabungan Haji BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

service sampai saya benar-benar paham dan mengerti akad tersebut”.²¹

Sementara itu Ibu Siti juga menjelaskan kepada peneliti sebagai berikut:

“Alhamdulillah sudah paham, jadi akadnya itu sudah dijelaskan ketika pertama kali saya akan menjadi anggota tabungan haji disini”.²²

Produk tabungan haji di BMT Artha Buana Metro diharapkan dapat membantu calon jemaah merencanakan keuangan secara disiplin, aman, dan syariah untuk membiayai ibadah ke Tanah Suci. BMT Artha Buana Metro memfasilitasi setoran bertahap, memberikan kepastian nomor porsi antrean haji lebih cepat, serta mencegah dana terpakai untuk kebutuhan lain, sering kali dengan fasilitas bebas biaya administrasi. Terkait hal tersebut Bapak Syarif menjelaskan kepada peneliti sebagai berikut :

“Yang jelas sangat membantu, karena kita tidak mungkin jika biaya haji ini akan membayar sekaligus, saya akan merasa berat, jadi tabungan haji ini sangat membantu untuk saya karena bisa nabung disini sedikit-sedikit”.²³

Adapun penjelasan yang sama diberikan oleh Ibu Siti yaitu sebagai berikut :

“Alhamdulillah sangat membantu, jadi kita bisa menyisihkan uang untuk ditabung disini dan kita bisa berangkat haji, kalau egak gitu sepertinya bakal berat untuk ngumpulin uang segitu banyaknya”.²⁴

²¹ Wawancara dengan Bapak Syarifselaku Nasabah Tabungan Haji di BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

²² Wawancara dengan ibu Siti selaku Nasabah Tabungan Haji BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

²³ Wawancara dengan Bapak Syarifselaku Nasabah Tabungan Haji di BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

²⁴ Wawancara dengan ibu Siti selaku Nasabah Tabungan Haji BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa *customer service* BMT Artha Buana Metro telah memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, dimana *customer service* selalu menjalankan tugas sesuai dengan prosedur dan selalu melakukan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun) hal tersebut bertujuan untuk menciptakan pelayanan prima yang ramah, profesional, dan humanis untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Ini mencakup keramahan (senyum, salam, sapa) dan etika (sopan, santun) dalam berinteraksi, menjadikan pelayanan lebih mudah diakses dan membangun kepercayaan publik, terutama dalam sektor pelayanan publik.

2. Peningkatkan Anggota Tabungan Haji

Tabungan haji adalah salah satu layanan yang ditawarkan oleh BMT, bank syariah ataupun lembaga keuangan yang lainnya. Mereka yang ingin menabung untuk haji dan umroh dapat menggunakan tabungan ini. BMT Artha Buana Metro merupakan salah satu BMT yang menyediakan layanan produk tersebut.

Peningkatan anggota tabungan haji merupakan salah satu upaya bank dan lembaga keuangan untuk menarik lebih banyak nasabah agar menabung untuk biaya haji, hal tersebut dilakukan melalui strategi pemasaran digital, kemudahan akses, inovatif, serta peningkatan kualitas pelayanan untuk mempercepat kepemilikan porsi haji dan mempermudah perencanaan keuangan ibadah, seiring meningkatnya minat haji.

Hal ini dijelaskan oleh Bapak Tri Setyorini M.E selaku manager BMT Artha Buana Metro sebagai berikut :

“Dalam peningkatan jumlah anggota tabungan haji kami berupaya memberikan informasi mengenai keunggulan produk yang ada, yaitu kami melakukan inovasi, seperti mempermudah nasabah dalam penggunaan produk tabungan haji serta menjelaskan produk menggunakan prinsip Syariah wadiah yad dhamanah yang mana produk ini bertujuan menjamin keutuhan dana serta bertanggung jawab penuh atas dana tersebut, mengelola dana secara amanah tanpa riba sesuai syariat dengan izin nasabah dan tidak menjanjikan imbalan (bunga)”.²⁵

Selanjutnya hasil wawancara yang lain kepada Bapak Tri Setyorini, M.E yaitu sebagai berikut :

“Untuk anggota tabungan haji sendiri sebenarnya sudah ada peningkatan pertahunnya, namun peningkatan tersebut tidak terjadi secara signifikan”.²⁶

Hal tersebut sejalan dengan penjelasan ibu Siti selaku Nasabah Tabungan Haji BMT Artha Buana Metro sebagai berikut :

“Inisiatif saya yaitu dengan cara Ketika setiap nasabah setoran tabungan ke BMT, selalu menanyakan apakah bapak ibu ada kesulitan dalam penggunaan produk tabungan haji dan umroh belakangan ini dengan sopan, jika ada kendala segera saya bantu serta arahkan karna berhubung nasabah tabungan haji dan umroh mayoritas sudah berumur terkendala transportasi saya arahkan dengan memberikan info layanan antar jemput dengan minimal setoran minimal Rp. 10.000”.²⁷

Keunggulan produk adalah fitur atau nilai tambah unik yang membuat suatu produk lebih menarik dan unggul dibandingkan produk

²⁵ Wawancara dengan Ibu Tri Setyorini M.E selaku Manager BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

²⁶ Wawancara dengan Ibu Tri Setyorini M.E selaku Manager BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

²⁷ Wawancara dengan Saudari Siti Umun Khasanah selaku *Customer Service* BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

pesaing. Hal ini dijelaskan oleh Bapak Tri Setyorini M.E selaku manager

BMT Artha Buana Metro sebagai berikut :

“Dalam Upaya meningkatkan jumlah tabungan haji di BMT Artha Buana kami memberikan keunggulan produk yang kami tawarkan pada nasabah, keunggulan produk tersebut yaitu kami menggunakan akad wadiah *yad dhamanah*, bebas biaya administrasi, bantuan proses pendaftaran dan menggunakan prinsip-prinsip syariah.²⁸

Hal tersebut sejalan dengan penjelasan ibu Siti selaku Nasabah

Tabungan Haji BMT Artha Buana Metro sebagai berikut :

“Adapun dalam meningkatkan anggota tabungan haji yaitu kami juga memberikan keunggulan produk yang kami miliki, yaitu bahwa produk tabungan haji kami ini dikelola dengan akad wadiah *yad dhamanah* berbasis syariah seperti tabungan yang mana dana nasabah itu hanya dititipkan, tidak berbunga ataupun riba, jika tabungan sudah mencukupi untuk keberangkatan. Maka dari pihak BMT Artha Buana Metro akan membantu proses pendaftaran ibadah haji ke Kemenag sampai mendapatkan porsi Haji”.²⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa dalam meningkatkan anggota tabungan haji yaitu pihak BMT Artha Buana Metro melakukan inovasi, yaitu mempermudah akses pada nasabah serta menggunakan prinsip syariah. Selain itu dalam meningkatkan anggota tabungan haji *customer service* di BMT Artha Buana Metro selalu memberikan pelayanan yang baik, yaitu selalu melakukan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun), memberikan bantuan kepada nasabah yang mengalami masalah dan kendala pada tabungan haji ataupun yang lainnya.

²⁸ Wawancara dengan Ibu Tri Setyorini M.E selaku Manager BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026025

²⁹ Wawancara dengan Saudari Siti Umun Khasanah selaku *Customer Service* BMT Artha Buana Metro pada 04 Januari 2026

C. Pembahasan

1. Kualitas Layanan *Customer Service*

Customer service sebagai profesi dengan posisi terdepan yang berkomunikasi langsung dengan nasabah harus bisa memberikan pelayanan prima dan semaksimal mungkin, agar nasabah merasa puas dan lebih loyal atas pelayanan yang diberikan dari bank tersebut.

Customer service adalah posisi jabatan yang bertugas untuk memberikan pelayanan serta kepuasan kepada pelanggan, memberikan informasi dan menyelesaikan keluhan tentang produk yang dihadapi oleh tamu atau nasabahnya. Meski demikian *Customer Service* bukan hanya sekedar melayani tetapi juga berupaya untuk membangun suatu kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Hal tersebut awalnya dimulai sebelum terjadi transaksi dan sesudah terjadi transaksi.

Customer service merupakan bagian yang sangat penting dan berpengaruh pada sebuah bank. Karena *customer service* tersebut berhadapan langsung dengan nasabah atau calon nasabahnya. Maka untuk melihat nasabah puas atau tidaknya tergantung dari pelayanan yang diberikan oleh *customer service*. Sehingga dalam sebuah bank maka *customer service* menjadi ujung tombak utama dalam memberikan kepuasan nasabah agar tertarik untuk menabung.

Kualitas pelayanan mencakup seluruh elemen yang bernilai di segmen pasar yang dituju, meliputi kemampuannya dalam memberikan kegunaan dan rasa puas, baik itu berupa produk fisik, layanan, lembaga,

lokasi, individu, maupun gagasan. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standard kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standard kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen

Dalam memberikan pelayanan, sebuah bank tentu mewajibkan seluruh karyawan dan personal yang ada di dalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik khususnya pelayanan *customer service*, dikarenakan *customer service* adalah personal yang lebih banyak menerima keluhan-keluhan dari pelanggan, tidak sekedar menerima keluhan, namun lebih dari itu mereka harus siap memberikan jalan keluar serta tanggap dalam mengerti keinginan setiap pelanggan yang mereka layani.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pelayanan *customer service* di BMT Artha Buana Metro sudah baik, hal ini diketahui bahwa *customer service* selalu menyambut nasabah dengan senyum, salam, dan sopan santun dalam menjawab setiap keluhan-keluhan yang diberikan oleh nasabah. Selain itu, *customer service* juga mampu memberikan jalan keluar ataupun solusi dari setiap masalah yang dihadapi oleh nasabah.

Selanjutnya *customer service* harus mengedepankan unsur 5S (senyum, salam, sapa, sopan, santun) yang merupakan menjadi bagian penting untuk meningkatkan pelayanan agar para konsumen puas dan loyal terhadap perusahaan. Perilaku dan tanggapan konsumen terhadap layanan kita, tidak bisa dikontrol atau diarahkan. Mereka selalu membandingkan perusahaan satu dengan yang lainnya. Demi terciptanya *service excellent* dibutuhkan tambahan 5S untuk melengkapi keunggulan produk dan layanan sehingga perusahaan mendapat *customer satisfaction*.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *customer service* di BMT Artha Buana Metro telah melakukan pelayanan dengan baik, hal ini dapat dilihat bahwa *customer service* dalam melakukan pelayanan sudah menjalankan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun) dimana *customer service* menyambut dengan senyum, salam, dan sapa saat nasabah datang, selanjutnya *customer service* menanyakan kebutuhan dengan ramah dan mendengarkan dengan seksama, melayani dengan baik, cepat, tepat, dan penuh empati. hal tersebut bertujuan untuk menciptakan pelayanan prima yang ramah, profesional, dan humanis untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Ini mencakup keramahan (senyum, salam, sapa) dan etika (sopan, santun) dalam berinteraksi. Selain itu *customer service* juga mampu melakukan inovasi dan mampu menyelesaikan masalah/ kendala yang di hadapi nasabah dengan baik.

Dengan demikian, pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* tidak luput dari aktivitas interaksi dengan nasabah. Melalui proses

komunikasi tercapainya suatu pemahaman antar sesama. Dalam interaksi antara *customer service* dan nasabah, komunikasi terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Dalam situasi ini, terjadi pertukaran pesan antara *customer service* dengan pelanggan. *Customer service* memiliki tanggung jawab untuk mendengarkan dengan cermat agar dapat membina hubungan yang akrab dengan pelanggan. Komunikasi menjadi kunci untuk mendukung proses pelayanan yang baik dengan memberikan informasi dan memberikan solusi atas sesuatu yang disampaikan nasabah.

2. Peningkatkan Anggota Tabungan Haji

Seorang *customer service* selain sebagai *public relation* yang menjadi pembina hubungan baik dengan masyarakat juga memiliki peran yang esensial ketika memberikan layanan terhadap nasabah. Pada saat melayani nasabah, *customer service* bank harus berusaha menarik minat nasabah dengan cara membujuk calon nasabah untuk menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Customer service* juga harus bisa mempertahankan nasabah lama untuk bertahan sebagai nasabah bank. Oleh karena itu, tugas yang diemban *customer service* menjadi tumpuan kegiatan operasional dunia perbankan.

Customer service memiliki peran krusial sebagai perantara antara perusahaan dengan nasabah, fokus utamanya adalah pada layanan komunikasi. Segala aktivitas perusahaan yang terkait dengan memberikan layanan jasa kepada nasabah diintegrasikan dalam fungsi *customer service*. Dalam meningkatkan pelayanan pada suatu perusahaan, *customer service*

memiliki peran yang begitu penting. Fungsinya menarik pelanggan baru agar tertarik menjadi pelanggan dan juga dalam membangun hubungan yang lebih akrab dengan pelanggan. Selain itu, *customer service* berperan dalam usaha mendapatkan pelanggan baru melalui pendekatan-pendekatan yang persuasif.

Salah satu cara dalam dunia perbankan agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah yang sebanyak-banyaknya. Peningkatan jumlah nasabah merupakan aspek yang paling penting untuk dilakukan melalui pemberian pelayanan yang baik karena dengan pelayanan yang baik mampu memberikan dampak yang positif bagi jumlah nasabah yang didapatkan. Suatu bank akan berhasil jika memberikan pelayanan terbaiknya dan mampu membuat nasabah merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Selain itu bank juga harus mampu memasarkan produknya dengan baik dan menyediakan jasa yang berkualitas, karena sejatinya nasabah yang merasa benar-benar puas atas pelayanan yang diberikan akan mampu mempertahankan nasabah yang lama untuk tetap membeli produk yang ditawarkan oleh bank tersebut. Nasabah lama juga bisa memberikan rekomendasi kepada orang lain serta akan mampu pula untuk menarik calon nasabah baru untuk mencobanya.

Untuk mendukung pencapaian tujuan perusahaan/bank dalam meningkatkan jumlah nasabah, disini karyawan *customer service* tidak hanya menjalankan tugas yang dirumuskan oleh perusahaan saja, akan

tetapi disini karyawan *customer service* juga melakukan beberapa point bentuk upaya, diantaranya yaitu:

- a. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah dengan tujuan untuk menyenangkan dan memuaskan nasabah dengan layanan yang telah diberikan oleh karyawan *customer service*.
- b. Melakukan *cross selling* merupakan sebuah penjualan yang sangat memikat, karena melalui cara ini akan memungkinkan untuk penjualan kembali setelah penjualan awal dilakukan. Karyawan *customer service* harus memiliki pengetahuan umum tentang bentuk produk serta layanan yang ada di bank. Hal ini dikarenakan kesempatan untuk mengembangkan hubungan nasabah yang baik dapat dimanfaatkan untuk melakukan *cross selling* produk perbankan kepada nasabah yang datang ke meja *customer service* dengan menggunakan teknik *marketing tools*.
- c. Melakukan evaluasi dengan cara *role play* merupakan salah satu bentuk evaluasi yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dalam memberikan layanan kepada nasabah, dimulai dari senyum, salam, sapa, berbicara, mengenalkan produk hingga mengakhiri pelayanan dengan mengucapkan terimakasih.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terjadi peningkatan jumlah anggota tabungan haji di BMT Artha Buana Metro, namun peningkatan tersebut tidak terjadi secara signifikan, hal tersebut dikarenakan banyaknya persaingan antar BMT ataupun lembaga keuangan

yang lainnya. Namun dengan demikian, BMT Artha Buana Metro terus berupaya melakukan peningkatan jumlah anggota tabungan haji dengan berupaya memberikan pelayanan terbaik melalui *customer service*, serta terus melakukan inovasi dan meningkatkan keunggulan produk tabungan haji untuk terus mendapatkan nasabah yang baru dan mempertahankan nasabah yang lama.

Dengan demikian, jumlah nasabah pada suatu perusahaan perbankan ditentukan oleh baik atau buruknya layanan yang sudah dijalankan. Karakteristik pelayanan yang baik yaitu dengan memberikan kemampuan memuaskan nasabah, mempunyai karyawan yang profesional, tersedianya sarana dan prasarana yang baik, tersedianya segala produk yang dibutuhkan oleh nasabah, mampu melayani secara cepat dan tepat, serta harus mengetahui secara matang mengenai bentuk layanan serta produk bank dengan apik, dan mampu mewariskan kepercayaan untuk nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan *customer service* di BMT Artha Buana Metro telah mampu meningkatkan anggota tabungan haji pada setiap tahunnya, namun peningkatan tersebut tidak terjadi secara signifikan. Adapun peningkatan anggota tabungan haji di BMT Artha Buana Metro terjadi karena *customer service* selalu menjaga dan berusaha meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah, dimana *customer service* selalu melakukan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun) saat melakukan pelayanan kepada nasabah. Selanjutnya *customer service* akan selalu menanyakan keperluan atau kebutuhan yang diinginkan oleh setiap nasabah. Selain itu *customer service* juga telah mampu memberikan penjelasan pada setiap kendala ataupun masalah yang dihadapi oleh setiap nasabah, kemudian *customer service* telah mampu membantu dan memberikan solusi secara baik pada setiap kendala yang di hadapi oleh masing-masing nasabah. Selain itu, dalam peningkatan jumlah anggota tabungan haji, BMT Artha Buana Metro juga menggunakan dasar hukum Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Fatwa DSN-MUI Nomor:15/DSN-MUI/IX/2000, dimana penarikan dana simpanan hanya dapat dilakukan sesuai dengan kondisi tertentu yang telah disepakati, dengan demikian para nasabah tidak takut untuk melakukan tabungan haji di BMT Artha Buana Metro.

B. Saran

1. Bagi *customer service* diharapkan mampu mempertahankan layanan yang sudah dijalankan dan mampu meningkatkan lagi kualitas layanan kepada nasabah agar dapat memberikan peningkatan tabungan haji pada BMT Artha Buana Metro secara signifikan.
2. Bagi BMT Artha Buana Metro, diharapkan untuk tetap memberikan keunggulan produk pada nasabah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat menggali lebih dalam mengenai layanan *customer service* untuk selanjutnya disempurnakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Gozali, Halal, Berkah, *Bertambah Mengenal Dan Memilih Produk Investasi Syariah*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004).
- Ascarya, *Akad Produk Bank Syariah: Konsep dan Praktek di Beberapa Negara*, (Jakarta: Bank Indonesia, 2006).
- Awaluddin, *Menejemen Bank Syariah*, (Makasar : Alauddin University Press, 2011).
- Azharsyah Ibrahim, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Banda Aceh : Ar-Raniry Press, 2021).
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014).
- Dede Imadudin, *Mengenal Haji*, (Mitra Aksara Panaitan, 2011).
- Dedi Rianto Rahadi & Alda Amelia Majid, Kompetensi Peran Customer Service Dalam Mendukung Pelayanan Kepada Konsumen, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 19, No. 2, November 2020.
- Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji Dan Umrah, *Laporan Kinerja Tahun 2023*, (Jakarta : Kementerian Agama Republik Indonesia, 2024)
- Evita Premila Djilham Nuhqila, “Pengelolaan Tabungan Haji Perspektif Hukum Perjanjian Syariah”, *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, Vol 18 No 1, Juni 2020.
- Fadhallah, *Wawancara*, (Jakarta : UNJ Press, 2021).
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Pemasara*, (Yogyakarta: Andi Ofsed, 2012)
- Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Surakarta: Cakra Books, 2014).
- Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta : CV. Pustaka Ilmu, 2020).
- <https://haji.go.id/berita/siaran-pers-kemenhaj-terapkan-penentuan-kuota-dengan-transparan-dan-berkeadilan-1762771429647>, diakses pada 19 November 2025, Pukul 17.18 WIB
- <https://kemenag.go.id/nasional/kuota-2024-terbesar-sepanjang-sejarah-penyelenggaraan-ibadah-haji-ZWHXG>, diakses pada 19 November 2025, Pukul 17.10 WIB

- Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2013).
- Johan Setiawan Albi Anggito, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cetakan Pertama (Jawa Barat : CV. Jejak, 2018).
- Joni & Fikri, P.D, “Analisis Peran Customer Service di Bank BNI Syariah KCP Plered”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 1, Mei 2019.
- Kasmir, *Customer Service Excellent*, (Jakarta:Rajawali Pers,2017).
- , *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005).
- , *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008).
- Kumpulan Artikel Hasil Penelitian dari Jurnal Stategic, *Manajemen Bisnis (Berbasis Hasil Penelitian)*, Cetakan Satu Tahun 2007, (Bandung: Alfabeta, 2006).
- M. Basyuni, Muhammad, *Reformasi Manajemen Haji*, (Jakarta: FDK Press, 2008)
- M. Sholahuddin and Siti Sulaikho, *Fiqih Ibadah*, (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021).
- Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Cetakan Pertama, (Jawa Timur : Unitomo Press, 2019).
- Mona Rizki Meldiani & Dedi Rianto Rahadi, “Peran Customer Service Dalam mendukung kompetensi Pegawai Pada Perusahaan”, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, Vol. 4, No. 3, 2020.
- Mugi Rahardjo, *Pemasaran Lembaga Keuangan Perbankan*, (Surakarta: LPP UNS dan UNS Press, 2009).
- Muhammad Fachmi, *Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah; Analisis Kasus Melalui Riset Di Industri Asuransi Jiwa*, Cet. 1 (Malang: CV. Pustaka Learning Center, 2020).
- Muhammad Syafei Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Cet Ke-1, (Jakarta : Gema Insani Press, 2001)
- Nik Haryanti, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Bandung : Manggu Makmur Tanjung Lestari, 2019).
- Nur Ali, “Penilaian Kinerja Teller pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCP Metro Dalam Memberikan Pelayanan Terhadap Nasabah” *Skripsi*, (Metro : Institut Agama Islam Negeri, Metro, 2017).

- Nur Indah Tri Wajanti dan Kartika Dewi, *Praktek Mini Bank Syariah Salam Bris*, (Malang: Media Nusa Creativ, 2015).
- Rismawati Saputri, “Program Studi Manajemen Dakwah Jurusan Manajemen Dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi”, *Skripsi* (Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2025)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2021).
- , *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2013).
- , *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Sepuluh (Bandung: Alfabeta,2017).
- Sukamto dan Siti Musfiqoh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Syariah*, (Malang : PT. Literasi Nusantara Abadai Grup, 2022).
- Sulasi Rongiyati, “Perspektif Yuridis Pengelolaan Dana Haji Untuk Investasi Infrastruktur”, *Majalah Hukum Singkat Hukum*, Vol. IX, No. 15/I/Puslit/Agustus/2017.
- Tata Sukayat, *Manajemen Haji, Umrah, dan Wisata Agama*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016)
- Vera Erlinda Dan Haroni Doli, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Bank Oleh Nasabah Tabungan Haji (Studi Kasus: Peserta Bimbingan Manasik Haji Aziziah Kec. Medan Johor)”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Volume 1, Nomor 3, 2013.
- Vinny Ribka Bolang, dengan judul “Peran Pelayanan Teller dan Cutomer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado”. *Skripsi*, (Manado : Universitas Islam Negeri Manado, 2016).
- Wiwik Sulistiyowati, *Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*, (Sidoarjo: UMSIDA Press, 2018).
- Yeyen Priyanti, “Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi’ah Pada BSI KCP Palembang Merdeka”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, Vol. 1, No. 2 September 2021.

LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara No.118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297; Faksimili (0725) 47296; www.uinjusila.ac.id; humas@uinjusila.ac.id

Nomor : B-0080/In.28.1/J/TL.00/01/2026
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Enny Puji Lestari (Pembimbing 1)
Enny Puji Lestari (Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **DIAH MELATI**
NPM : 1903020013
Semester : 14 (Empat Belas)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : KUALITAS LAYANAN CUSTOMER SERVICE DALAM
MENINGKATKAN ANGGOTA TABUNGAN HAJI DI BMT ARTHA
BUANA METRO

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 22 Januari 2026
Ketua Jurusan,



Anggoro Sugeng
NIP 199005082020121011

OUTLINE

KUALITAS LAYANAN COSTUMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN ANGGOTA TABUNGAN HAJI DI BMT ARTA BUANA METRO

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

PERSETUJUAN

PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINALITAS PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Kualitas Layanan
 1. Pengertian Kualitas Layanan
 2. Indikator Kualitas Layanan
 3. Karakteristik Pelayanan
- B. Tabungan Haji
 1. Pengertian Tabungan Haji
 2. Dasar Hukum Tabungan Haji
 - a. Peraturan Undang-undang
 - b. Fatwa DSN-MUI

3. Tujuan Tabungan Haji
 4. Akad Tabungan Haji
- C. *Customer Service*
1. Pengertian *Customer Service*
 2. Tugas dan Fungsi *Customer Service*
 3. Standar Layanan *Customer Service*
 4. Peranan *Customer Service*

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
 1. Jenis Penelitian
 2. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
 1. Sumber Primer
 2. Sumber Sekunder
- C. Teknik Pengumpulan Data
 1. Metode Interview
 2. Metode Dokumentasi
- D. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- E. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian
- B. Kualitas Layanan *Costumer Service* dalam Meningkatkan Anggota Tabungan Haji Di BMT Arta Buana Metro
- C. Pembahasan

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,

Metro, Desember 2025
Peneliti,


Enny Puji Lestari, M.E., Sy
NIP. 198106132025212002


Dial Melati
NPM. 1903020013

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

KUALITAS LAYANAN COSTUMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN ANGGOTA TABUNGAN HAJI DI BMT ARTA BUANA METRO

A. Wawancara

1. Wawancara dengan Manajer BMT Artha Buana Metro

- a. Bagaimana sejarah singkat BMT Artha Buana Metro ?
- b. Apa Visi Misi BMT Artha Buana Metro ?
- c. Sejak kapan produk Tabungan Haji dioperasikan di BMT Artha Buana Metro ?
- d. Apa dasar Hukum Akad yang digunakan di Tabungan Haji di BMT Artha Buana Metro? dan apakah sudah sesuai dengan Fatwa DSN-MUI ?
- e. Berapa jumlah anggota Tabungan Haji di BMT Artha Buana Metro pada tahun ini ?
- f. Apakah ada peningkatan jumlah anggota Tabungan Haji setiap tahunnya ?
- g. Sistem pemasaran serta pelayanan apa yang diterapkan oleh tim di BMT Artha Buana Metro dalam upaya meningkatkan jumlah anggota Produk Tabungan Haji ?
- h. Bagaimana cara meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah pada Tabungan Haji di BMT Artha Buana Metro?
- i. Inovasi apakah yang telah dilakukan BMT Artha Buana Metro dalam hal pelayanan, khususnya pelayanan nasabah Tabungan Haji?
- j. Apakah Costumer Service boleh melakukan inovasi diluar aturan yang telah ditetapkan dalam upaya meningkatkan minat anggota Tabungan Haji ?

2. Wawancara dengan *Costumer Service* BMT Artha Buana Metro

- a. Bagaimana cara pelayanan Anda dalam menyampaikan informasi serta mempromosikan produk Tabungan Haji Kepada Nasabah sebagai *Costumer Service* di BMT Artha Buana Metro ?
- b. Apa sajakah yang dibutuhkan nasabah untuk membuat Rekening Tabungan Haji di BMT Artha Buana Metro ?
- c. Apakah dalam Proses Pelayanan anda selalu memberikan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun) kepada setiap nasabah?
- d. Apa inisiatif Anda untuk mengetahui kebutuhan nasabah pada Tabungan Haji?
- e. Bagaimana cara anda dalam menjelaskan kepada nasabah tentang keunggulan produk Tabungan Haji yang ditawarkan BMT Artha Buana Metro?
- f. Apakah dasar Hukum Akad dalam proses pelayanan pada Produk Tabungan Haji sudah sesuai dengan Fatwa DDSN-MUI?

3. Wawancara dengan Anggota Tabungan Haji

- a. Sejak kapan Anda menjadi Anggota Tabungan Haji di BMT Artha Buana Metro?
- b. Apakah *Costumer Service* selalu memberikan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun) dalam setiap pelayanan?
- c. Apakah *Costumer Service* mampu menjelaskan kepada Anda tentang keunggulan produk Tabungan Haji ?
- d. Bagaimana kualitas pelayanan customer service dalam menyampaikan informasi tentang produk Tabungan Haji?
- e. Apakah Bapak/Ibu menemukan kesulitan pada mekanisme produk Tabungan Haji ditawarkan BMT Artha Buana Metro ?
- f. Apakah Bapak/Ibu memahami sistem akad yang digunakan pada produk tabungan haji di BMT Artha Buana Metro ?
- g. Apakah Tabungan Haji di BMT Artha Buana Metro sangat membantu Anda?

B. Dokumentasi

1. Dokumen profil dan produk BMT Artha Buana Metro
2. Brosur produk BMT Artha Buana Metro
3. Data anggota Tabungan Haji BMT Artha Buana Metro
4. Dokumentasi wawancara dengan pihak BMT Artha Buana Metro dan anggota Tabungan haji

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,



Enny Puji Bestari, M.E., Sy.
NIP. 198106132025212002

Metro, 12 Januari 2025
Peneliti,



Dian Melati
NPM. 1903020013



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBRANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No.118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297; Faksimili (0725) 47296; www.uinjusila.ac.id; humas@uinjusila.ac.id

Nomor : B-0130/In.28/D.1/TL.00/01/2026
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN BMT ARTHA BUANA
METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0131/In.28/D.1/TL.01/01/2026,
tanggal 29 Januari 2026 atas nama saudara:

Nama : **DAH MELATI**
NPM : 1903020013
Semester : 14 (Empat Belas)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada PIMPINAN BMT ARTHA BUANA METRO bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BMT ARTHA BUANA METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KUALITAS LAYANAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN ANGGOTA TABUNGAN HAJI DI BMT ARTHA BUANA METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 29 Januari 2026
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS)

BMT ARTHA BUANA METRO

Badan Hukum Nomor : 846/PAD/III.11/KIb.1/IX/2015

Akte Nomor 08 tanggal 03 September 2015



Alamat : Jalan. RA. Kartini 28 Kelurahan Purwosari Kecamatan Metro Utara Kota Metro Telepon :0725 7855 019

Nomor : 072/KSPPS.BMT.ABM/UM/XI/2026
Lampiran : -
Perihal : **Balasan Izin Research**

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung
di-
Tempat

Assalaamu'alaikum. Wr. Wb.

Salam silaturahmi kami sampaikan semoga kita senantiasa dalam lindungan Allah swt dan selalu sukses dalam menjalankan segala aktivitas. Amiin.

Selanjutnya, menindaklanjuti surat permohonan izin research atas nama :

Nama : Diah Melati
NPM : 1903020013
Status : Mahasiswa Perbankan Syariah UIN JUSILA
Judul : "Kualitas Layanan CS Dalam Meningkatkan Anggota Tabungan Haji di KSPPS BMT Artha Buana Metro "

Dengan ini kami memberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai dengan judul Skripsi yang akan diambil pada KSPPS BMT Artha Buana Metro.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan atas kerjasamanya diucapkan terimakasih.

*Wallaahul Muwafiq Ilaa Aqwamith Thaariq
Wassalaamu'alaikum. Wr. Wb.*

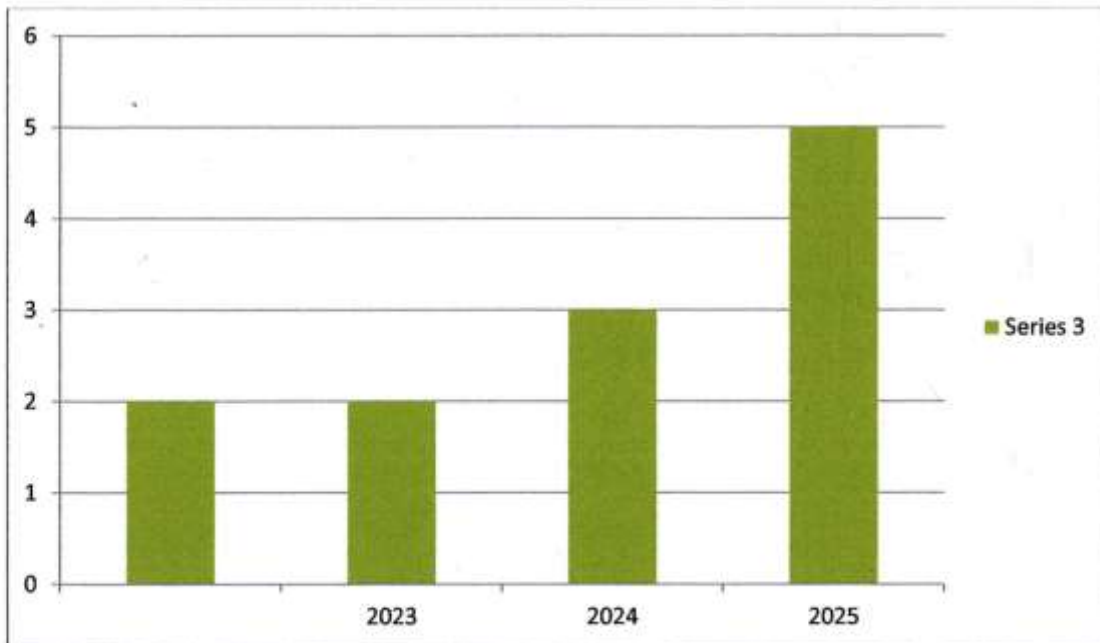
03 Februari 2026
KSPPS BMT ARTHA BUANA METRO

B.i.T. Tri Setyo Rini, M.E.
Manager

**DATA ANGGOTA SIMPANAN HAJI DAN UMRAH KONSOLIDASI
KSPPS BMT ARTHA BUANA METRO**

a. Anggota Simpanan Haji Dan Umrah Konsolidasi KSPPS BMT Artha Buana Metro

No.	Tahun	Jumlah Anggota	Keterangan
1	2023	37	-
2	2024	44	-
3	2025	45	-



Metro, 20 November 2025
KSPPS BMT Artha Buana Metro



NANI AISAH, S.Pd.
Kabag Operasional



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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : DIAH MELATI
NPM : 1903020013
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **KUALITAS LAYANAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN ANGGOTA TABUNGAN HAJI DI BMT ARTHA BUANA METRO** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 21%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 9 Februari 2026
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Anggoro Sugeng, SEI., M.Sh.Ec

NIP.199005082020121011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
UNIT PENUNJANG AKADEMIK PERPUSTAKAAN
NPP: 1807062F0000001**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No. 118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297, 42775; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-049/Un.36/S/U.1/OT.01/1/2026**

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung menerangkan bahwa :

Nama : DIAH MELATI
NPM : 1903020013
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung Tahun Akademik 2025/2026 dengan nomor anggota 1903020013.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 29 Januari 2026
Kepala Perpustakaan

Aini Gultoni, S.I.Pust.
NIP. 19920428 201903 1 009





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Diah Melati
NPM : 1903020013

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI
Semester / T A : X/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	02/25 /06	Data kelera ada ? → di Lham → Peran buku muslim di Lham ? → cari Buku induk di bab II - → metoden gunakan metoden ekonomi. → sumber data primer ↓	

Dosen Pembimbing,

Enny Puji Lestari, M.E.Sy
NIDN. 20133068103

Mahasiswa Ybs,

Diah Melati
NPM. 1903020013



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI (UIN) JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Diah Melati

Prodi/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 1903020013

Semester / T A : XIII/ 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	09 Sep 2025	<p>- Bab I, II, III belum ditemukan korelasi masalah, teori, dan metode.</p> <p>- Teori yang digunakan akan apa? Konsisten dengan masalahnya apa?</p> <p>- Buku teori dan lain-lain.</p> <p>- Sumber data primer siapa?</p>	

Dosen Pembimbing

Enny Puji Lestari, M.E.Sy
NIP. 198106132025212002

Mahasiswa Ybs,

Diah Melati
NPM. 1903020013



FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Diah Melati
NPM : 1903020013

Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
Semester / T A : XI / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis / 7/24. //	<p>1. Bm tentang masalah</p> <p>- Data diperlukan yang kebutuhan masalah.</p> <p>→ 1. Teori dan buku mark .</p> <p>→ 2. Penelitian Kolom fokus penelitian dimungkinkan.</p> <p>→ 1. Teori tentang BMT . Terkait apa . Teknis, pembiayaan / Peperti .</p>	

Dosen Pembimbing

Enny Puji Lestari, M.E.Sy
NIDN. 20133068103

Mahasiswa Ybs,

Diah Melati
NPM. 1903020013



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : syariah.lain@metrouniv.ac.id
Website : www.syariah.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Diah Melati
NPM : 1903020013

Fakultas/Prodi : FEBI/PBS
Semester/TA : XIII/ 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Jember 25 13 / 10	Att Bab I - III lanjutkan ke proses tahap selanjutnya.	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Enny Puji Lestari, M.E., Sy
NIP. 198106132025212002

Diah Melati
NPM. 1903020013



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : syariah.iain@metrouniv.ac.id
Website : www.syariah.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : DIAH MELATI
NPM : 1903020013

Fakultas/Prodi : FEBI/PBS
Semester/TA : XIII/ 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<p>Out line Tambahkan supper linkun .</p> <p>1. App. marketing teori • interaktifnya di menyusun pertanyaan. • permainan dengan latihan teori dan penerapan masalah.</p>	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Enny Puji Lestari, M.E., Sy
NIP. 198106132025212002

Diah Melati
NPM. 1903020013



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI (UIN) JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Diah Melati Prodi/Fakultas : PBS/ FEBI
NPM : 1903020013 Semester / T A : XIII/ 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		Acc ### . out line, lanjutkan. ke APD sesuaikan dengan teori u/ menjadi pisan analisis.	

Dosen Pembimbing

Enny Puji Lestari, M.E.Sy
NIP. 198106132025212002

Mahasiswa Ybs,

Diah Melati
NPM. 1903020013



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI (UIN) JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Diah Melati Prodi/Fakultas : PBS/ FEBI
NPM : 1903020013 Semester / T A : XIII/ 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabun 19/2016 101	Ada APO lanjutkan ke proses selanjutnya.	

Dosen Pembimbing

Erny Puji Lestari, M.E.Sy
NIP. 198106132025212002

Mahasiswa Ybs,

Diah Melati
NPM. 1903020013



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : syariah.lain@metrouniv.ac.id
Website : www.syariah.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : DIAH MELATI
NPM : 1903020013

Fakultas/Prodi : FEBI/PBS
Semester/TA : XIII/ 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	04 Februari 2026	- AOC Bab IV & V - lanjutkan ke proses selanjutnya.	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Eddy Puji Lestari, M.E., Sy
NIP. 198106132025212002

Diah Melati
NPM. 1903020013



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBARA SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Email:stainjusila@stainmetro.ac.id,
website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Diah Melati
NPM : 1903020013

Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
Semester / T A : XIV/ 2026

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	21/2026 101	- Ace Bab IV - Lanjutkan ke Abstrak dan Bab V	
	28/26 1	Bab V, sesuaikan dengan Hasilnya, lihat rumusan masalah !.	

Dosen Pembimbing

Enny Puji Lestari, M.E.Sy.
NIDN. 20133068103

Mahasiswa Ybs,

Diah Melati
NPM. 1903020013

DOKUMENTASI



RIWAYAT HIDUP



Peneliti Bernama Diah Melati, Lahir di Tj.Harapan, Seputih Banyak, Lampung Tengah pada tanggal 14 Februari 2001. Peneliti merupakan anak pertama putri dari pasangan Bapak Suhardi dan Ibu Siti Kiptiyah. Peneliti memulai Pendidikan sekolah dasar di SDN 08 Metro Selatan, Desa Sumbersari, Kecamatan Metro Selata, Kabupaten Kota Metro, Lampung. Ia melanjutkan Pendidikan di SMP Kartikatama Metro Desa Margorejo, Kecamatan Metro Selatan, Kabupaten Kota Metro, Lampung, dan kemudian melanjutkan di SMA Kartikatama Metro dengan jurusan IPS yang mana masih dibawah naungan Yayasan yang sama dengan SMP Kartikatama Metro, lulus pada tahun 2019. Peneliti melanjutkan Pendidikan kejenjang ke perguruan tinggi negeri dan mengambil jurusan S1 Perbankan Syariah , Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam di Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung. Peneliti memiliki cita cita dalam menempuh Pendidikan dibangku perkuliahan ini agar dapat menyelesaikan dengan hasil memuaskan dan melanjutkan cita-cita orang tua yang bisa menyekolahkan anak perempuannya sampai mempunyai gelar sarjana.