

**PENGARUH NILAI BUDAYA DAN PERSEPSI  
MASYARAKAT TERHADAP STRATEGI PELAYANAN  
DENGAN KONSEP *SERVICE EXCELLENCE* DALAM  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**  
*(Pada Nasabah BMT Fajar Cabang Bandar Lampung)*

**SKRIPSI**

**Zubaidah  
NPM : 1951020240**



**Program Studi : Perbankan Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1445 H/ 2023 M**

**PENGARUH NILAI BUDAYA DAN PERSEPSI  
MASYARAKAT TERHADAP STRATEGI PELAYANAN  
DENGAN KONSEP *SERVICE EXCELLENCE* DALAM  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

*(Pada Nasabah BMT Fajar Cabang Bandar Lampung)*

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S1)  
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam (S.E)**



**Pembimbing I : Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E.**

**Pembimbing II: Diah Mukminatul Hasimi, M.E., Sy.**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1445 H/ 2023 M**

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kondisi persaingan lembaga keuangan mikro syariah khususnya di BMT yang dari waktu ke waktu semakin ketat, sehingga setiap BMT harus menciptakan strategi pelayanan yang baru agar dapat mempertahankan dan meraih mangsa pasar yang lebih luas serta dapat meningkatkan kepuasan anggota yakni berdasarkan faktor nilai budaya dan persepsi masyarakat. Tujuan penelitian ini ialah mengetahui pengaruh nilai budaya dan persepsi masyarakat terhadap strategi pelayanan dengan konsep service excellence di BMT Fajar Cabang Bandar Lampung baik secara persial maupun simultan dan berdasarkan perspektif ekomoni islam.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sifat asosiatif kausal. Menggunakan metode kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Populasinya ialah Nasabah BMT Fajar Cabang Bandar Lampung, dengan sampel sebanyak 40 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan Metode purposive sampling yaitu dengan kriteria nasabah aktif dan berdomisili di Bandar Lampung.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan uji t (persial) menunjukkan bahwa Nilai Budaya tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi pelayanan dengan konsep service excellence. Persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi pelayanan dengan konsep service excellence. Hasil analisis menggunakan uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel nilai budaya dan persepsi masyarakat secara bersama sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap strategi pelayanan dengan konsep service excellence di BMT Fajar Cabang Bandar Lampung.

**Kata Kunci :** Nilai Budaya, Persepsi Masyarakat, *Service Excellent*

## **ABSTRACT**

*This research is motivated by the competitive conditions of sharia microfinance institutions, especially in BMT, which from time to time is getting tighter, so that each BMT must create new service strategies in order to maintain and reach a wider market target and can increase member satisfaction, namely based on value factors. culture and public perception. The aim of this research is to determine the influence of cultural values and community perceptions on service strategies with the concept of service excellence at BMT Fajar Bandar Lampung Branch, both partially and simultaneously and based on an Islamic economic perspective.*

*This research is quantitative research with causal associative properties. Using a questionnaire method that has been tested for validity and reliability. The population is BMT Nasabah Fajar Bandar Lampung Branch, with a sample of 40 respondents. The sampling technique uses Medote purposive sampling, namely with the criteria of active customers and domiciled in Bandar Lampung.*

*Based on the results of the analysis using the  $t$  test (partial), it shows that Cultural Values do not have a positive and significant effect on service strategies with the concept of excellent service. Public perception has a positive and significant influence on service strategies with the concept of excellent service. The results of the analysis using the  $F$  test (simultaneous) show that the variables of cultural values and community perception together have a significant influence on service strategies with the concept of excellent service at BMT Fajar Bandar Lampung Branch.*

**Keywords: Cultural Values, Community Perception, Excellent Service**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jl. Lethol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289*

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi** : Pengaruh Nilai Budaya dan Persepsi Masyarakat Terhadap Strategi Pelayanan dengan Konsep *Service Excellence* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Pada Nasabah BMT Fajar Cabang Bandar Lampung )

**Nama** : Zubaidah

**NPM** : 1951020240

**Program Studi** : Perbankan Syariah

**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

**Pembimbing I**

Dr. Ahmad Habibi, SE., M.E.  
NIP. 197905142003121003

**Pembimbing II**

Diah Mukminatul Hasimi, M.E., Sy  
NIP. 201601021990828119

**Mengetahui,**  
**Ketua Prodi Perbankan Syari'ah**

Any Eliza, SE., M.Ak., Akt.  
NIP. 198308152006042004



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289*

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul “Pengaruh Nilai Budaya dan Persepsi Masyarakat Terhadap Strategi Pelayanan dengan Konsep *Service Excellence* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Pada Nasabah BMT Fajar Cabang Bandar Lampung)”. Disusun oleh Zubaidah, NPM: 1951020240, jurusan Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal : **Senin, 20 November 2023.**

**TIM PENGUJI**

**Ketua : Dr. Ridwansyah, M.E., Sy.**

**Sekretaris : Gustika Nurmalia, M.Ek**

**Penguji I : Vicky F Sanjaya, M.Sc**

(.....)

**Penguji II : Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E.**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A.  
NIP. 197009262008011008**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat : Jl. Letkol. Hl. Endro Suratmin Sukarame I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung*

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zubaidah  
NPM : 1951020240  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ Pengaruh Nilai Budaya dan Persepsi Masyarakat terhadap Strategi Pelayanan dengan Konsep *Service Excellent* dalam Perspektif Ekonomi Islam ( Pada Nasabah BMT Fajar Cabang Bandar Lampung)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikat ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipahami.

Bandar Lampung, Oktober 2023  
Penulis



Zubaidah  
NPM. 1951020240

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ  
الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا  
فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ

*“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji”*

( Q.S Al-Baqarah ayat 267)



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, kekuatan, nikmat dan kasih sayang-Nya, sehingga pada akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam juga tidak lupa saya haturkan kepada Rasulullah Muhammad SAW,. Atas izin Allah SWT, saya dapat mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang tersayang yang telah memberikan motivasi dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan ini akan saya persembahkan karya sederhana saya ini :

1. Untuk kedua orang tuaku yang sangat hebat. Ayahanda Asdin dan Ibunda Eni Marlina, yang telah memberikan dukungan moril maupun material. Terimakasih untuk setiap kepercayaan yang diberikan kepada Penulis. Terimakasih karena sudah membuat segalanya menjadi mungkin sehingga penulis bisa sampai pada tahap dimana skripsi ini akhirnya selesai. Terimakasih atas segala pengorbanan, nasihat, serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan penulis, karena tiada kata seindah lanjutan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang tercapai dari orang tua. *Once again, thankyou so much I'm pround of you! Stay healthy my strongest women and man.* Harus selalu temani disetiap perjalanan dan pencapaian hidup penulis.
2. Untuk saudara kandungku, Nopri Aspendi, Medriansya , Tri Septiana dan Muhammad Subih. Terimakasih atas segala dukungan dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis. Terimakasih telah menjadi panutan untuk semangat menuntut ilmu. Semoga kita selalu berada dalam balutan cinta dan kasih serta lindungan-Nya dan menjadi manusia yang bermanfaat dunia dan akhirat.

Untuk saudara ipar dan keponakan-keponakanku tersayang serta sanak saudara yang tidak bisa disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas semangat dan dukungannya untuk menyelesaikan skripsi ini.

3. Untuk Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung yang selama ini telah mendidik baik dari segi ilmu pengetahuan dan agama serta telah memberikan pengalaman yang sangat berharga untuk bekal kedepannya.



## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Zubaidah, lahir pada tanggal 01 Oktober 2001 di Lorong Pompa Kecamatan Tebing-Tinggi Kabupaten Empat Lawang Provinsi Sumatera Selatan. Merupakan anak ke lima dari lima bersaudara dari pasangan Bapak Asdin dan Ibu Eni Marlina. Memulai pendidikan pada tahun 2007, di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 06 Tebing Tinggi dan menyelesaikan pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 01 Tebing Tinggi selesai pada tahun 2016. Selanjutnya melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 01 Tebing Tinggi dan menyelesaikannya pada Maret 2019. Kemudian melanjutkan Program S-1 Ekonomi Islam (FEBI) Jurusan Perbankan Syariah di UIN Raden Intan Lampung pada Agustus 2019.



## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya berupa ilmu pengetahuan, petunjuk dan kesehatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Nilai Budaya dan Persepsi Masyarakat terhadap Strategi Pelayanan dengan Konsep *Service Excellence* Pada Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Pada Nasabah BMT Fajar Cabang Bandar Lampung)**". Shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW dan juga keluarga, sahabat, serta kita sebagai pengikut beliau yang insyaAllah mendapat syafaatnya di *yaumul kiyamah* nanti. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata Satu (S1) di UIN Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu syariah.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Dengan hati yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap masalah-masalah akademik mahasiswa.
2. Ibu Any Eliza, S.E., M.Ak. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan arahan selama masa studi di Jurusan

Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

3. Bapak Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E. selaku pembimbing I dan Ibu Diah Mukminatul Hasyim, M.E.Sy. selaku pembimbing II yang dengan tulus telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Bapak ibu dosen Jurusan Perbankan Syariah dan seluruh pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
5. Bapak Nikmatullah, Kepala Cabang BMT Fajar Cabang Bandar Lampung yang telah memberikan izin penelitian serta memberikan bimbingan serta pengarahan dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh Pengurus BMT Fajar Cabang Bandar Lampung, yang telah memberikan waktu, tenaga, dan informasi demi terselesaikannya skripsi ini.
7. Nasabah BMT Fajar Cabang Bandar Lampung, yang telah memberikan waktu, tenaga dalam mengisi angket penelitian dalam skripsi ini.
8. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Asdin dan Ibu Eni Marlina yang tak henti-hentinya memberikan do'a dan semangat.
9. Sahabat-sahabatku, Dita Hydayah , Ira Adelia, Derra Asih Setiani, Raina Amira Salsabilla, Febriana Wardiah Ningsih dan yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih selama ini telah menjadi teman terbaik dalam bertukar informasi, berbagai keluh kesah dan keceriaan, serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Teman-teman seperjuangan Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2019, khususnya Perbankan Syariah Kelas E yang telah berjuang bersama-sama dalam proses perkuliahan, serta yang selalu memberikan dukungan dan semangat.

Semua pihak yang tidak disebutkan namanya, penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi orang lain dan dapat memberikan kontribusi kepada pihak yang terkait. Selanjutnya penulis mengucapkan mohon maaf atas segala khilaf baik perkataan maupun perbuatan baik disengaja maupun tidak dan kepada Allah SWT kami mohon ampunan.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Penelitian .....	3
C. Identifikasi Masalah dan batasan Masalah .....	15
D. Rumusan Masalah.....	15
E. Tujuan Penelitian .....	16
F. Manfaat Penelitian .....	16
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	17
H. Siatematika Penulisan .....	27
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS</b> 29	
A. <i>Grand Theory</i> .....	29
B. Pengertian Konsep dan Nilai Budaya .....	32
1. Konsep Nilai .....	32
2. Sistem Nilai.....	34
3. Nilai Budaya .....	36
4. Indikator Nilai Budaya.....	37

C.	Persepsi Masyarakat .....	39
1.	Pengertian Persepsi Masyarakat.....	39
2.	Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....	41
3.	Indikator Persepsi Masyarakat .....	42
D.	Strategi Pelayanan Prima (Service Excellence).....	43
1.	Strategi .....	43
a.	Pengertian Strategi .....	43
b.	Tingkatan Strategi .....	45
c.	Model Strategi .....	46
2.	Pelayanan Prima (Service Excellence).....	47
a.	Pengertian pelayanan prima .....	47
b.	Ciri-Ciri Pelayanan Prima .....	50
c.	Manfaat Pelayanan Prima.....	52
d.	Indikator Pelayanan Prima .....	53
3.	Service Excellence dalam Perspektif Ekonomi Islam	56
E.	Nasabah.....	60
1.	Pengertian Nasabah.....	60
2.	Sifat- Sifat Nasabah.....	61
3.	Sikap Melayani Nasabah.....	62
4.	Dasar Pelayanan Nasabah .....	63
F.	Kerangka Pemikiran .....	64
G.	Pengajuan Hipotesis.....	67
	<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>72</b>
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	72
B.	Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	72
C.	Sumber Data .....	72
D.	Populasi, Sampel, da Teknik Pengumpulan Data .....	73
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	76



F. Definisi Operasional variabel .....	77
G. Instrumen Penelitian .....	79
H. Uji Validitas dan Reliabilitas Data .....	80
I. Uji Prasarat Analisis .....	81
J. Uji Hipotesis .....	83
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>86</b>
<b>A. Deskripsi Data dan Hasil Penelitian.....</b>	<b>86</b>
1. Sejarah Singkat KSPPS BMT Fajar .....	86
2. Persebaran Jaringan Kantor BMT Fajar .....	89
3. Visi, Misi, dan Tujuan KSPPS BMT Fajar .....	89
4. Struktur Kepegawaian KSPPS BMT Fajar Cabang Bandar Lampung .....	90
<b>B. Deskripsi Data Penelitian dan Karakteristik Responden</b>	
1. Deskripsi Data Penelitian .....	91
2. Karakteristik Responden .....	91
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	92
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	93
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	94
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili ..	95
<b>C. Uji Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>96</b>
1. Uji Validitas .....	96
2. Uji Reliabilitas .....	100
<b>D. Uji Analisis Data .....</b>	<b>102</b>
1. Uji Normalitas.....	102
2. Uji Multikolinieritas.....	103

3. Uji Heteroskedastisitas.....	111
4. Uji Regresi Linier Berganda .....	105
<b>E. Uji Hipotesis .....</b>	<b>108</b>
1. Uji t ( Uji Persial).....	108
2. Uji F ( Uji Simultan) .....	110
3. Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) .....	111
<b>F. Pembahasan Hasil dan Analisis Data.....</b>	<b>112</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>126</b>
A. Simpulan .....	126
B. Rekomendasi.....	128

**DAFTAR RUJUKAN**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan BMT di Bandar Lampung.....	6
Tabel 1.2 Hasil Survey Nasabah.....	12
Tabel 1.3 Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian.....	78
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> .....	80
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	92
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	93
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	94
Tabel 4.4 Responden Lama Menjadi Nasabah .....	95
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Domisili .....	95
Tabel 4.6 Hasil Uji Validasi Variabel Nilai Budaya .....	97
Tabel 4.7 Hasil Uji Validasi Variabel Persepsi Masyarakat.....	98
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Pelayanan dengan Konsep <i>Service Excellence</i> .....	99
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Nilai Budaya .....	100
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilita Persepsi Masyarakat .....	101
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Strategi Pelayanan Dengan Konsep <i>Service Excellence</i> .....	101
Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas .....	102
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	103
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas .....	104
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	105
Tabel 4.16 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda .....	106
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Uji Persial).....	109
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Uji Simultan) .....	110
Tabel 4. 19 Tabel Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	111

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Theory Of Planned Behavior</i> .....	30
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	66



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal dalam memahami penelitian ini, maka diperlukan penegasan arti dan makna dari setiap istilah dalam judul penelitian ini. Penegasan judul ini dilakukan untuk mempermudah dan menghindari kesalahpahaman bagi para pembaca. Adapun judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Nilai Budaya dan Persepsi Masyarakat Terhadap Strategi Pelayanan dengan Konsep *Service Excellence* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Pada Nasabah KSPPS BMT Fajar Bina Sejahtera Cabang Bandar Lampung)”**.

Berdasarkan judul tersebut, maka perlu diuraikan pengertian dari setiap istilah yang dimuat dalam judul sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh

Pengaruh adalah kekuatan yang ada atau berasal dari sesuatu. Apa pun yang berkontribusi pada seseorang, mulai dari karakter, kepercayaan, atau perilaku seseorang.<sup>1</sup> Dalam hal ini pengaruh diarahkan pada sesuatu yang membawa perubahan pada diri seseorang ke arah yang lebih positif. Jika dampaknya positif, mereka yang memiliki visi dan misi jauh ke depan akan berubah menjadi lebih baik.

#### 2. Nilai Budaya

Nilai budaya adalah suatu bentuk konsepsi umum yang dijadikan pedoman dan petunjuk di dalam bertingkah laku baik

---

<sup>1</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Nasional, “*Kamus Besar Bahasa Indonesia*”, Jakarta: Balai Pustaka, 1996, hal.747.

secara individual, kelompok atau masyarakat secara keseluruhan tentang baik buruk, benar salah, patut atau tidak patut.

### 3. Persepsi Masyarakat

Persepsi Masyarakat adalah tanggapan atau pengetahuan lingkungan dari kumpulan individu-individu yang saling bergaul berinteraksi karena mempunyai nilai-nilai, norma-norma, cara-cara dan prosedur merupakan kebutuhan bersama berupa suatu sistem adat-istiadat yang bersifat kontinue dan terikat oleh suatu identitas bersama yang diperoleh melalui interpretasi data indera.

### 4. Strategi Pelayanan

Strategi memiliki pengertian bermacam-macam, menurut Hamel dan Prahalad strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan di masa depan. Dengan demikian strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.<sup>2</sup>

Sedangkan definisi pelayanan menurut Gronroos, adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen.<sup>3</sup>

### 5. Service Excellence

---

<sup>2</sup> Husein Umar, "Desain Penelitian Manajemen Strategik" (Jakarta: Raja Grafindo, 2010), hlm.17

<sup>3</sup> Ratminto dan Atik Septi, "Manajemen Pelayanan" (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005), hlm. 2

Menurut Ateb Adya Barata, Pelayanan prima (*Service Excellent*), adalah kepedulian perusahaan kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan.<sup>4</sup> *Service* adalah jasa, layanan, sedangkan *excellent* adalah unggul, dengan kualitas yang sangat baik, atau prima. *Service Excellent* adalah suatu pelayanan yang terbaik dan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan atau masyarakat.<sup>5</sup>

## 6. Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroiti masalah perekonomian. Sama seperti konsep ekonomi konvensional lainnya. Hanya dalam sistem ekonomi ini, nilai-nilai Islam menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktifitasnya. Menurut Syed Nawab Haider Naqvi, ilmu ekonomi Islam, singkatnya merupakan kajian tentang perilaku ekonomi orang Islam representatif dalam masyarakat muslim moderen.<sup>6</sup>

### B. Latar Belakang Penelitian

BMT ialah lembaga keuangan syariah yang beroperasi menggunakan gabungan konsep “*Baitul Maal*” dan *Baitul Tamwil*” dengan target operasionalnya fokus kepada sector Usaha Kecil

---

<sup>4</sup> Ateb Adya Barata, “*Dasar-dasar Pelayanan Prima*”. (Jakarta: PT Elek Mediakomputindo)

<sup>5</sup> M. Nur Nasution, “*Manajemen Mutu Terpadu*”, (Bogor: Ghalia Indonesia,2005) hlm.48.

<sup>6</sup> Syed Nawab Haider Naqvi, “*Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*”, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm.28

Menengah (UKM). Konsep *Baitul maal* berarti BMT berperan sebagai lembaga sosial keagamaan yang mempunyai fungsi untuk menerima dana Zakat, Sedekah, Infaq dan Waqaf dan menyalurkan kepada yang berhak menerima dana tersebut. Sedangkan pada konsep *Baitul Tamwil*, BMT mempunyai peranan sebagai lembaga bisnis maupun lembaga keuangan yang bertujuan untuk mencari keuntungan (*profit oriented*) seperti membuka Toserba (toko serba ada) atau menawarkan produk simpan pinjam ke masyarakat.

Namun jika kita lihat prakteknya dilapangan, BMT lebih cenderung berperan sebagai lembaga keuangan syariah yang menawarkan produk simpan pinjam ke masyarakat yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Dengan pesatnya perkembangan BMT ketika itu, BMT menjadi lembaga keuangan mikro syariah yang mempunyai peranan yang penting di tengah-tengah masyarakat khususnya bagi masyarakat yang mempunyai pendapatan rendah. Dan pendirian BMT juga berdampak positif bagi ekonomi kerakyatan yang berusaha untuk mengurangi kemiskinan dan pengangguran yang menjadi masalah besar bagi bangsa ini.<sup>7</sup> *Baitul Mal wat Tamwil* merupakan lembaga ekonomi atau lembaga keuangan syariah non perbankan yang bersifat informal karena lembaga keuangan ini didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM).

Dalam Undang-undang dasar Republik Indonesia menempatkan koperasi sebagai sokoguru perekonomian Indonesia. Atas dasar itu maka koperasi sebagai salah satu perusahaan permanen yang memungkinkan koperasi untuk berkembang secara ekonomis,

---

<sup>7</sup> Andri Soemitra, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Jakarta: Prenadamedia Group, 2009, hal. 452.



dan dengan demikian mampu memberikan pelayanan terus menerus dan meningkatkan pada anggotanya serta masyarakat sekitarnya, akan tetapi juga memberikan sumbangan yang mendasar kepada pembangunan dan pertumbuhan ekonomi.<sup>8</sup>

*Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil untuk menumbuh kembangkan derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan pada sistem ekonomi islam. BMT menggunakan badan hukum koperasi dan sering disebut dengan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS).<sup>9</sup>

Pembiayaan yang diberikan BMT pada dasarnya terdiri dari tiga model pembiayaan dengan sistem bagi hasil, pembiayaan jual beli dengan keuntungan, dan pembiayaan kebijakan. Pembiayaan dengan sistem bagi hasil terdiri dari dua bentuk, yaitu pembiayaan 100% tanpa campur tangan BMT boleh ikut mengolah usahanya yang disebut pembiayaan mudharabah, dan pembiayaan yang kurang dari 100% dengan pilihan BMT boleh ikut mengelola usaha atau boleh juga tidak ikut mengelola usaha, yang disebut pembiayaan musyarakah.

Menurut Subkhan (2008) terdapat sekitar 3 juta nasabah BMT yang mendapatkan pembiayaan dari BMT seluruh Indonesia. Ada tiga alasan mengapa BMT dapat berkembang dan tumbuh dengan pesat, yaitu: (1) Tingginya permintaan dari masyarakat untuk

---

<sup>8</sup> Sedarsono dan Edilius, *Manajemen Koperasi Indonesia* (Jakarta: Renika Cipta, 2007), h.31.

<sup>9</sup> Laila Damayanti Tobibatussaadah dan Selvia Nuriasari, —Meminimalisir Pembiayaan Bermasalah Dalam Pemberian Pembiayaan Mikro Dengan Prinsip 5C, *Journal of Chemical Information and Modeling* 3, no. 9 (2020), h. 1689–1699.

mendapatkan pembiayaan dari BMT karena mereka tidak mempunyai akses untuk mendapatkan pinjaman dari sector perbankan. Ditambah lagi dengan ketatnya prosedur dan aturan yang di tentukan oleh pihak bank; (2) Tingginya keingingan masyarakat Muslim yang mengharuskan bertransaksi pada prinsip-prinsip syariah. BMT sebagai lembaga keuangan mikro syariah sesuai dengan keingingan masyarakat tersebut; dan (3) Kesuksesan dari beberapa BMT di Indonesia membuat masyarakat juga ingin mendirikan institusi yang sama. Ditambah lagi dengan pendirian institusi BMT tersebut relatif sangat mudah dan tidak perlu modal yang besar. Pesatnya perkembangan dan pertumbuhan BMT ketika itu mendapat penghargaan yang tinggi dari masyarakat. Namun euforia kesuksesan itu tidak di sikapi dengan bijaksana, karena dari sekian banyak BMT yang didirikan oleh masyarakat, tidak semua dapat bertahan dan beroperasi secara sewajarnya bahkan ada beberapa BMT yang mengalami kebangkrutan.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan dan Pertumbuhan**  
**BMT di Bandar Lampung**

No	Nama Koperasi	Tanggal Badan Hukum	Jumlah Anggota
1	Koperasi Kredit Mekar Sari	8/4/1999	16.053
2	KSPPS BMT BIMU	5/10/2005	10.901
3	KSP dan Pembiayaan Syariah Al-Fahdila	14/7/2015	5000
4	Kopid Sejahtera	27/1/2005	1.854

5	Kopid Wahana Artha Selaras	20/8/2002	1.377
6	KSPPS BMT Fajar	16/6/1997	1.160

Sumber: Data diolah dari Kementerian Koperasi dan UMKM RI 2022

Di dalam tabel 1.1 Menunjukkan urutan 6 besar Koperasi yang dilihat dari jumlah keanggota nya, dari 40 koperasi yang berjenis Koperasi Simpan Pinjam di Kota Bandar Lampung. Dan di Kota Bandar Lampung sendiri terdapat 305 yang terdaftar pada Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Republik Indonesia. Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti di sebuah Koperasi Syariah di Bandar Lampung yaitu *Baitul Maal Wattamwil* (BMT Fajar Bina Sejahtera). Dimana Koperasi Syariah tersebut termasuk Koperasi yang berkembang dan cukup lama berdiri di Bandar Lampung.

Dari kenyataan tersebut, BMT memerlukan strategi yang tepat untuk merumuskan solusi bagi pemberdayaan usaha kecil dan menengah. Strategi itu diharapkan menjadi salah satu alat untuk membangun kembali kekuatan ekonomi rakyat yang berakar pada masyarakat dan mampu memperkuat sistem perekonomian nasional sehingga problem kemiskinan dan tuntutan kesejahteraan ekonomi di masyarakat secara berangsur-angsur dapat teratasi.<sup>10</sup>

Sekarang ini pertumbuhan lembaga keuangan mikro di Indonesia sangatlah cepat, sehingga membawa perekonomian Indonesia semakin berkembang. Sektor keuangan mikro sangatlah berperan dalam memobilisasikan dana masyarakat untuk berbagai

---

<sup>10</sup> Ahmad Hasan Ridwan, Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil, Bandung: Pustaka Setia, 2013, hal. 23

tujuan mengalami peningkatan yang sangat besar. Dahulu sektor keuangan mikro tersebut tidak lebih hanya sebagai fasilitator kegiatan pemerintah daerah dan beberapa lembaga usaha, dan kini telah berubah menjadi sektor yang sangat berpengaruh bagi perekonomian. Diantara lembaga keuangan mikro yang sangat berpengaruh itu adalah *Baitul Maal Wa Tamwil*. Dari sekian banyak lembaga keuangan syariah, BMT merupakan lembaga ekonomi Islam yang dibangun berbasis keumatan, sebab dibentuk dari, oleh dan untuk masyarakat. Dari segi jumlah BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang paling banyak apabila dibanding dengan lembaga keuangan syariah lainnya.<sup>11</sup>

Sebagai lembaga ekonomi yang berbasis keumatan, BMT berupaya keras menjalankan tugasnya sesuai dengan ketentuan hukum yang ditetapkan pemerintah bagi penyelenggaraan lembaga keuangan berdasarkan prinsip Syariah. UU no. 7/1992 tentang perbankan (kini UU no.10/ 1998) dan PP no.72/1992 tentang Bank berdasarkan prinsip bagi hasil telah memberikan peluang positif bagi BMT untuk beroperasi secara proporsional.<sup>12</sup> Secara umum BMT mempunyai fungsi untuk melayani pembiayaan dan simpanan masyarakat. Dengan menjamurnya lembaga keuangan syariah yang ada di berbagai daerah, maka lembaga keuangan tersebut perlu meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah termotivasi untuk menabung di lembaga keuangan tersebut.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Hendi Suhendi, *BMT dan Bank Islam*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy Cet 1, 2004, hal. 5.

<sup>12</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, "*Bank Syariah : Dari Teori ke Praktik*". (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 25

<sup>13</sup> Rizqa Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan, "*Jurnal Muqtasid*", Volume 3 Nomor 2, Desember 2012

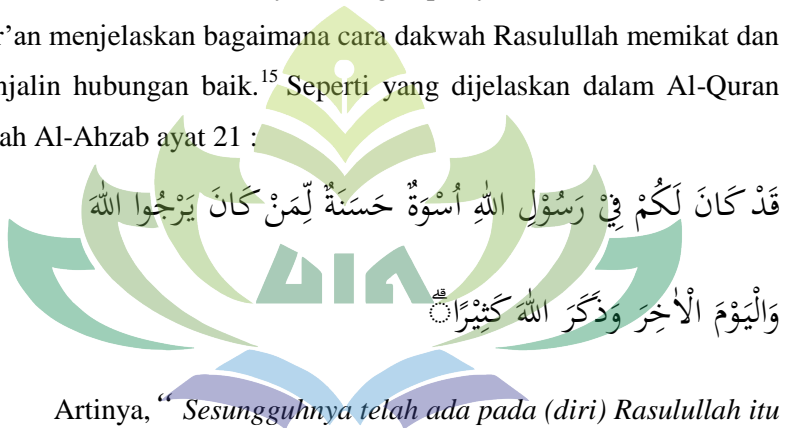
Penelitian ini dilatar belakangi oleh kondisi persaingan lembaga keuangan mikro syariah khususnya di BMT yang dari waktu ke waktu semakin ketat, sehingga setiap BMT harus menciptakan strategi pelayanan yang baru agar dapat mempertahankan dan meraih mangsa pasar yang lebih luas serta dapat meningkatkan kepuasan anggota yakni berdasarkan faktor nilai budaya dan persepsi masyarakat.

Persepsi merupakan tanggapan atau pandangan sesuatu terhadap hal-hal yang baru yang mungkin masih dilihat sebelah mata. Seperti lembaga keuangan syariah, yang belum banyak masyarakat mengetahui tentang perbedaan-perbedaan yang ada di lembaga keuangan syariah. Kurangnya sosialisasi yang disebut sebagai dampak dari kurangnya pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah. Selain itu anggapan masyarakat yang menilai lembaga keuangan syariah sama dengan lembaga keuangan konvensional yang membedakan hanyalah namanya saja.

Namun pada kenyataannya saat ini praktek di BMT mengalami disorientasi atau penurunan kualitas jika ditinjau dari perspektif eksternal atau dalam konteks ini penilaian masyarakat sebagai obyek BMT. Hal ini bisa dilihat dari berbagai macam persepsi masyarakat yang berada di sekitar BMT terhadap kinerja BMT yang bisa dikatakan belum teraplikasikan secara komprehensif. Seperti rendahnya sosialisasi mengenai standar operasional BMT mulai dari akad-akadnya hingga cara peminjaman bagi masyarakat, rendahnya kualitas SDM pengelola BMT juga mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap eksistensi BMT sebagai LKMS. Pendapat pendapat tersebut yang menjadikan lembaga keuangan syariah sulit berkembang dikalangan masyarakat. Padahal

sebenarnya BMT atau lembaga keuangan syariah ini lebih dekat dengan masyarakat dari pada bank-bank lainnya.<sup>14</sup>

Pelayanan merupakan hal yang sangat penting bagi BMT, hal ini disebabkan karena usaha BMT memiliki hubungan yang sangat erat dengan pihak lain (nasabah). Tanpa nasabah BMT tidak akan berjalan dengan baik, sehingga hubungan dengan nasabah harus dijaga dengan baik. Dalam menjalin hubungan dengan nasabah ada tiga konsep dasar pelayanan yang perlu diperhatikan oleh lembaga keuangan syariah yaitu keikhlasan, kesuaian pelayanan dengan syariat, dan berusaha melayani dengan pelayanan terbaik. Dalam Al-Qur'an menjelaskan bagaimana cara dakwah Rasulullah memikat dan menjalin hubungan baik.<sup>15</sup> Seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran Surah Al-Ahzab ayat 21 :



Artinya, “*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah*”.

Ayat tersebut merupakan gambaran perilaku agung Rasulullah SAW dalam perkataan, perbuatan dan perilakunya. Untuk itu, Allah SWT memerintahkan kita untuk meneladani akhlak dan

<sup>14</sup> Ana Krisnawati, “Pengaruh Persepsi dan Sikap Masyarakat terhadap Minat untuk Menabung di KSU BMT Al-Fatah Jati Kudus”, Skripsi Progam Sarjana Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Kudus: Stain, 2016, hal. 4

<sup>15</sup> Danang Kurniawan, “Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah”, Journal of Sharia Economic Law Vol. 3 No. 1, hlm.70.

sifat Rasulullah SAW dalam semua tindakannya.<sup>16</sup> Hikmah yang terdapat pada ayat tersebut dalam hal penerapan pelayanan di lembaga keuangan syariah adalah karyawan harus mencontoh akhlak Rasulullah SAW dalam semua aktifitas dalam bentuk perilaku. Perilaku baik karyawan tidak hanya diterapkan pada saat melayani para nasabahnya tetapi juga harus diterapkan pada disemua aktifitas kehidupannya. Hal ini disebabkan karena saat ini pelanggan telah menjadi sangat sensitive, satu hal kecil yang menjadi kesalahan akan mengakibatkan reaksi yang dapat mengakibatkan pada hancurnya kredibilitas perusahaan.<sup>17</sup>

Berkaitan dengan masalah pelayanan, BMT pada hakekatnya dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dengan tujuan akhir tercapainya kepuasan seluruh anggota nasabah. Kepuasan masyarakat dapat diperoleh apabila terdapat kesesuaian antara nilai kinerja pelayanan dengan nilai kinerja harapan masyarakat terhadap pelayanan itu sendiri. *Service Excellent* merupakan suatu metode yang diturunkan secara empiris yang dapat digunakan oleh organisasi atau instansi pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan disebuah instansi. Metode ini meliputi pengembangan dan pemahaman mengenai kebutuhan layanan yang dirasakan oleh pelanggan atau masyarakat. Ini diukur dari persepsi kualitas pelayanan bagi organisasi atau instansi yang bersangkutan, kemudian dibandingkan terhadap sebuah organisasi yang sangat baik.

---

<sup>16</sup> Abdullah, Muhammad. 2008. Lubabub Tafsir Min Ibnu Katsir : Tafsir Ibnu Katsir, Alih Bahasa Oleh M. Abdul Ghaffar dkk. Jakarta : Pustaka Imam Syafi'i.

<sup>17</sup> Gunara, Thorik, 2007. Marketing Muhammad : "*Strategi Handal dan Jitu Praktek Bisnis Rasulullah SAW*". Bandung : PT. Karya Kita MadaniA Prima.

Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti salah satu lembaga Koperasi Syariah di Bandar Lampung. Yaitu BMT Fajar Bina Sejahtera. BMT Fajar Bina Sejahtera adalah lembaga yang bergerak dibidang usaha simpan pinjam sebagai lembaga keuangan mikro syari'ah. BPR BMT fajar dirintis sejak tahun 1996 oleh orang yang tergabung pada Yayasan Bina Sejahtera dengan nama KSPPS Bmt Fajar dan diresmikan pada 16 mei 1997. Pada Pertengahan tahun 2010 dibukalah BPR BMT cabang Bandar Lampung yang terletak di Jl. Kimaja No. 696 Sepang Jaya, Kedaton, Bandar Lampung dan masih beroperasi sampai sekarang.<sup>18</sup>

Berdasarkan hasil survey dengan 18 Nasabah BMT Fajar Cabang Bandar Lampung berikut beberapa kendala ataupun hambatan permasalahan pelayanan yang ada di BMT Fajar Cabang Bandar Lampung

**Tabel 1.2**  
**Hasil Survey Nasabah**

Pernyataan	Persentase Jawaban	
	Ya	Tidak
<b>Nilai Budaya</b>		
Lemahnya Pemahaman masyarakat tentang ekonomi islam	100%	0
Rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap performa BMT	87,5%	12,50%
Kurangnya Pengawasan dari Pemerintah dan MUI	88,9%	11,1%
Tidak ada aturan yang spesifik tentang BMT	88,9%	11,1%
<b>Persepsi Masyarakat</b>		
Masih minimnya SDM di BMT Fajar Cabang Bandar Lampung	100%	0

<sup>18</sup> Brosur BMT Fajar Cabang Bandar Lampung



Rendahnya managerial skill karyawan BMT Fajar Cabang Bandar Lampung	94,4%	5,6 %
Minimnya fasilitas IT di BMT Fajar Cabang Bandar Lampung	88,9%	11,1%
Produk yang kurang Inovatif	100%	0
Minimnya Modal BMT	88,9 %	11,1%
<b>Strategi Pelayanan</b>		
kurang meningkatkan kualitas SDM	100%	0
kurang meningkatkan fasilitas IT	100%	0
Kurang sosialisasi dan promosi tentang operasional BMT	94,4%	5,6%
Kurang pengawasan dari Pimpinan BMT	88,9%	11,1%
Tidak memberikan fasilitas pengaduan jika merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan	94,4%	5,6%

Sumber: Data primer, diolah tahun 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat kita lihat secara perinci permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini, yaitu dari aspek Nilai budaya; (1) Lemahnya Pemahaman masyarakat tentang ekonomi islam, (2) Rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap performa BMT, (3) Kurangnya Pengawasan dari Pemerintah dan MUI, (4) Tidak ada aturan yang spesifik tentang BMT. Dari aspek persepsi masyarakat terdapat permasalahan; (1) Masih minimnya SDM di BMT Fajar Cabang Bandar Lampung, (2) Rendahnya managerial skill karyawan BMT Fajar Cabang Bandar Lampung, (3) Minimnya fasilitas IT di BMT Fajar Cabang Bandar Lampung, (4) Minimnya Modal BMT. Dari aspek strategi pelayanan terdapat permasalahan; (1) kurang meningkatkan kualitas SDM, (2) kurang meningkatkan fasilitas IT, (3) Kurang sosialisasi dan promosi tentang operasional BMT, (4) Kurang pengawasan dari Pimpinan

BMT, (5) Tidak memberikan fasilitas pengaduan jika merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan.

Secara spesifik, dijelaskan bahwa selama ini masyarakat belum banyak mengetahui BMT, padahal entitas ini sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan keluarganya. Sehingga perlu ada sinergi dan upaya-upaya agar masyarakat mengetahui, mendukung, dan mempunyai program mensejahterakan keluarganya melalui entitas BMT. Namun demikian Respon masyarakat akan keberadaan lembaga keuangan syariah dapat mempengaruhi keberadaan BMT di suatu daerah terutama terkait dengan persepsi dan minat. Persepsi yang positif belum tentu dapat mendorong seseorang untuk menjadi anggota. Pada penelitian terdahulu tentang hubungan budaya dan persepsi masyarakat oleh Anshor Wibowo dan Nia Hariyanti, (2020) dimana Secara simultan budaya dan persepsi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah Bank Syariah, yang berarti bahwa setiap penambahan untuk kualitas pelayanan maka minat anggota nasabah akan meningkat. Dan begitupun sebaliknya, jika mengalami penurunan dalam kualitas pelayanan maka minat anggota tersebut akan menurun. Oleh karena itu perlu sekiranya dilakukan kajian kembali berupa penguraian yang lebih komprehensif dan sistematis mengenai permasalahan yang akan muncul serta harus dihadapi oleh BMT Fajar Cabang Bandar Lampung.

Untuk itu berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti bermaksud mengadakan penelitian yang membahas tentang **“Pengaruh Nilai Budaya Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Strategi Pelayanan Dengan Konsep *Service Excellence* (Pada Nasabah Bmt Fajar Cabang Bandar Lampung)”**.

## C. Identifikasi dan Batasan Masalah

### 1. Identifikasi Masalah

- (1) Pemahaman terhadap Konsep keuangan syariah
- (2) Kendala operasional system keuangan syariah
- (3) Manajemen SDM ( Pembagian peran dan fungsi)
- (4) Penampilan (*performance*), BMT diantara persaingan bisnis perbankan.

### 2. Batasan Masalah

Guna menjaga penelitian terarah dan menghindari meluas ke bahasan lain, maka peneliti akan membatasi penelitian dengan batasan masalah sebagai berikut:

- (1) Pada penelitian ini menggunakan 2 variabel X yaitu (Nilai Budaya dan Persepsi Masyarakat). Sedangkan variabel Y nya yaitu (strategi pelayanan dengan konsep *service excellent*).
- (2) Wilayah kajian dalam penelitian ini adalah BMT Fajar Cabang Bandar Lampung.
- (3) Nasabah yang akan diteliti adalah nasabah yang hanya berdomisili di Bandar Lampung.

## D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang perlu diselesaikan pada penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh nilai budaya terhadap strategi pelayanan dengan konsep *service excellent* di BMT Fajar Cab. Bandar Lampung?
2. Adakah pengaruh persepsi masyarakat terhadap strategi pelayanan dengan konsep *service excellent* di BMT Fajar Cab. Bandar Lampung?

3. Adakah pengaruh secara bersamaan antara nilai budaya dan persepsi masyarakat terhadap strategi pelayanan dengan konsep *service excellent* di BMT Fajar Cab. Bandar Lampung?
4. Bagaimana pengaruh nilai budaya dan persepsi masyarakat terhadap strategi pelayanan dengan konsep *service excellent* dalam perspektif ekonomi islam?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka peneliti mengemukakan bahwa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh nilai budaya terhadap strategi pelayanan dengan konsep *service excellent* di BMT Fajar Cab. Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat terhadap strategi pelayanan dengan konsep *service excellent* di BMT Fajar Cab. Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara bersamaan antara nilai budaya dan persepsi masyarakat terhadap strategi pelayanan dengan konsep *service excellent* di BMT Fajar Cab. Bandar Lampung.
4. Untuk mengetahui pengaruh nilai budaya dan persepsi masyarakat terhadap strategi pelayanan dengan konsep *service excellent* dalam perspektif ekonomi islam.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk sumbangan teori, sebagai bahan referensi atau rujukan, dan tambahan pustaka pada perpustakaan UIN Raden Intan Lampung.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Sebagai sumber informasi untuk pengembangan strategi yang diterapkan BMT dan sebagai bahan evaluasi kinerja BMT dalam menghadapi kompetisi di dunia perbankan nasional.

### b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan budaya dan persepsi masyarakat terhadap strategi pelayanan dengan konsep service excellent.

## G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Kajian penelitian terdahulu yang Relevan merupakan ulasan peneliti terhadap bahan Pustaka dan hasil-hasil penelitian yang sudah dilakukan orang lain dan relevan dengan tema dan topik penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang berkaitan “Nilai Budaya dan Persepsi Masyarakat Terhadap Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellent”, sebagai berikut:

**Tabel 1.3**

### **Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Supiani, Fawza Rahmat,	Pengaruh Budaya Dan Persepsi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang

	dan Fajar Budiman. (2021)	Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah	signifikan antara budaya dan persepsi masyarakat terhadap keputusan menabung di Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Simpang Empat. Faktor budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Simpang Empat. Faktor persepsi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Simpang Empat. <sup>19</sup>
2	Anshor Wibowo dan Nia Hariyanti.	Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat	Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa budaya berpengaruh signifikan

---

<sup>19</sup> Supiani, Fawza Rahmat, Fajar Budiman, “Pengaruh Budaya Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah” (STAI-YAPTIP Pasaman Barat, 2021)

	(2020)	non Muslim terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah Mandiri kantor cabang pembantu Bengkalis	terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Bengkalis. Kemudian persepsi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Bengkalis. Secara simultan budaya dan persepsi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Bengkalis dengan besar pengaruh 60,1%. <sup>20</sup>
3	Lili Safitri,	Persepsi	Hasil penelitian

<sup>20</sup> Anshor Wibowo, Nia Hariyati, “*Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat non Muslim terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah Mandiri kantor cabang pembantu Bengkalis*”, (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis, 2020)

<p>dan M Afani Adam. (2022)</p>	<p>Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan BMT Assyafiiyah Cabang Sendang Agung Kecamatan Sendang Agung”</p>	<p>menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan BMT Assyafiiyah Cabang Sendang Agung, yaitu lima masyarakat merasa puas dan menilai kualitas pelayanan BMT Assyafiiyah Sendang Agung sudah cukup bagus dari aspek keramahan, kesopanan, kerapihan penampilan para karyawan, interaksi yang baik dengan nasabah dan memberikan kenyamanan bagi nasabah dan dua masyarakat merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan BMT Assyafiiyah dari segi</p>
---------------------------------	---	--



			kursi antrian yang sempit. <sup>21</sup>
4	Ribut Suprpto , Nawal Ika Susanti , Zulfi Ferikha. (2022)	Pengaruh Faktor Sosial, Budaya Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di Bmt Ugt Sidogiri Capem Sempu	Variabel budaya tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Sempu, hal ini dibuktikan dengan nilai thitung < tabel -0.454 < 1,990 dan nilai signifikan 0,651 < 0,05 dengan nilai koefisien pengaruh Variabel budaya terhadap keputusan anggota menabung sebesar - 0,047. <sup>22</sup>
5	Atin Yulaifa (2011)	Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan Variabel Budaya,

<sup>21</sup> Lili Safitri, dan M Afani Adam, “Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan BMT Assyafiyah Cabang Sendang Agung Kecamatan Sendang Agung”. (Sekolah Tinggi Agama Islam Ma’arif Kalirejo, 2022)

<sup>22</sup> Ribut Suprpto, Nawal Ika Susanti, Zulfi Ferikha, “Pengaruh Faktor Sosial, Budaya Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di Bmt Ugt Sidogiri Capem Sempu” Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa) Vol.2 / No.1: 28-39, Januari 2022,

		Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah	Sosial, Pribadi, Psikologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah. Bila dibandingkan dengan ketiga variabel lainya yaitu Budaya, Sosial, Pribadi. Variabel Psikologi memiliki pengaruh yang paling dominan dengan angka 0,002 untuk nilai sig dan 0,315 untuk nilai Regresi. <sup>23</sup>
6	Himyar Pasrizal. (2012)	Pengaruh Kepribadian, Kelas Sosial, dan Budaya Pengusaha terhadap Strategi Pemasaran dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Sifat dari kepribadian pelanggan tidak memaksakan kekuasaan atas keputusan mereka untuk menjadi nasabah

<sup>23</sup> Atin Yulaifa, "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah", (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011)

		Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Sumatera Barat	BSM. (2) Posisi yang lebih tinggi dari kelas sosial pelanggan dapat mendorong mereka untuk menjadi nasabah BSM. (3) Semakin baik strategi pemasaran bank syariah dianggap dan dirasakan oleh pelanggan, semakin terpacu dan lebih kuat keputusan mereka untuk menjadi nasabah BSM. <sup>24</sup>
7	Arfiani Sarah, Metti Paramita, dan Andri Brawijaya. (2018)	Persepsi Masyarakat mengenai service excellent pria dan wanita terhadap loyalitas nasabah	Hasil penelitian menunjukkan masyarakat cimande setuju ada perbedaan service excellence pada pria dan wanita terhadap loyalitas nasabah. Dan masyarakat cimande tidak setuju ada

<sup>24</sup> Himyar Pasrizal, "Pengaruh Kepribadian, Kelas Sosial, dan Budaya Pengusaha terhadap Strategi Pemasaran dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Sumatera Barat". (STAIN Batusangkar, 2012)

			perbedaan service excellence pada pria dan wanita terhadap loyalitas nasabah. <sup>25</sup>
8	Ribut Suprpto , Nawal Ika Susanti , Zulfi Ferikha. (2022)	Pengaruh Faktor Sosial, Budaya Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di Bmt Ugt Sidogiri Capem Sempu	Variabel budaya tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Sempu, hal ini dibuktikan dnegan nilai thitung < tabel $-0.454 < 1,990$ dan nilai signifikan $0,651 < 0,05$ dengan nilai koefisien pengaruh Variabel budaya terhadap keputusan anggota menabung sebesar - 0,047. <sup>26</sup>
9	Yulia Hamdaini	Pengaruh Persepsi Dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

<sup>25</sup> Arfiani Sarah, Metti Paramita, Andri Brawijaya, “*Persepsi Masyarakat mengenai service excellent pria dan wanita terhadap loyalitas nasabah*”, (Universitas Djuanda Bogor, 2018)

<sup>26</sup> Ribut Suprpto , Nawal Ika Susanti , Zulfi Ferikha. “Pengaruh Faktor Sosial, Budaya Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di Bmt Ugt Sidogiri Capem Sempu” *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, Vol.2. No.1: 2022,

<p>Putri dan Ahmad Syathiri. (2016)</p>	<p>Minat Terhadap Keberadaan <i>Baitul Mal Wattamwil</i> (Bmt) Di Kota Palembang</p>	<p>1) Masyarakat memandang BMT dapat membantu usaha kecil, membantu mereka terbebas dari rentenir, dan produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan. Namun, persepsi nilai etika dan persepsi nilai spiritual tidak memberikan pengaruh terhadap keberadaan BMT, BMT yang juga sebagai jasa keuangan syariah justru sebagian besar masyarakat tidak mengenal (kesadaran merek belum terbangun). 2) Minat masyarakat berpengaruh secara signifikan terhadap keberadaan BMT, mereka bersedia memberikan rekomendasi dan</p>
---	--	---

			informasi kepada teman sejawat dan keluarga untuk bergabung menjadi bagian dari mitra BMT. 3) variabel persepsi nilai keutamaan dan variabel minat secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keberadaan BMT. <sup>27</sup>
10	Solikhul Hidayat. (2018)	Persepsi Masyarakat Terhadap Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	Hasil penelitian merekomendasikan agar BMT mampu meningkatkan kinerja maupun kualitas Sumber Daya Insani (SDI) secara kelembagaan dan mampu memberikan persepsi yang positif bagi masyarakat. Sedangkan dalam fungsi sosial,

---

<sup>27</sup> Yulia Hamdani Putri, Ahmad Syathiri, "Pengaruh Persepsi Dan Minat Terhadap Keberadaan Baitul Mal Wattamwil (Bmt) Di Kota Palembang". (Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya, 2016)

			peningkatan layanan yang lebih professional. 28
--	--	--	--

Pada penelitian terdapat perbedaan dengan penelitian terdahulu. Berikut adalah perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu:

1. Penelitian terdahulu dilakukan untuk nasabah di Bank syariah sedangkan penelitian sekarang dilakukan untuk nasabah *Baitul Maal Wat Tamwil* BMT.
2. Untuk penelitian yang di *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) terdapat perbedaan lokasi. Penelitian terdahulu berlokasi di Sendang Agung dan Kota Palembang. Sedangkan penelitian sekarang berlokasi di Bandar Lampung.
3. Kemudian perbedaan yang terakhir yaitu pada penelitian terdahulu tidak mengaitkan dengan perspektif islam dan pada penelitian sekarang peneliti menambahkan bagaimana pengaruhnya atau pandangan menurut perspektif islam.

## H. Sistematis Penulisan

### 1. Bagian Awal

Bagian awal pada penulisan tugas akhir ini terdiri dari sampul depan, halaman sampul bagian dalam, abstrak, pernyataan, persetujuan, pengesahan, motto, persembahan,

---

<sup>28</sup> Solikhul Hidayat, “*Persepsi Masyarakat Terhadap Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*”. (Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, 2018)

riwayat hidup, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

## **2. Bagian Substansi (Inti)**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

Bab ini berisikan teori ataupun pemikiran-pemikiran yang berkaitan dengan penelitian dan berisi pengajuan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi sampel dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel. Instrumen penelitian, uji validitas dan reliabilitas data, uji prasarat analisis dan uji hipotesis.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan mengenai deskripsi data penelitian dan menampilkan hasil analisis dari pengolahan dan instrumen penelitian, temuan empiris yang didapat serta hasil pengajuan hipotesis dan interpretasi hasil dari penelitian ini.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan simpulan dari hasil analisis data yang telah dijabarkan sebelumnya dan rekomendasi yang akan dijadikan sebagai masukan bagi penelitian lebih lanjut.

## **3. Bagian Akhir**



Bagian ini berisikan daftar rujukan yang telah digunakan peneliti untuk melakukan penelitian beserta lampiran.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari penelitian yang berjudul **“ Pengaruh Nilai Budaya dan Persepsi Masyarakat Terhadap Strategi Pelayanan dengan Konsep *Service Excellent* dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Nasabah BMT Fajar Cabang Bandar Lampung”** adalah sebagai berikut:

1. Nilai budaya tidak berpengaruh terhadap strategi pelayanan dengan konsep *service excellent* di BMT Fajar Bandar Lampung , hal ini dapat disebabkan oleh faktor lain contohnya ialah faktor sosial. Dimana, faktor sosial ini dapat dikatakan sebagai faktor yang bisa mempengaruhi perilaku konsumen yang terbentuk dan berasal dari lingkungan sekitar. sehingga melalui faktor sosial ini seorang konsumen akan sering melakukan interaksi terhadap orang-orang terdekatnya seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan profesi yang dimilikinya.
2. Persepsi Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi pelayanan dengan konsep *service excellent* di BMT Fajar Cabang Bandar Lampung, hal ini dibuktikan dengan tersedianya karyawan yang baik, Tersedianya sarana dan prasarana yang baik, Mampu melayani secara tepat dan cepat serta Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.
3. Nilai budaya dan persepsi masyarakat berpengaruh secara bersama sama terhadap strategi pelayanan dengan konsep *service excellent* di BMT Fajar Cabang Bandar Lampung, Hal ini menunjukkan bahwa Sistem jemput bola dilakukan oleh para marketing BMT Fajar Cabang Bandar Lampung merupakan hal

yang sangat baik, selain dapat memudahkan mereka mendapatkan nasabah baru dengan sistem ini para marketing dapat memberikan penjelasan mengenai tata cara menabung dan pembiayaan kepada nasabah. Sehingga para nasabah dapat lebih paham mengenai kegiatan perbankan yang mereka lakukan. Para marketing juga dapat menjadikan ini sebagai pendekatan kepada nasabah, Dengan mau menjelaskan dan menerima keluhan nasabah dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Sangat jelas sekali hal tersebut dapat berdampak positif untuk BMT Fajar Cabang Bandar Lampung, karena sekin besar tingkat kepuasan nasabah maka akan bertambah pula jumlah nasabah di BMT Fajar Cabang Bandar Lampung.

4. Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan, BMT Fajar Cabang Bandar Lampung adalah yang lembaga mikro sudah menerapkan prinsip syariah serta memberikan pelayanan prima kepada nasabah, untuk meningkatkan retensi nasabah, etika bisnis Islam sangat diperlukan tujuannya supaya praktek yang dilakukan lembaga keuangan tidak menyimpang dari koridor norma yang ada. Dalam prakteknya BMT tidak hanya mencari keuntungan tetapi lebih dari itu untuk mencari ridho Allah SWT dan berfokus pada kegiatan sosial. Adapun Prinsip etika bisnis Islam terdiri dari keesaan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran. Salah satu contoh penerapan etika bisnis Islam pada BMT Fajar Bandar Lampung termasuk pelayanan yang ramah kepada anggotanya seperti pada umumnya pelayanan bank lainnya, seperti penjemputan data anggota dan pembiayaan tanpa adanya biaya tambahan, adanya rescheduling bagi anggota bila diperlukan, memberikan reward dan bantuan kepada anggota,

serta berusaha memberikan rasa aman kepada nasabah dalam setiap transaksi.

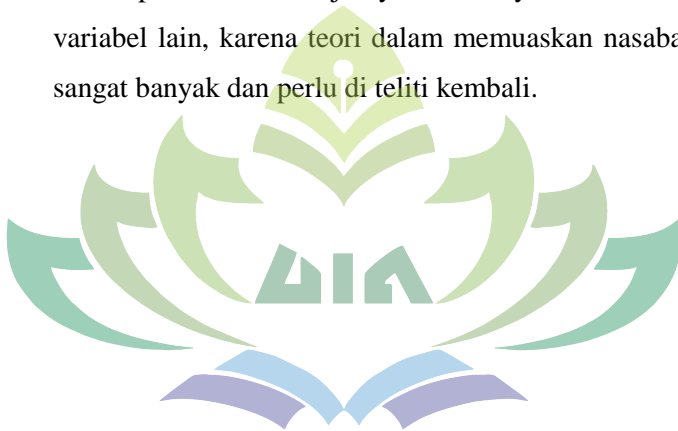
## **B. Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan rekomendasi yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi BMT Fajar Cabang Bandar Lampung, dikarenakan kualitas pelayanan dan citra lembaga dikategorikan cukup, maka direkomendasikan untuk:
  - a. Teller dan marketing yang cenderung setiap hari bertemu dan melayani nasabah haruslah lebih bersabar ketika melayani nasabah yang sulit.
  - b. Berikan system keluhan dan saran untuk mengukur seberapa puas nasabah terhadap pelayanan yang diberikan BMT Fajar Cabang Bandar Lampung, dengan cara menyediakan kotak saran untuk nasabah dan mempersilahkan nasabah untuk menyampaikan penilaian mengenai pelayanan BMT Fajar Cabang Bandar Lampung
  - c. Diperlukannya penambahan karyawan BMT Fajar Cabang Bandar Lampung, sehingga pelayanan menjadi efisien dan efektif
2. Peneliti Selanjutnya
  - a. Mengingat penelitian yang peneliti lakukan ini masih kurang dan jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan kemampuan peneliti. maka diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk

dapat meneliti dan mengkaji dari berbagai segi atau aspek yang berkaitan dengan Strategi Pelayanan dengan Konsep Service Excellent untuk mengembangkan BMT-BMT di Indonesia khususnya di pelayanan nasabah.

- b. Mengingat variabel nilai budaya dan persepsi masyarakat mempunyai pengaruh R Square hanya sebesar 25,6%. Sedangkan sisanya sebanyak 74,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini. Sebagaimana masih terdapat variabelvariabel lain untuk diteliti, maka untuk penelitian selanjutnya sebaiknya mencari variabel-variabel lain, karena teori dalam memuaskan nasabah masih sangat banyak dan perlu di teliti kembali.



## DAFTAR RUJUKAN

### BUKU

- Budi, Yulia. (2006) *"Ilmu Budaya Dasar"*. (Jakarta: Universitas Terbuka)
- Koeswara, Sonny, (1995) *"Pemasaran Industri (Industrial Marketing)"*. (Jakarta: Djambatan)
- Luthfi Hamidi, M. ( 2003) *" Jejak-jejak Ekonomi Syariah"*. (Jakarta: Senayan Abadi Publishing)
- Munandar Soelaeman, M. (2005) *"ilmu Budaya Dasar Suatu pengantar"*. (Bandung: PT.Refika Aditama)
- Naqvi, Syed Nawab Haider, (2009) *"Menggagas Ilmu Ekonomi Islam"*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar)
- Nasution, M. Nur, (2005) *"Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management ) Edisi Kedua"*. (Bogor: Ghalia Indonesia) :
- Nur Rianto Al- Arif, M. (2010) *"Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah"*. (Bandung : Alfabeta)
- Prasetyo, Joko Tri. (1998) *"ilmu budaya dasar (Komponen MKDU)"*. (Jakarta : PT.Rineka Cipta)
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional,(2007) *"Kamus Besar Bahasa Indonesia"*. Ed. 3, cet. 4. (Jakarta: Balai Pustaka)
- Sukidin, Basrowi, dan Agus wiyaka. (2003) *"Pengantar Ilmu Budaya"*. (Surabaya: Insan Cendekia)
- Ratna, Nyoman Kutha, (2005) *Sastra dan Cultural Studies: Representasi Fiksi dan Fakta"*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar)
- Septi, Atik Ratminto, (2005) *"Manajemen Pelayana: pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal"*. (Yogyakarta: Pustaka Belajar)

Sobirin, Achmad. (2007) “ *Budaya Organisasi*”. (Yogyakarta : UPP STIM YKPN)

Sugiyono, (2014), *Metode Penelitian Bisnis* (Jakarta: Alfabeta)

Sugiyono, ( 2011), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta).

Sugiyono, (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta).

Sugiyono, (2014) *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta)

Umar, Husein, (2010) “*Desain Penelitian Manajemen Strategik*”. (Jakarta: Raja Grafindo)

Walgito, Bimo. (2010) “*Pengantar Psikologi Umum*” . (Yogyakarta: Andi Offset)

Widagdho, Djoko. (2008) “*Ilmu Budaya Dasar*”. Edisi 1, (Jakarta : bumi aksara)

Widyosiswoyo , Supartono. (2004) “*Ilmu Budaya Dasar*”. Cet. 5 (ed. rev), (Jakarta : Ghalia Indonesia)

## **JURNAL**

Adam, M. Afani dan Lili Safitri, (2022), *Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan BMT Assyafiiyah Cabang Sendang Agung Kecamatan Sendang Agung*. (Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah), Vol.1, No.1

Andespa, Roni, (2017) *Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah*. (Jurnal Kajian Ekonomi Islam) Vol.2, No.1.

Asih, Nyoman Suparmanti. (2016) *Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellent) Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraj*. (Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksh) Vol. 7 No. 2.

- Hidayat, Solikhul. (2018), *Persepsi Masyarakat Terhadap Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. (Journal of Islamic Economics)* Vol.2, No. 2
- Iffah, Lailatul, M. Faisal Abdullah, dan Yulis Nurul Aini, (2018) *Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang. (Jurnal Ekonomi Syariah)* Vol.3,No.1
- Kurniawan, Danang. (2020) *Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah. (Journal of Sharia Economic Law)* Vol. 3,No.1
- Pasrizal, Himyar. (2012) *Pengaruh Kepribadian, Kelas Sosial, dan Budaya Pengusaha terhadap Strategi Pemasaran dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Sumatera Barat. (Jurnal Aplikasi Manajemen)* Vol. 1, No. 4
- Prastiwi, Iin Emy , dan Muhammad Naufal Zuhdi, (2022) *Analysis Of Factors Affecting Interest In Saving In Islamic Bank: Knowledge, Social Environment And Psychological Factors. (International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR))*, Vol. 6, No. 2,
- Putri, Yulia Hamdaini, dan Ahmad Syathiri, (2016) *Pengaruh Persepsi Dan Minat Terhadap Keberadaan Baitul Mal Wattamwil (Bmt) Di Kota Palembang. (Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya)* Vol.14. No.3
- Sarah Arfiani, Metti Paramita, dan Andri Brawijaya, (2018) “*Persepsi Masyarakat mengenai service excellent pria dan wanita terhadap loyalitas nasabah*”. (Jurnal Nisbah) Vol. 4, No.2
- Setiawan, Ari dan Rizqa Ramadhaning Tya, (2012) *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. (Journal of Islamic Economisc an Banking)* Vol. 3, No.2



Supiani, Fawza Rahmat, dan Fajar Budiman. (2021), *Pengaruh Budaya Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. (Journal Islamic Banking and Finance)* Vol.1 No.1,

Wibowo, Anshor dan Nia Hariyati. (2020), *Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat non Muslim terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah Mandiri kantor cabang pembantu Bengkalis, JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* Vol.1, No. 1

Yulaifa, Atin. (2011), *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah, (Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*

Zainul Wathani, M. Afiati Kurniasih, (2015) *“Konsep Service Excellence perbankan Syariah Berdasarkan Al-Qur’an. (Jurnal Nisbah)* Vol.1, No. 1

