

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) ini setingkat dengan koperasi, namun dalam penerapannya *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) berprinsip pada Syariah.¹ *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) adalah lembaga keuangan Syariah yang menyatukan dua bidang keuangan, yaitu **bidang Baitul Maal** dan **bidang Tamwil**.² Pada bidang Baitul Maal, *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) merupakan rumah usaha yang melaksanakan penerimaan dana infaq, shodaqoh, dan zakat. Namun dengan konsep *tamwil*, *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) lahir untuk pelaksanaan usaha produktif yang murni, dalam memperoleh keuntungan pada sektor mikro atau masyarakat menengah ke bawah.

Namun dalam praktiknya, tidak jarang ditemukan beberapa masalah terhadap pengelolaan perusahaan dan ketidakberhasilan memuaskan nasabah, walaupun tidak berlaku sepenuhnya. Adapun beberapa kendala yang terjadi pada *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) secara umum, seperti:³

1. Pembiayaan yang dibagikan oleh *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT), sebagai modal usaha nasabah belum tentu cukup.
2. Walaupun keberadaan *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) banyak dikenal, namun tidak sedikit nasabah yang memilih berhubungan dengan rentenir. Karena lebih memilih untuk mendapatkan pemenuhan dana yang memadai, meskipun harus membayar bunga yang besar.
3. *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT), cenderung menghadapi mitra sesamanya sebagai lawan perusahaan yang harus dikalahkan. Sehingga mempengaruhi pola pengelolaan, dari *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT)

¹ Nurul Huda Mohammad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, cet. ke-2 (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010), 363.

² TataWeb, "Sejarah Singkat Tentang KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jatim", dalam <<https://www.bmtmandirisejahtera.co.id/profil/>>, diakses tanggal 22 Desember 2021.

³ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, cet. ke-1 (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 317.

tersebut secara lebih pragmatis. Bahkan dapat menciptakan suasana bersaing yang tidak Islami.

4. Beberapa *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) hampir menghadapi masalah serupa, seperti nasabah yang memiliki masalah angsuran di beberapa tempat yang serupa.
5. Terdapat kecenderungan *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) dalam mendapatkan nasabah, karena nasabah banyak yang mempertimbangkan besarnya bunga di bank konvensional, terutama untuk produk yang berprinsip jual beli. Sehingga nasabah lebih memikirkan *profit oriented* dibanding aspek Syariah.
6. Penurunan jumlah nasabah di masa pandemi Covid-19.

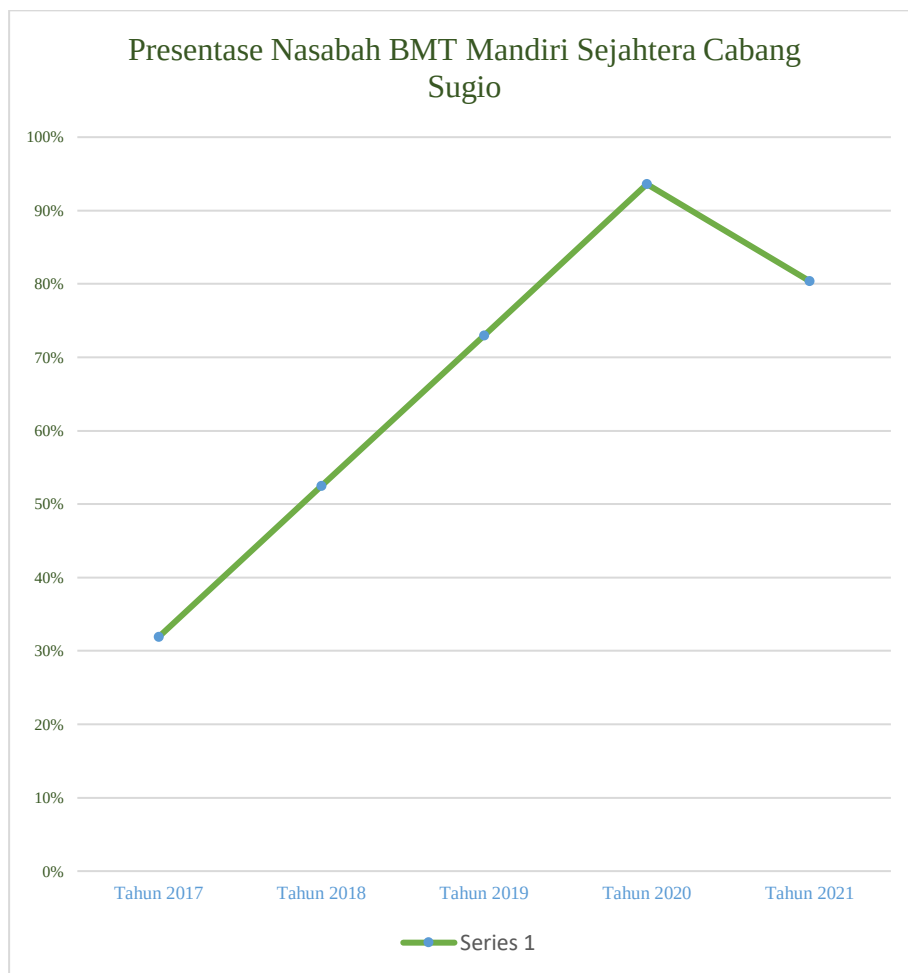
Seperti survei awal yang dilakukan peneliti, jumlah nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan sendiri meningkat setiap tahunnya. Namun, pada tahun 2021, dimana merupakan masa pandemi Covid-19, jumlah nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan tercatat menurun. Adapun rincian jumlah nasabah dari awal pendirian BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamonganyaitu pada periode 2017 hingga 2021 yaitu sebagai berikut:

No.	Tahun	Total Nasabah
1.	2017	319
2.	2018	525
3.	2019	730
4.	2020	936
5.	2021	804

Tabel 1. Jumlah Nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio

Sumber data: Data primer hasil wawancara dengan pihak BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio

Jika dilihat pada tabel di atas, jumlah nasabah dari tahun 2020 menuju 2021 menurun. Jumlah tersebut turun sebanyak 132 orang atau sama dengan 13,2%. Penurunan tersebut dapat digambarkan dalam grafik di bawah ini:



Gambar 1. Presentase Nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan

Sumber Data: Data primer hasil wawancara hasil wawancara dengan pihak BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio

Melihat grafik di atas, maka dapat diketahui jika jumlah nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan naik sebesar 20,6% dari tahun 2017 ke tahun 2018. Kemudian presentase jumlah nasabah di tahun 2019 juga naik sebanyak 20,5% dari tahun 2018. Jumlah nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan juga tercatat meningkat pada tahun 2020 sebesar

20,6% dari tahun 2019. Namun terlihat pada tahun 2021 jumlah nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan menurun sebanyak 13,2% dari total nasabah pada tahun 2020. Dengan demikian, dapat diketahui rata-rata peningkatan nasabah di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan setiap tahunnya sebanyak 19,08%.

Selain permasalahan di atas, saat ini nasabah juga semakin pintar dan selektif pada setiap pemilihan keputusannya. Karena pada dasarnya, nasabah pasti selalu ingin mendapat pelayanan terbaik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Banyak juga nasabah yang sadar, jika memiliki hak dalam menerima pelayanan yang baik, untuk menyesuaikan biaya yang dikeluarkan dengan keinginan yang diterima. Tidak sedikit juga nasabah yang selalu menilai dan membandingkan suatu layanan yang diterima, dengan harapan atau keinginan pribadi. Sehingga *Baitul Maal wa Tamwil* atau BMT harus bisa memenuhi dan menyesuaikan harapan dan kebutuhan nasabahnya.

Untuk itu, *Baitul Maal wa Tamwil* atau BMT perlu mengetahui faktor apa saja yang akan mempengaruhi kepuasan nasabahnya. Karena kepuasan nasabah akan menjadi tameng yang baik bagi perusahaan, untuk melawan para pesaing bisnis. Apalagi perusahaan yang sukses membuat nasabahnya selalu puas, pastinya menjadi pemenang dalam persaingan bisnis. Sementara itu, ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh *Baitul Maal wa Tamwil* atau BMT, dalam memenuhi kepuasan nasabahnya seperti kualitas produk, kualitas pelayanan atau jasa, emosional, harga dan kemudahan.⁴

Pada umumnya, nasabah akan merasa puas apabila perusahaan dapat memastikan, jika produk dan pelayanan yang diberikan sudah baik dan berkualitas. Kepuasan tersebut akan dibuktikan dengan kembalinya nasabah atau terjadi proses transaksi berulang antara nasabah dan perusahaan tersebut. Kemungkinan yang lebih baik yaitu nasabah akan menambah kuantitas dari transaksi tersebut. Jika nasabah memiliki kepuasan yang tinggi, juga tidak menutup kemungkinan jika mereka akan merekomendasikan perusahaan kita

⁴ Dedy A. Hamdani Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, cet. ke-2 (Jakarta: Salemba Empat, 2011).

kepada orang di sekitarnya. Apalagi jika kualitas produk yang dimiliki perusahaan sama dengan produk lain, tetapi penawaran harga relatif lebih murah, ditambah nasabah tidak perlu mengeluarkan biaya lebih atas produk atau jasa tersebut, sudah pasti akan membuat nasabah semakin puas.

Untuk itu, pelayanan yang diberikan oleh *Baitul Maal wa Tamwil* atau BMT, salah satunya yaitu BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan, harus mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan kepada nasabah untuk mencapai kepuasan nasabah.⁵ Karena kepuasan nasabah tersebut, akan berdampak terhadap peningkatan jumlah nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan dari waktu ke waktu. Dengan mengetahui tingkat kepuasan nasabahnya, BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan dapat menyesuaikan kebutuhan dan minat nasabah. Karena jika dilihat dari produk yang terjual, minat nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan sendiri lebih banyak di produk pembiayaan dari pada di produk simpanan. Sehingga BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan cenderung menjadi *baitul tamwil* daripada *baitul maal*.

Dengan mengetahui kepuasan nasabahnya, BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan juga memiliki acuan dalam melakukan perbaikan, serta peningkatan kualitas pelayanan kedepannya. Kepuasan nasabah juga dapat dijadikan sebagai upaya dalam memenangkan persaingan, dalam menarik nasabah dengan instansi sejenis yang sudah ada di wilayah Sugio. Tidak hanya itu, masih banyak lagi manfaat yang akan diterima oleh BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan jika tingkat kepuasan pelanggan tercapai dengan sangat tinggi seperti, bisa menghindari resiko perputaran nasabah, menurunkan sensitivitas nasabah terhadap harga, menurunkan biaya kegagalan pemasaran, menurunkan biaya operasi akibat bertambahnya jumlah nasabah dan menambah reputasi baik BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan.

⁵ Conny Sondakh, "Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)", Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, No. 2, Vol. 1, 2018, 49–63.

Pengukuran kepuasan nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan, dapat dilakukan dengan menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* atau CSI. *Customer Satisfaction Index* atau CSI, adalah indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan, dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut dalam jasa atau produk yang diukur saat bertransaksi.⁶ CSI ini adalah analisis kuantitatif yang dapat mempresentasikan kepuasan nasabah, pada suatu survei kepuasan nasabah.

Sehingga dengan penelitian ini, BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan dapat mengetahui tingkat kepuasan nasabahnya dan seperti apa harapan nasabah agar bisa mencapai kepuasan tersebut, baik pada nasabah produk tabungan ataupun nasabah produk simpanan. Dengan begitu, BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan dapat mengambil langkah ke depan untuk meningkatkan kualitas, memenuhi dengan seimbang antara kebutuhan dan keinginan nasabah, dan dapat meningkatkan nasabah di tahun-tahun berikutnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Febria Ningtyas Putri Hidayat (2020) dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan BRI Syari’ah dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) (Studi Kasus pada Mahasiswa S.1 IAIN Purwokerto Angkatan 2016-2019)” menunjukkan bahwa, berdasarkan perhitungan menggunakan *Customer Satisfaction Index* atau CSI, nilai kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan BRI Syari’ah sebesar 79%, yang diartikan bahwa nasabah puas dengan kualitas pelayanan BRI Syari’ah. Namun jika dilihat berdasarkan kriteria nilai *Customer Satisfaction Index* atau CSI pada tabel 2.3, tingkat kepuasan nasabah secara menyeluruh sebesar 81% hingga 100%, artinya nasabah belum sepenuhnya puas terhadap kualitas pelayanan BRI Syari’ah. Selain itu, penggabungan metode CSI dengan IPA mengakibatkan perbedaan terhadap penilaian beberapa atribut, sehingga

⁶ Febria Ningtyas Putri Hidayat, "Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan BRI Syari’ah dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) (Studi Kasus Pada Mahasiswa S.1 IAIN Purwokerto Angkatan 2016-2019)" Institut Agama Islam Negri (IAIN) Purwokerto, 2020, 1-61.

mempengaruhi penilaian tingkat kepuasan nasabah dalam penggunaan metode CSI yang sangat signifikan.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Yudi Siyamto (2017) dengan judul “Kualitas pelayanan Bank dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Terhadap Kepuasan Nasabah” menunjukkan jika berdasarkan perhitungan menggunakan *Customer Satisfaction Index* atau CSI, nilai kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank sebesar 80,80%, yang diartikan bahwa nasabah puas. Namun jika dilihat berdasarkan kriteria nilai *Customer Satisfaction Index* atau CSI pada tabel index Fitriana (2014), tingkat kepuasan nasabah secara menyeluruh sebesar 81% hingga 100%, artinya nasabah belum sepenuhnya puas dengan kualitas pelayanan Bank. Perhitungan tersebut juga masih jauh dari hasil penilaian menggunakan *Importance Performance Analysis* pada penelitian tersebut, sebesar 95,21%.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Duwi Budianto (2013) dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) (Studi Kasus: Minimarket GARUDA Pekanbaru)”. Sesuai hasil pengolahan data yang telah dilakukan, dalam penelitian ini masih ada harapan atau kepentingan konsumen yang belum bisa dipenuhi oleh pihak Minimarket GARUDA Pekanbaru, yang bisa diketahui dari nilai CSI yang di hasilkan yaitu sebesar 50,30% yang didasari tabel Index CSI Aritonang (2005) masih tergolong dalam kriteria kurang puas. Begitu juga dengan hasil dari penelitian Sabda Dian Nurani Siahaan dan Fauzia Agustini (2021) dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) (Studi Kasus Pada BNI UNIMED)” menunjukkan jika kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan BNI Universitas Negri Medan, dihitung menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* atau CSI diperoleh sebesar 66%, angka tersebut di indikasikan jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan BNI Universitas

Nagri Medan. Padahal berdasarkan table 5, kriteria tingkat kepuasan secara menyeluruh berada pada angka 81%-100%.

Sementara hasil dari penelitian Haris Fadillah, Aulia F. Hadining, dan Rianita Puspa Sari (2020) dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan ABC Laundry dengan Menggunakan Metode *Service Quality*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)”, menunjukkan jika indeks kepuasan pelanggan ABC Laundry sebesar 91%. Hasil tersebut menunjukkan jika pelanggan sudah merasa sangat puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh pihak ABC Laundry. Namun penelitian ini diambil berdasarkan penelitian secara menyeluruh. Sehingga masih membutuhkan penilaian terhadap kualitas kepuasan nasabah, yang diambil berdasarkan penilaian per individu.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait tingkat kepuasan nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio, dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index* atau CSI. Sehingga penulis akan melakukan penelitian dengan judul “**ANALISIS KEPUASAN NASABAH DENGAN MENGGUNAKAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) (Studi Pada Nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan)**”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana kepuasan nasabah pada BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI)?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis yaitu, untuk mengetahui bagaimana kepuasan nasabah pada BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian diharapkan memberikan manfaat untuk peneliti-peneliti berikutnya dalam pengembangan keilmuan Ekonomi Syariah, khususnya yang terkait dengan Lembaga Keuangan Non-Bank.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Bagi lembaga, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan atau gagasan dalam meningkatkan mutu dan kepuasan nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan.
- 2) Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah serta memperluas wawasan berfikir dalam bidang Lembaga Keuangan Non-Bank.
- 3) Bagi pembaca pada umumnya, penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai analisis kepuasan nasabah dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index* atau CSI.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan sebuah deskripsi ringkas mengenai penelitian permasalahan yang akan dilakukan. Agar penelitian ini memperoleh hasil yang maksimal, penulis akan menjabarkan penelitian terdahulu yang akan digunakan untuk mendukung pembahasan penelitian ini, diantaranya ada beberapa kajian pustaka sebagai berikut:

1. Skripsi Febria Ningtyas Putri Hidayat, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, (2020) dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan BRI Syari’ah dengan Metode *Importance Performance*

Analysis (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) (Studi Kasus pada Mahasiswa S.1 IAIN Purwokerto Angkatan 2016-2019)".⁷ Berdasarkan perhitungan menggunakan *Customer Satisfaction Index* atau CSI, nilai kepuasan terhadap kualitas pelayanan Bank BRI Syari'ah pada penelitian ini sebesar 79%, yang diartikan jika nasabah puas dengan kualitas pelayanan Bank BRI Syari'ah. Namun jika dilihat berdasarkan kriteria nilai *Customer Satisfaction Index* atau CSI pada tabel 2.3, tingkat kepuasan nasabah secara menyeluruh sebesar 81% hingga 100%, artinya nasabah belum sepenuhnya puas dengan kualitas pelayanan Bank BRI Syari'ah. Selain itu, penggabungan metode CSI dengan IPA mengakibatkan perbedaan terhadap penilaian beberapa atribut, sehingga mempengaruhi penilaian tingkat kepuasan nasabah dalam penggunaan metode CSI yang sangat signifikan. Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, instrument penelitian, dan atribut yang di gunakan. Pengolahan data dalam penelitian selanjutnya juga ingin memfokuskan metode yang di gunakan, yaitu dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* atau CSI saja, agar penilaian pada atribut-atribut yang di gunakan tidak terbagi dan terpecah menjadi beberapa prioritas.

2. Skripsi Duwi Budianto, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru, (2013) dengan judul "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) (Studi Kasus: Minimarket GARUDA Pekanbaru)".⁸ Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini, ternyata masih ada kepentingan atau harapan pelanggan yang belum di penuhi oleh pihak Minimarket GARUDA Pekanbaru, yang bisa

⁷ Febria, "Analisis Tingkat...", 1-61.

⁸ Duwi Budianto, "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) (Studi Kasus: Minimarket GARUDA Pekanbaru)" Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2013.

dilihat dari nilai CSI sebesar 50.30 %. Nilai tersebut didasari oleh tabel Index CSI Aritonang (2005), dimana nilai tersebut masih tergolong dalam kriteria kurang puas. Artinya sebagian besar konsumen merasa kurang puas dengan pelayan yang diberikan oleh pihak perusahaan, dan tentunya akan mempengaruhi minat beli pelanggan Minimarket GARUDA Pekanbaru. Perbedaan penelitian dengan terdahulu terletak pada atribut, populasi, dan sampel yang di gunakan yang di gunakan. Penelitian saat ini juga menggunakan penilaian per individu, sementara penelitian terdahulu berdasarkan demografi responden.

3. Jurnal Haris Fadillah, Aulia F. Hadining, dan Rianita Puspa Sari, Jurnal Teknik Industri, Vol. 15, No. 1, Januari 2020 dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan ABC Laundry dengan Menggunakan Metode *Service Quality, Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)”.⁹ Hasil penelitian ini berdasarkan analisis menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), dapat diketahui bahwa Indeks Kepuasan Pelanggan ABC Laundry sebesar 91%. Hal ini menyatakan bahwa pelanggan sudah merasa sangat puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh pihak ABC Laundry. Perbedaan penelitian dengan terdahulu yaitu, penilaian kepuasan pelanggan diambil berdasarkan penilaian secara menyeluruh. Sementara pada penelitian saat ini diambil berdasarkan penilaian kepuasan nasabah per individu dengan nilai kriteria yang berbeda. Pengolahan data dalam penelitian ini juga ingin memfokuskan metode yang di gunakan, yaitu dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* atau CSI, agar penilaian pada atribut-atribut yang di gunakan tidak terbagi dan terpecah menjadi beberapa prioritas.

⁹ Haris Fadillah, Aulia F Hadining, dan Rianita Puspa Sari, "Analisis Kepuasan Pelanggan ABC Laundry dengan Menggunakan Metode *Service Quality, Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)", *Jurnal Teknik Industri*, No. 15, Vol. 1, 2020, 1–10.

4. Jurnal Sabda Dian Nurani Siahan dan Fauzia Agustini, *Journal of Business and Economics Research* (JBE), Vol. 2, No. 1, Februari 2021 dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) (Studi Kasus Pada BNI UNIMED)”.¹⁰ Berdasarkan hasil data yang telah dilakukan, dapat diketahui jika kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan BNI Universitas Negeri Medan dengan Metode *Customer Satisfaction Index* atau CSI sebesar 66%, mengindikasikan jika pelanggan merasa puas. Padahal berdasarkan table 5, kriteria tingkat kepuasan secara menyeluruh berada pada angka 81%-100%. Sementara perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya yaitu, pada tingkat kepentingan yang digunakan, populasi, dan sampel.
5. Jurnal Yudi Siyamto, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03, No. 01, Maret 2017 dengan judul “Kualitas Pelayanan Bank dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Terhadap Kepuasan Nasabah”.¹¹ Berdasarkan perhitungan menggunakan *Customer Satisfaction Index* atau CSI menunjukkan, nilai kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank sebesar 80,80%, yang diartikan bahwa nasabah puas. Namun jika dilihat berdasarkan kriteria nilai *Customer Satisfaction Index* atau CSI pada table index Fitriana (2014), tingkat kepuasan nasabah secara menyeluruh sebesar 81% hingga 100%, artinya nasabah belum sepenuhnya puas dengan kualitas pelayanan Bank. Perhitungan tersebut juga masih jauh dari hasil penilaian menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pada penelitian tersebut, sebesar 95,21%. Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, instrument penelitian, dan atribut yang digunakan. Pengolahan data dalam penelitian selanjutnya juga ingin memfokuskan metode yang digunakan, yaitu dengan

¹⁰ Sabda Dian, Nurani Siahan, dan Fauzia Agustini, ‘Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) (Studi Kasus Pada BNI UNIMED)’, *Journal of Business and Economics Research*, No. 2, Vol. 1, 2021, 13–19.

¹¹ Yudi Siyamto, "Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Terhadap Kepuasan Nasabah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, No. 3, Vol. 1, 2017, 63–76.

menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* atau CSI saja, agar penilaian pada atribut-atribut yang di gunakan tidak terbagi dan terpecah menjadi beberapa prioritas.

6. Jurnal Siti Husna Ainu Syukri, Jurnal Ilmiah Teknik Industri, Vol.13, No. 2, Desember 2014 dengan judul “Penerapan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan Analisis *GAP* Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja”.¹² Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian sebelumnya, terletak pada populasi, sampel, instrumen penelitian, penentuan jumlah responden, dan penggunaan kriteria kepuasan. Berdasarkan penelitian sebelumnya, perhitungan dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) tidak jelas karena tidak di cantumkan. Sehingga menyulitkan pembaca untuk memahami dari mana hasil tersebut di peroleh. Sehingga dalam penelitian selanjutnya akan dibahas bagaimana perhitungan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti akan membahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini peneliti akan membahas mengenai teori-teori yang terkait dengan penelitian, seperti teori tentang *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT), kepuasan nasabah dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

¹² Siti Husna and Ainu Syukri, "Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis Gap Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja", *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, No. 13, Vol. 2, 2014, 103–11.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan membahas metode yang akan digunakan dalam penelitian mencakup jenis penelitian, populasi, sampel, pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan membahas secara umum objek penelitian, jawaban dari rumusan masalah dan pembahasan mengenai hasil temuan dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan kesimpulan penelitian yang telah dibahas. Bab ini juga berisi mengenai saran, yang salah satunya bisa digunakan oleh peneliti selanjutnya, dengan harapan dapat memperluas objek yang diteliti atau menambah variabel serta tahun dalam penelitian selanjutnya.