

Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di PT. Permodalan Nasional Madani Ulamm Syariah Cabang Bangko

Habriyanto Habriyanto

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email : Habriyanto@uinjambi.ac.id

Bambang Kurniawan

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email : bambangkurniawan@uinjambi.ac.id

Husnul Khotimah

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email : husnulkht07@gmail.com

Korespondensi penulis: Habriyanto@uinjambi.ac.id*

Abstract. Until now, there are still many who are afraid to start a business, including online business, so a real manifestation of a successful businessman has high self-efficacy/ability in starting a business. Apart from having the ability, a businessman must also be able to understand marketing planning and strategy. well in developing a business so that the business succeeds as expected, therefore the purpose of this research is to find out: 1) How is the self-efficacy of entrepreneurs in online business for FEBI students, 2) What is the strategy for developing entrepreneurship in online business for FEBI students, 3) What are the obstacles faced in developing entrepreneurs in the online business of FEBI students. This type of research is qualitative with a descriptive approach, and the methods used in data collection are observation, interviews and documentation. The subjects in this study were students who had been running their online business for more than 3 years. The number of subjects in this study were 10 people. The results of this study note that FEBI students have high self-efficacy in online business or entrepreneurship, students are confident in their abilities and have expectations for their abilities in doing business online, in building confidence students obtain from several sources, namely personal experience, other people's experiences, verbal persuasion and emotional state. In the student business development strategy it is still not running well and efficiently, and there are obstacles to student businesses such as suppliers, competitors, capital and customers.

Keywords: self-efficacy, strategies, and constraints.

Abstrak. Sampai saat ini masih banyak yang takut untuk memulai bisnis termasuk bisnis online, maka wujud nyata dari seorang pebisnis yang sukses memiliki kemampuan/kepercayaan diri (*self efficacy*) yang tinggi dalam memulai bisnis, selain memiliki kemampuan, pebisnis juga harus mampu memahami perencanaan dan strategi pemasaran dengan baik dalam mengembangkan suatu bisnis agar bisnis berhasil sesuai harapan, maka dari itu tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui: 1) Bagaimana efikasi diri (*self efficacy*) wirausahawan pada bisnis online mahasiswa FEBI, 2) Bagaimana strategi pengembangan wirausahawan pada bisnis online mahasiswa FEBI, 3) Apa saja kendala yang dihadapi dalam pengembangan wirausahawan pada bisnis online mahasiswa FEBI. Jenis penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dan metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang telah menjalankan bisnis online-nya 3 tahun lebih. Jumlah subjek dalam penelitian ini sebanyak 10 orang. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa mahasiswa FEBI memiliki efikasi diri yang tinggi dalam berbisnis online atau berwirausaha, mahasiswa yakin terhadap kemampuan dirinya dan memiliki harapan atas kemampuan mereka dalam berbisnis online, dalam membangun keyakinan mahasiswa peroleh dari beberapa sumber yaitu pengalaman pribadi, pengalaman orang lain, persuasi verbal dan kondisi emosi. Dalam strategi pengembangan bisnis mahasiswa masih belum berjalan dengan baik dan efisien, dan terdapat kendala pada bisnis mahasiswa seperti supplier, pesaing, permodalan dan pelanggan.

Kata kunci: efikasi diri, strategi, dan kendala.

LATAR BELAKANG

Di dunia modern, pertumbuhan sektor keuangan syariah nampaknya terjadi dengan sangat cepat. Pertumbuhan ini terlihat tidak hanya di perPNMan syariah tetapi juga dalam pengembangan organisasi Islam. Mengingat bencana keuangan pada tahun 1997, perjalanan sejarah aktual Indonesia menuju perbaikan moneter telah menimbulkan kekhawatiran tentang kelangsungan hidup usaha kecil, menengah dan koperasi di masa depan.

Prinsip dasar ini kemudian diakui oleh pejabat pemerintah yang pada tanggal 1 Juni 1999 mendirikan PT Permodalan Nasional Madani (Persero) sebagai Badan Usaha Milik Negara dengan tanggung jawab luar biasa untuk memberdayakan Usaha Kecil, Menengah dan Koperasi (UMKMK). Singkat PNM, juga dikenal sebagai PT Permodalan Nasional Madani (Persero), adalah perusahaan yang bergerak di bidang administrasi moneter non-perPNMan. Berdasarkan TAP XVI/MPR/1998, Letter of Intent dari International Monetary Fund tanggal 16 Maret 1999, PP No.38/99 tanggal 25 Mei 1999, dan Akta Notaris No.1 tanggal 1 Juni 1999, yang telah disetujui oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia No.C11.609.HT.01.01 tanggal 23 Juni 1999, PT Permodalan Nasional Madani (Persero) merupakan yayasan moneter luar biasa yang sahamnya sebesar Rp. 1,2 triliun disetujui sebagai modal organisasi, dan Rp. 300 miliar telah disimpan.

PNM menerima pendanaan melalui pemerintah, dan mereka sedang mengajukan pinjaman dalam dan luar negeri. Oleh karena itu, segmen usaha PNM Investment Management mengelola aset investasi untuk menghimpun pendanaan baik dari sumber domestik maupun internasional.

PNM atau PT Permodalan Nasional Madani (Persero) dikembangkan sebagai bagian dari rencana strategis pemerintah untuk meningkatkan keadilan ekonomi dan kesejahteraan rakyat dengan membuat program untuk membantu para pelaku UMKMK mendapatkan akses pembiayaan dan memperkuat kapasitas mereka.

Inisiatif pemerintah yang dikenal sebagai PT PNM, yang dimulai pada tahun 1999 untuk mengatasi masalah kemiskinan, pertama kali terungkap. PT Permodalan Nasional Madani (Persero) atau sering disebut PNM adalah lembaga keuangan yang dibentuk secara tegas untuk memenuhi tugas pemerintah dalam membina, menghidupi, dan melestarikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sebelumnya, PNM memberikan pembiayaan kepada UMKMK secara tidak langsung, melalui PNM, atau melalui BPR/S. Dengan mendirikan ULaMM pada tahun 2008, PNM melakukan perubahan korporasi dengan mengarahkan pendanaan ke UMKMK (Unit Layanan Modal Mikro). Saat ini, bisnis ULaMM telah berkembang pesat.

Salah satu layanan yang menyediakan pembiayaan bagi usaha mikro dan kecil adalah Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM). ULaMM ini semacam terobosan bagi korporasi karena pendanaan disalurkan langsung ke sektor korporasi maupun individu. Keunggulan ULaMM sendiri telah dilengkapi dengan pelatihan, layanan konsultasi, pendampingan, serta dukungan pengelolaan keuangan dan akses pasar bagi konsumen sejak diluncurkan pada Agustus 2008. Strategi pemasaran diperlukan dalam hal ini untuk mengarahkan pendanaan kepada masyarakat luas. Untuk membantu mereka membangun perusahaan. Pembiayaan adalah proses dimana uang diberikan kepada ULaMM Syariah untuk digunakan dalam transaksi yang melibatkan pembelian dan penjualan barang dan jasa oleh pelanggan. Produk pembiayaan yang dimanfaatkan oleh ULaMM Syariah dengan akad Murabahah merupakan hasil penyaluran dana lembaga keuangan kepada masyarakat dalam bentuk jual beli barang dengan harga asal dan tambahan keuntungan yang telah dinegosiasikan antara PNM dan nasabah. Salah satu pendekatan yang akan digunakan dalam hal pelayanan adalah Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM). Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM) tidak diragukan lagi membutuhkan sejumlah tindakan terkait layanan.

Layanan yang baik akan bekerja untuk menarik pelanggan dan memungkinkan pengembangan suatu produk. Bisnis yang menggunakan taktik ini untuk menarik klien atau pelanggan. Beberapa sumber daya manusia telah merancang strategi akuisisi konsumen atau pelanggan. Beberapa institusi menggunakan taktik memberikan layanan untuk menarik pelanggan. Sebuah institusi menempatkan prioritas tinggi pada layanan yang ditawarkannya kepada masyarakat.

Alat utama untuk meningkatkan bisnis adalah rencana layanan. Strategi layanan adalah teknik untuk memperhatikan dan memenuhi kebutuhan seseorang. Menurut Mudrajad, strategi itu adalah teknik untuk mencapai tujuan bersama dalam jangka panjang. Menurut Gronroos, menyediakan layanan adalah aktivitas tak terlihat yang dapat menyebabkan interaksi antara penjual dan pembeli.

Salah satu teknik untuk meningkatkan kebahagiaan pelanggan adalah strategi pelayanan. Konsumen memainkan peran penting dalam layanan. Kebahagiaan konsumen melibatkan perbandingan manfaat yang diterima dan barang yang dikorbankan. Kebahagiaan pelanggan sangat penting untuk bisnis dalam memikat klien baru. Tingkat kepuasan juga mempengaruhi seberapa baik suatu produk atau jasa dibuat.

Memberikan pelayanan terbaik kepada klien dan konsumen merupakan salah satu cara untuk memuaskan mereka. Hal ini terbukti dari fakta bahwa berbagai faktor dapat memberikan kontribusi untuk kepuasan pelanggan, termasuk nilai pelanggan total, yang meliputi nilai

produk, nilai layanan, nilai pribadi, dan nilai gambar atau gambar, dan total biaya pelanggan, yang meliputi biaya moneter, waktu. biaya, biaya usaha, dan biaya pikiran. Tingkat kepuasan penerima layanan digunakan untuk mengukur efektivitas penyampaian layanan. Ketika layanan diberikan sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diharapkan, penerima layanan merasa puas. Sebaliknya, situasi ketidakpuasan terjadi ketika pelanggan menggunakan atau mengalami layanan yang mereka peroleh dan percaya bahwa kinerja produk jauh dari harapan. Ketidakpuasan dapat menyebabkan berbagai perilaku komplain, termasuk sikap buruk terhadap produk, pembuat, atau penyedia layanan.

Menerapkan strategi layanan, memposisikan diri sebagai aktivitas positif, dan menghadirkan manfaat utama produk yang unik ke pasar adalah beberapa cara untuk menarik perhatian pelanggan dan membantu mereka menghasilkan pendapat positif tentang produk tersebut. Bisnis yang pandai memposisikan produknya dengan baik berhasil menciptakan citra produk tersebut di benak konsumen.

Kepuasan pelanggan/konsumen mengukur seberapa puas seorang pelanggan/konsumen dengan pengalamannya setelah menimbang harapannya terhadap apa yang diterimanya. Kemungkinan besar seorang konsumen akan tetap menjadi pelanggan untuk waktu yang sangat lama jika mereka senang dengan nilai yang ditawarkan oleh produk atau layanan yang ditawarkan. Konsep kepuasan pelanggan/konsumen telah menjadi penting untuk diskusi dalam bisnis dan manajemen. Keadaan emosional seseorang baik senang maupun sedih itulah yang kita sebut sebagai kepuasan. Kualitas layanan perusahaan tidak diragukan lagi memiliki lebih dari kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Ia harus menjunjung tinggi prinsip-prinsip syariah sebagai seorang muslim untuk menghargai pentingnya kesalehan dan menunjukkan konsistensi agamanya dalam menjalankan tujuan hukum Islam.

Koperasi perPNMan merupakan jasa peminjaman, oleh karena itu untuk meningkatkan kinerja koperasi dan kepercayaan nasabah maka pelayanan yang ditawarkan harus dapat memuaskan nasabahnya. Koperasi simpan pinjam dapat tetap hidup dengan memberikan pelayanan sedemikian rupa sehingga klien mereka mendekati dan mempekerjakan mereka secara teratur. Untuk mencegah konsumen tersebut beralih PNM, program layanan pelanggan yang ditawarkan adalah yang terbaik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji produk ULaMM Syariah di PT. Cabang PNM (Persero), salah satu pelaku komersial yang bergerak di bidang koperasi simpan pinjam. Cabang ini mengutamakan penyediaan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan guna mendongkrak kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, PT PNM (Persero) Cabang Bangko sangat mengutamakan pelayanan. Bagi pihak PNM, membuat

nasabah senang dengan pelayanan yang ditawarkan oleh PT. PNM (Persero) Cabang Bangko merupakan penggerak dibalik penyediaan layanan cepat dan berkualitas tinggi.

Untuk lebih mudah memahami makna strategi pelayanan adalah pola penentuan keputusan yang dilakukan oleh customer service dalam bentuk pelayanan yang terbaik pada nasabah yang diberikan langsung kepada nasabah untuk memberikan kepuasan kepada nasabah dan adalah kualitas perlakuan yang diterima oleh nasabah selama berlangsung kontrak bisnis dengan perusahaan, dan pelayanan yang mengenai sasaran dalam arti sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan para pelanggan atau nasabah tersebut. Peluang dan hambatan untuk layanan pelanggan, serta semua tindakan yang mungkin atau mungkin tidak berdampak pada strategi yang digunakan untuk memberikan layanan yang berhubungan langsung dengan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara HRD, bahwa jumlah nasabah produk ULaMM Syariah pada PT. PNM (Persero) Cabang Bangko dalam waktu Lima tahun dapat dilihat pada table berikut ini.

Tabel 1. Jumlah Nasabah produk ULaMM Syariah pada PT. PNM (Persero) Cabang Bangko

Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase
2016	1247	23%
2017	1358	25%
2018	1076	20%
2019	998	18%
2020	816	15%
Total	5495	

Sumber : Data PT. PNM (Persero) Cabang Bangko, 2020

Terlihat jelas dari tabel 1 di atas bahwa saat ini lebih sedikit orang yang membeli produk ULaMM Syariah di PT PNM (Persero) Cabang Bangko dibandingkan lima tahun lalu. Pada tahun 2016, 1.247 klien, atau 23% dari total, diakuisisi oleh PT. PNM (Persero) Cabang Bangko. Kemudian, pada tahun 2017 jumlah nasabah berkurang 1.358 orang atau 25% lebih sedikit dibandingkan tahun 2016. Sebanyak 1.076 pelanggan atau 20% dari seluruh pelanggan hadir di tahun 2018. Tahun 2019 terjadi perubahan jumlah pelanggan menjadi 998, atau 18% pelanggan. Pada tahun 2020, terdapat 816 klien, atau 15% dari seluruh pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara HRD produk ULaMM Syariah pada PT. PNM (Persero) Cabang Bangko menjelaskan bahwa hasil rapat dan evaluasi kinerja bulanan masih di temukannya sikap karyawan ataupun bagian marketing yang acuh terhadap nasabah ketika nasabah berkonsultasi, selain itu juga karyawan terkadang sukar mengontrol emosi dan mental dalam menghadapi nasabah, ketika ada nasabah yang komplain terkait cicilan. Lebih lanjut pihak HRD juga mengatakan bahwa masih di temukannya kariwayan yang memiliki sikap tidak sopan ketika melayani nasabah, serta terkadang masih di temukannya pihak bagian staff

marketing yang suka membalkan temu janji kepada nasabah tanpa memberikan alasan yang jelas, bahkan sering di temukan taff yang tidak tepat waktu berdasarkan jadwal yang di sepekat oleh kedua belah pihak (pihak marketing UlaMM dan nasabah).

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan sebelumnya untuk melihat lebih spesifik lagi dengan melakukan penelitian sebagai berikut yang di angkat judul **“Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di PT. Permodalan Nasional Madani Ulamm Syariah Cabang Bangko”**.

KAJIAN TEORITIS

Definisi Strategi

Istilah strategi diawali atau bersumber dari dan populer didunia militer. Kata strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategos*, yang berarti jenderal, militer dan gabungan kata *stratos* (tentara) *ogo* (mempimpin). Menurut *Webster's new dictionary*, strategi adalah ilmu untuk merencanakan dan mengarahkan operasi-operasi militer berskala besar, mengarahkan pasukan ke posisi yang paling menguntungkan sebelum pertempuran yang sebenarnya dengan musuh. Sehingga penggunaan istilah strategi lebih dominan dalam situasi peperangan, sebagai tugas seorang komandan dalam menghadapi musuh, yang bertanggung jawab mengatur cara atau teknik untuk memenangkan peperangan.

Pengertian Pelayanan

Menurut Kasmir, pelayanan seseorang adalah setiap perbuatan atau perilaku yang berusaha untuk memuaskan pelanggan. Menurut Kotler pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan secara etimologi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dijelaskan bahwa pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan apa yang diperlukan seseorang

Kepuasan Nasabah

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan nasbaah. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan nya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kemudian karapan tersebut.

Menurut Philip Kotler, derajat kepuasan seseorang ditentukan oleh seberapa dekat hasil pekerjaannya, barang atau jasa yang diterimanya sesuai dengan harapannya. Konsep kepuasan Engel adalah: Ketidakpuasan pelanggan terjadi ketika hasil yang diterima tidak sesuai dengan harapan pelanggan, sedangkan kepuasan pelanggan adalah tinjauan pasca pembelian di mana

alternatif yang dipilih setidaknya menghasilkan hasil (outcome) yang sama atau melebihi harapan pelanggan.

METODE PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, PT. Ulamm Syariah Cabang Bangko menggunakan metodologi kualitatif sebagaimana peneliti berusaha untuk mendeskripsikan dan menyajikan gambaran informasi mengenai strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan produk ULaMM.

2. Jenis Penelitian

Peneliti bermaksud untuk mendapatkan pemahaman secara umum tentang pendekatan Unit Layanan Modal Mikro Syariah (ULaMM) untuk menarik minat masyarakat di PT. Ulamm Syariah Cabang Bangko, maka dalam penelitian ini digunakan metode penelitian deskriptif.

Lokasi dan Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dimulai dari Bulan Februari 2023 sampai dengan Maret 2023. Penelitian ini dilakukan di PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko

2. Objek Penelitian

Masyarakat umum dan pekerja PT. Ulamm Syariah Cabang Bangko menjadi informan penelitian ini. Peneliti menggunakan pendekatan convenience sampling, atau metode berdasarkan ketersediaan dan kesederhanaan pengumpulan sampel, untuk menentukan informasi.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah hal dari mana data dapat dikumpulkan. Peneliti telah menyiapkan berbagai prosedur, termasuk metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, data dibagi menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari partisipan penelitian; dalam situasi ini, peneliti menggunakan instrumen tertentu untuk melakukannya. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, peneliti mengumpulkan data primer. Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM) PT. Ibukota Negara Sipil (Persero) Cabang Bangko menjadi sumber data utama kajian ini. Oleh karena itu, data tersebut akan dilengkapi dengan data sekunder untuk menghindari kerancuan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas: struktur organisasi penyimpanan data, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder adalah suatu data yang diperoleh dari sumber lain seperti buku dan bukti dokumentasi (foto) saat peneliti survei kelapangan dengan tujuan dijadikan panduan penelitian dalam penyempurna penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kualitas Pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah produk UlaMM di PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko

Peran customer service pada PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko yaitu dimana customer service merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di front office yang berfungsi sebagai jembatan penghubung atau perantara bagi PNM dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk PNM yang tersedia.

Sesuai dengan fungsi dan tugas utamanya, Pelayanan yang diberikan oleh customer service kepada nasabah harus sesuai dengan SOP (Standart Operasional Prosedur) dan juga harus sesuai dengan “Pola Prima”. Sebagai customer service di PNM Syari’ah khususnya di PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko diharapkan untuk dapat mengimplementasikan pola layanan prima yang mempunyai arti bahwa sebagai jembatan penghubung antara nasabah dengan PNM, customer service harus melayani nasabah dengan semaksimal mungkin agar nasabah tetap nyaman berada di PNM kita.

Menurut hasil wawancara yang disampaikan oleh salah satu nasabah yaitu Ibu Evi dwi aryanti:

“Iya, buktinya kalau nasabah mengadu customer service bisa menangani permasalahan yang nasabah keluhkan dan juga selalu cepat tanggap dengan kemampuannya dalam melayani nasabah. Menurut saya customer service disini dalam menyelesaikan masalah yang selalu bersikap sopan, ramah dan setiti mendengarkan keluhan kita.”

Dari pemaparan yang dijelaskan oleh Ibu Evi dwi aryanti bahwasanya dengan salah satu sikap yang dimiliki customer service yang berkompeten bisa menjadi salah satu alternative pemecahan masalah, karena dengan kompetensi yang dimiliki otomatis customer service akan selalu dengan cepat tanggap dan secara tepat dengan kemampuannya melayani nasabah dengan baik, diharapkan dengan kompetensi yang dimiliki customer service bisa bersikap sopan, ramah dan tekun serta setiti, sabar menghadapi sifat dari nasabah yang berbeda-beda.

Menurut Bapak Surya Santoso menuturkan bahwa: “Iya, tapi kadang-kadang belum misalkan lambat dalam pelayanan jika terlalu banyak nasabah yang datang.”

Dari sedikit penuturan yang dipaparkan oleh Bapak Surya Santoso bahwa sekompetensi-kompetensinya customer service tetapi juga masih ada kekurangan, manusia memang tidak ada yang sempurna, kesempurnaan adalah milik Allah semata. Jadi terkadang customer service juga dalam pelayanannya masih lambat ketika banyak nasabah yang datang, meskipun begitu customer service sudah memberikan pelayanan sebaik mungkin, senyaman mungkin untuk nasabah.

Menurut hasil wawancara yang telah disampaikan oleh Ibu Mei Resnawati, beliau menuturkan bahwa:

“Sudah, menurut saya customer service di PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko ini sudah memberikan pelayanan yang maksimal untuk nasabahnya terutama juga saya karena mereka memahami apa yang saya keluhkan diwaktu saya bertanya tentang apa yang tidak saya mengerti, dan customer service selalu bersikap sopan, ramah, dan telaten dalam melayani nasabah.”

Dari pemaparan Ibu Mei Resnawati dapat ditarik kesimpulan bahwa customer service di PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko sudah memberikan pelayanan maksimalnya kepada para nasabah. Customer service juga selalu berusaha memahami dan memberikan solusi tentang semua keluhan yang nasabah sampaikan diwaktu nasabah mempertanyakan apa yang nasabah tidak mengerti serta dengan sikap yang sopan, ramah dan telaten tersebut dapat menarik nasabah agar nasabah tetap nyaman menggunakan jasa PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko ini.

Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Ibu Indriyanti Puspitasari:

“Penyampaian informasi yang selama ini sering menjadi masalah pada PNM-PNM, tapi menurut saya di PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko dilakukan dengan cepat dan tepat serta penyampaian informasinya sangat mudah dipahami.”

Dari pemaparan yang telah dijelaskan oleh Ibu Indriyanti Puspitasari bahwa terkadang penyampaian informasi juga mengalami kendala, mungkin karena masyarakat ataupun nasabah belum faham dalam dunia perPNMan. Itu menjadi salah satu tugas penting yang harus dilakukan oleh customer service yaitu menjelaskan dengan pelan, sabar, telaten dan teliti kepada para nasabah agar transaksi yang dilakukan antara nasabah dan PNM khususnya PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko dapat dilakukan secara tepat dan cepat dan semua kegiatan menjadi mudah dan lancar serta PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko ini dalam menyampaikan informasi sudah sangat mudah dipahami. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Iskandar :

“Ya, saya pernah mengalami kesulitan tapi saya dibantu dari awal sampai akhir saya melakukan transaksi di PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko. Para karyawan salah satunya customer service menurut saya pintar-pintar, tanggung jawab menyelesaikan tugasnya sampai tuntas.”

Dari pemaparan Bapak Iskandar bahwasanya ketika beliau pernah mengalami kesulitan, beliau dibantu menyelesaikan masalah serta keluhannya dengan sabar oleh customer service dari awal sampai akhir. Salah satu ciri dari pelayanan seorang customer service yaitu adanya keinginan dan kemauan karyawan PNM dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu pihak manajemen PNM perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan PNM mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Dan juga para customer service yang berkompeten, pintar dan memiliki pengetahuan yang luas yang bisa membuat para nasabah merasa dianggap sebagai raja.

Berdasarkan hasil pemaparan dari beberapa nasabah, bahwasannya customer service di PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko telah melakukan pelayanan secara maksimal kepada nasabahnya. Walaupun masih banyak kekurangan seperti keterlambatan dalam hal pelayanan karena terlalu banyaknya nasabah yang akan melakukan transaksi. Dengan kompetensi-kompetensi yang dimiliki, pihak PNM maupun customer service tetap memberikan pelayanan yang terbaik terhadap nasabah dengan sebaik-baiknya agar nasabah tetap merasa nyaman dan loyal dengan PNM tersebut.

2. Faktor penghambat strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah produk UlaMM di PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko

Dalam upaya meningkatkan pelayanannya PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko memiliki kendala- kendala. Adapun yang menjad faktor penghambat yang biasanya terjadi pada saat melakukan pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan Nasabah PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko, yakni:

a. Persaingan Antara Jasa Pembiayaan

Banyaknya jasa pembiayaan yang bermunculan tidak dapat dibendung lagi. Pertumbuhan usaha jasa pembiayaan cukup pesat. Satu penyelenggaraan jasa pembiayaan saja bisa mempunyai beberapa anak cabang pembantu di beberapa tempat dalam Suatu Daerah . Meski PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) masih terbilang yang baru berdiri namun perkembangan PNM juga tidak kalah dengan pertumbuhan perusahaan permodalan yang lain.

Hal ini sebagaimana menurut Sri Wahyuningsih selaku penyedia operasional pada PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko

“Salah satu tantangan adalah Persaingan antara jasa pembiayaan dan pesatnya pertumbuhan jasa pembiayaan di Kota maupun kabupaten Merangin menyebabkan persaingan tidak dapat terhindarkan. Apalagi setiap penyelenggaraan jasa pembiayaan mempunyai strategi pelayanan

masing-masing dalam memberikan kepuasan pada Nasabahnya sendiri dan tak jarang juga Setiap penyelenggaraan jasa pembiayaan berlomba-lomba untuk menciptakan strategi terbaiknya.”

Dari cuplikan wawancara di atas, persaingan antara penyelenggaraan jasa pembiayaan merupakan salah satu faktor penghambat dalam memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah, karena hampir semua bank mempunyai strategi masing-masing dalam memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabahnya. Dengan demikian PNM Cabang Bangko harus tetap memperhatikan strateginya dalam memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah supaya nasabah tidak lari atau pindah kepada penyelenggaraan jasa pembiayaan lain.

b. Ketersediaan sarana yang belum mampu Memenuhi keinginan Nasabah

Infrastruktur dan sarana penunjang sistem layanan nasabah yang memadai merupakan faktor yang sangat penting dalam upaya memenuhi keinginan dan meningkatkan pelayanan serta perkembangan bisnis pada PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko dan juga Sarana yang memadai pada PNM akan membuat seluruh nasabah merasa nyaman dalam pelayanan.

Beberapa hal yang menjadi cacatan penting dalam dan harus diperbaiki atau ditingkatkan yang dapat penulis rumuskan mengenai Infrastruktur dan sarana penunjang sistem layanan pada PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko dalam Memenuhi keinginan Nasabah adalah kurang luasnya tempat Parkir dan masih manualnya cara pengambilan nomor antrian, menambah kursi antrian serta harus menyediakan pengaduan nasabah atau kotak saran.

Hal ini sebagaimana menurut para Nasabah pada PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko

“Sebenarnya pelayanan yang diberikan oleh pihak pegawai pada PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko sangat mampu memenuhi sesuai dengan keinginan kami. Hanya saja pas pengambilan nomor antri kami merasa bingung, ini sudah antri keberapa dan itu sangat mengganggu, selain itu juga kami masih menggunakan bahu jalan dan parkir numpang di emperan toko, karena tempat parkirnya sudah dipenuhi dengan kendaraan para pegawai PNM itu sendiri dan tak jarang kendaraan kami kepanasan.”

Dari cuplikan hasil wawancara para Nasabah diatas, hal itu dibenarkan sendiri oleh Mansuri selaku security pada PNM Cabang Bangko

“Kalau luas tempat parkir hanya bisa menampung kurang lebih 20 kendaraan sepeda motor. Dan biasanya BOS hari senin itu memakai kendaran besar (Mobil) jadi tempat parkir untuk kendaraan BOS saja bisa memakan 5 tempat parkir motor ditambah lagi dengan kendaraan pegawai-pegawai PNM ini sendiri. Dan Biasanya para Nasabah Parkir itu di Bahu Jalan dan tempat parkir di toko sebelah juga”

Dari hasil wawancara tersebut, untuk memberikan pelayanan yang baik tidak hanya dilihat dari kehandalan para pegawai akan tetapi fasilitas yang memadai sangat berpengaruh dalam meningkatkan pelayanan yang baik pada setiap perusahaan.

Keberhasilan pelayanan dalam upaya memberikan kepuasan nasabah PNM Cabang Bangko adalah dengan melakukan strategi-strategi pelayanan seperti: Up-Selling yang bertujuan untuk menjual produk kepada nasabah yang memiliki keunggulan lain yang dapat menunjang keunggulan dari produk yang sudah dibeli sebelumnya, dengan melalui akad antara nasabah dengan pihak PNM. Melakukan Role Play adalah strategi yang bertujuan untuk memberikan motivasi kepada pegawai untuk tetap bekerja dengan tetap memperhatikan penampilan serta etika berkomunikasi dalam proses memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Selain itu, PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko melayani nasabah dengan sepenuh hati, strategi ini bertujuan untuk menjaga nasabah dari bahaya yang dapat mengancam kenyamanan nasabah selama proses pelayanan. Dan yang terakhir adalah pengukuran potensi pegawai adalah strategi yang bertujuan untuk tetap bekerja dengan profesional sesuai amanah dan tanggungjawab yang diamanatkan oleh PT. Permodalan Nasional Madani (Persero).

3. Strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah produk UlaMM di PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko

Sebagai lembaga yang beroperasi pada bidang jasa dan keuangan, PT Permodalan Nasional Madani (Persero) tidak melulu memikirkan profit yang besar. Lain dari pada itu, PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Kantor Cabang Bangko khususnya, selalu mengedepankan pelayanan dibagian *Frontliner* untuk menunjang dan menciptakan kepuasan terhadap nasabah.

Sebagaimana keterangan yang disampaikan oleh Sugiono sebagai *Sub Branch Manager* kepada peneliti, ia mengatakan bahwa :

Kepuasan nasabah adalah kunci sukses dalam bisnis jasa perPNMan Islam. Tujuan ini tentunya dapat dicapai salah satunya dengan cara layanan prima (*service excellence*). Membuat nasabah merasa nyaman dan mudah dalam tiap proses menikmati produk-produk PNM yang kami nakodai. Lalu Muh Hamdi Zain selaku *Relationship Manager* menambahkan kepada pewawancara:

Perilaku dalam memberikan pelayanan juga harus sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan oleh PNM. Selain itu pelayanan yang diterapkan oleh PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Kantor PNM Cabang Bangko diberlakukan oleh seluruh karyawan PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Kantor PNM Cabang Bangko,

karena pelayanan yang terbaik secara otomatis akan memberikan kepuasan terhadap nasabah, meningkatkan loyalitas nasabah, dan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabahnya.

Pendapat tersebut diperkuat dengan justifikasi oleh Sugiono selaku *Sub Branch Manager* PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko, ia berkata pada peneliti: Standarisasi pelayanan di PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Kantor PNM Cabang Bangko, seperti *Customer Service* dengan menerapkan senyum, sapa, salam dalam memberikan pelayanan. *Customer Service* serta karyawan lainnya melaksanakan tugasnya sesuai dengan bagiannya masing-masing.

Dua pendapat pihak PNM di atas diakui oleh seorang nasabah yang dijumpai peneliti ketika datang di PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko, ia menuturkan pada peneliti :

Pelayanan yang kami rasakan selama ini sudah cukup memuaskan. Meski kami sendiri tidak pernah tahu bentuk aturan pelayanan karyawan PNM kepada nasabah-nasabahnya, apalagi yang disebut dengan SOP. Kami benar-benar tidak mengetahuinya, tetapi dengan pelayanan yang baik dan rapi seperti yang kami nikmati selama ini. Sejak beberapa tahun yang silam kami menjadi nasabah di sini masih belum pernah merasakan perilaku karyawan yang membuat kami tersinggung, sehingga sampai kini kami belum pernah melakukan komplain dengan bentuk-bentuk pelayanan yang saya terima dari PNM. Kendati akhir-akhir ini kami sempat melihat ada nasabah lain yang tidak mendapati bagian kursi dan harus berdiri disamping deretan kursi antrian karena tidak kebagian tempat duduk, tetapi hal ini bukan kesengajaan PNM kami melihatnya, namun karena pihak PNM yang sebelumnya telah menyediakan kursi antrian dengan standar jumlah nasabah yang datang di setiap harinya. Tetapi intinya, kami puas dengan pelayanan di PNM ini.

Dalam konsep *skill, customer service* PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Kantor PNM Cabang Bangko sudah sesuai dengan standar operasional prosedur yang telah ditetapkan oleh pusat. *Customer service* mampu memenuhi kebutuhan nasabah dan dapat menjelaskan produk produk PT Permodalan Nasional Madani (Persero) dengan baik dan benar.

Bapak Rahmat Banyuglugur member tanggapan kepada peneliti ketika ditanya seputar *skill Customer Service* di PNM Situbondo. Beliau berkata :

Skill menurut pandangan saya pribadi tidak ubahnya nilai lebih dari sekedarnya, artinya kemampuan di atas rata-rata. *Customer Service* di PNM Cabang Bangko yang tentunya telah dilatih dan terus dilakukan evaluasi setiap saat, sebab tugasnya yang tidak stagnan seperti karyawan yang lain. Mereka tidak hanya dituntut pandai berbicara secara simple, padat, tidak bertele-tele dan mudah dimengerti, tetapi mereka juga harus mengikuti perkembangan produk

dengan situasi terbaru dengan aneka ragam dinamikanya yang mungkin muncul pertanyaan dari nasabah. Bukan kesalahan fatal memang apabila customer service sebentar meninggalkan nasabah duduk di kursi layanannya untuk berkoordinasi dengan *back office* atau karyawan lainnya untuk menyelesaikan masalah yang diajukan nasabah, tetapi kalau sebentar-sebentar mereka beralasan kordinasi, ini yang tidak baik. Namun pengamatan saya, customer service PNM bagus-bagus skill-nya, karena saya belum pernah menyaksikan sendiri, mereka mundar-mandir kesana-kemari pada waktu memberikan layanan. Soal mundur sedikit dengan kursi putarnya, lalu buka laci, mencari berkas dan mengoperasikan komputer di meja kerjanya karena berkaitan dengan tugas dan mungkin kebutuhan terkait dengan nasabah dihadapannya, ini bukan berarti customer service mengabaikan nasabah. Berbeda dengan yang saya gambarkan tadi. Saya menyimpulkan bahwa skill CS di PNM Cabang Bangko itu juga sudah baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Strategi Pelayanan dalam Memberikan Kepuasan Nasabah produk UlaMM di PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah produk UlaMM di PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko, bahwasannya customer service di PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko telah melakukan pelayanan secara maksimal kepada nasabahnya. Walaupun masih banyak kekurangan seperti keterlambatan dalam hal pelayanan karena terlalu banyaknya nasabah yang akan melakukan transaksi. Dengan kompetensi-kompetensi yang dimiliki, pihak PNM maupun customer service tetap memberikan pelayanan yang terbaik terhadap nasabah dengan sebaik-baiknya agar nasabah tetap merasa nyaman dan loyal dengan PNM tersebut.
2. Faktor penghambat strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah produk UlaMM di PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko dalam memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah adalah persaingan antara jasa pembiayaan dan Ketersediaan sarana yang belum mampu Memenuhi keinginan Nasabah.
3. Strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah produk UlaMM di PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko. Strategi pelayanan yang telah diterapkan adalah dengan menjaga sikap. Seperti sikap karyawan yang mesti ditunjukkan pada nasabah harus sesuai dengan standar operasional prosedur perusahaan. Selanjutnya

yaitu penampilan, dalam hal ini penampilan karyawan produk UlaMM di PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko juga harus dituntut sesuai dengan SOP perusahaan. Berikutnya ialah kemampuan, dengan *skill* handal yang dimiliki oleh karyawan perusahaan akan membawa kebaikan pula pada instansi terkait. Oleh karenanya, masing-masing karyawan harus bekerja sebagaimana yang telah diatur pada standar operasional prosedur yang ada.

B. Saran

1. Diharapkan kepada pegawai PT Permodalan Nasional Madani (Persero) untuk tetap profesional dan tetap menjunjung tinggi nilai-nilai Islam dalam bekerja.
2. Dalam Upaya memberikan kualitas pelayanan kepada nasabahnya, diharapkan kepada pegawai pada PT Permodalan Nasional Madani (Persero) untuk tetap memberikan pelayanan yang prima sehingga PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko bisa dipercaya oleh masyarakat.
3. Dengan adanya beberapa kendala Dalam Upaya memberikan kualitas pelayanan Kepada Nasabahnya, diharapkan kendala ini dapat dihadapi dan bisa dicari jalan keluar sehingga PT Permodalan Nasional Madani (Persero) mampu menjawab tantangan Nasabah.
4. Untuk tetap menjaga kenyamanan nasabah perlu adanya perbaikan dan evaluasi kerja pegawai PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Bangko, sehingga dapat terciptanya pelayanan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- A.M, Kardiman. Pengantar Ilmu Manajemen. Jakarta: Prenhallindo, 2001.
- Abdurrahman, H. H. (2015). Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: CV Pustaka Setia. hal.197-198.
- Atmoko, P. H. (2018). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel. Yogyakarta. Of Indonesia Tourism, Hospitality and Recreation. hal.45
- Alma, B. (2014). Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa. Bandung: Alfabeta. hal. 199.
- Achmad Yasin (2017). Tentang Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Pt Safina Assalam Tour Gambut Kalimantan Selatan. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, 3(2), 208 - 219
- Djaali. (2011). Psikologi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara. hal. 121.
- Dewi Sasmita Pasaribu, dkk. (2017). “Upaya Meningkatkan Minat dan Hasil Belajar Fisika Siswa dengan Menggunakan Model Pembelajaran Talking Stick Pada Materi Listrik Dinamis di Kelas X SMAN 10 Muaro Jambi,” Jurnal EduFisika, 2, 63.

- Edy, S. (2010). *Rahasia Sukses Pengusaha Tahan Banting Pengalaman Pelaku UMK*. Jakarta: PT. Permodalan Nasional Madani. hal. 39.
- Fred, David. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: PT. Prenhallindo, 1998.
- Fahmi, I. 2014. *Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta. hal. 70-72
- Fred R. David, (2004). *Manajemen Strategi Konsep-Konsep*, edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Indeks. cet. 9 hal. 34
- Hadari Nawawi, (2003). *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, cet. 2 hal. 147
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama. hal.33.
- Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Grama Publisinh), h. 83.
- Imam Gunawan, (2014). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Praktik)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara,) h. 143.
- Kasmir. 2015. *Pemasaran PNM*. Jakarta: Kencana. hal. 215.
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- M. Ismail, Yusanto, and Widjatakusuma M. Karebet. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gip, 2002.
- Munawar, Halil. "Manajemen Pelayanan "Pelayanan Terhadap Konsumen Pasar Tradisional: Studi Kasus Pedagang Eceran Di Pasar Bartais," n.d. <http://wawawoi.blogspot.com/2017/04/makalah-manajemenpelayanan.html>.
- Masyhuri. 2007. *Ekonomi Mikro*. Malang: UIN Malang Press. hal. 9
- M. Ismail, Yusanto, and Widjatakusuma M. Karebet. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gip, 2002.
- Muljono, D. (2012). *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: Andi Offset. hal.15.
- Masitoh Syahidah, (2018). *Strategi Pemasaran Produk Arrum Bpkb Pada Pegadaian Syariah Cps Margonda*. *Jurnal Ekonomi dan PerPNMan Syariah*. 7(2). 64-82, ISSN (cet): 2355-1755, ISSN (online): 2579-6437.
- Naviah, T. K. 2019. *Pengaruh Label Syariah, Lokasi dan Kebutuhan terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Mudharabah di UlaMM Syariah*. PT. Permodalan Nasional Madani Demak. UIN Wlisongo Semarang.
- Nunuk Herawati (2019). *strategi meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah dengan optimalisasi kualitas pelayanan, penanganan komplain dan fasilitas teknologi di PNM Mandiri Syariah Cabang Solo*. *ProPNM: Jurnal Ekonomi Dan PerPNMan*. 4(1).15-26

- Onong, Uchyana Efendi. Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992.
- Pradnya Paramita Hapsari dkk. 2017. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu). Wacana-Vol. 17, No. 2.
- Pengertian Minat, dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/minat>, (diakses pada tanggal 13 September 2022, pukul 17.10 WIB.)
- Rusmiati, (2017). “Pengaruh Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Bidang Studi Ekonomi Siswa MA Al Fattah Sumbermulyo,” Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi, 1, 23.
- R. Ajeng Entaresmen (2016). Strategi pemasaran terhadap penjualan produk tabungan ib hasanah di PT. PNM Negara Indonesia syariah kantor cabang X. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa. 9(1).
- S. Purnamasari, (2018). Strategi pemasaran pegadaian syariah dalam meningkatkan penjualan jasa produk (studi kasus pada pegadaian unit layanan syariah sultan adam banjarmasin). T-TARADHI: Jurnal Studi Ekonomi, 9(1), hlm. 25-37
- Steiner, A Georgi, and B. Miner john. Kebijakan Dan Strategi Manajemen. Jakarta: Erlangga, 1997
- Sugiyono, (2014). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif dan R&D), (Bandung: CV Alfabeta,.) h. 91-95.
- Setiawan, E. A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Unit Layanan Modal Mikro Terhadap Peningkatan Usaha Mikro. Insitut Agama Islam Negeri Metro.
- Septi Handayani, (2023). Strategi Pelayanan Untuk meningkatkan Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Islam, 11(2). 1467–1476
- Triyadi (2019). Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ekonomi Efektif, 2(1). ISSN : 2622 – 8882, E-ISSN: 2622-9935
- Tiya Marliyana Dewi, (2023). Strategi Kualitas Pelayanan PerPNMan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT PNM Syariah Indonesia Tbk. EKOBISMAN: Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen, 8(10). E-ISSN 2597-9302 (<https://www.pnm.co.id/business/pnm-ulamm>).
- Vina Rahmayanti, (2016).“Pengaruh Minat Belajar Siswa dan Persepsi Atas Upaya Guru dalam Memotivasi Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa SMP di Depok,” Jurnal SAP, 1, 209.