

EVALUASI LAYANAN CUSTOMER SERVICE BMT AGAM MADANI TIKU V JORONG DALAM PERSPEKTIF PRINSIP SYARIAH

Rahmi Yunanda Putri¹, Indika Juang Putra²

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

E-Mail: yunandaprahmi@gmail.com¹, indikajuangputra@uinbukitting.ac.id²

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menilai pelayanan customer service BMT Agam Madani Tiku V Jorong dari sudut pandang prinsip syariah. Customer service memiliki peranan penting sebagai lini depan dalam memberikan pelayanan dan membangun kepercayaan nasabah. Dalam institusi keuangan syariah, pelayanan seharusnya mencerminkan nilai shiddiq, amanah, tabligh, dan fathanah, yang juga dikenal dengan akronim SATF. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan customer service serta nasabah BMT Agam Madani Tiku V Jorong. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum, pelayanan customer service telah mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Namun, masih ada beberapa tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia, tidak optimalnya penyampaian informasi terkait produk dan akad, ketidak konsistenan dalam kecepatan pelayanan, serta keterbatasan sarana dan prasarana yang tersedia. **Kata Kunci:** Customer Service, BMT, Prinsip Syariah, SATF, Evaluasi Layanan.

Abstract – This study aims to evaluate the customer service of BMT Agam Madani Tiku V Jorong from the perspective of sharia principles. Customer service plays an important role as the front line in providing service and building customer trust. In sharia financial institutions, services must reflect the values of shiddiq, Amanah, tabligh, fathanah, also known as SATF. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection was conducted through interviews, observation, and documentation with customer service and customers of BMT Agam Madani Tiku V Jorong. The results show that customer service has generally applied sharia principles in serving customers. However, there are still several obstacles, such as limited human resources, suboptimal delivery of product and contract information, inconsistent service speed, and limited facilities and infrastructure. Therefore, it is necessary to improve the quality of human resource and service systems so that the implementation of sharia-based services can run ever better.

Keywords: Customer Service, BMT, Sharia Principles, SATF, Service Evaluation.

PENDAHULUAN

syariah di Indonesia menunjukkan kemajuan yang semakin pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap sistem keuangan syariah. Salah satu lembaga keuangan syariah yang berperan penting dalam pemberdayaan ekonomi umat, khususnya di tingkat mikro, adalah Maitul Mal Wat Tamwil (BMT). BMT tidak hanya beroperasi bukan hanya sebagai perantara keuangan, melainkan juga sebagai institusi sosial yang mengedepankan nilai keadilan, Amanah, tabligh, fathanah, serta keberkahan dalam seluruh kegiatannya.

Menurut Ensiklopedia Hukum Islam, Baitul adalah institusi keuangan negara yang memiliki tanggung jawab untuk menerima, menyimpan, dan mendistribusikan uang negara sesuai dengan prinsip syariat.² BMT adalah merupakan jenis lembaga swadaya masyarakat yang berfungsi mirip dengan bank koperasi; di samping itu, sebagai lembaga keuangan Islam terkecil, BMT juga menargetkan pasar bisnis skala kecil. Selain itu, BMT adalah institusi atau wadah keuangan yang dioperasikan berdasarkan syariat Islam, dengan tujuan untuk menghimpun dana dari masyarakat dan memberikan pembiayaan kepada usaha-usaha yang produktif dan menguntungkan.

Dalam operasionalnya, kualitas layanan customer service menjadi penentu kunci bagi kepercayaan dan kepuasan anggota. Customer service bertindak sebagai barisan terdepan untuk menyediakan informasi, memenuhi kebutuhan, serta menyelesaikan keluhan dan masalah yang muncul. Karenanya, layanan tersebut wajib tidak hanya cepat dan profesional,

tetapi juga mewujudkan prinsip syariah seperti shiddiq (kejujuran), amanah (kepercayaan), tabligh (komunikasi dan transparansi), dan fathanah (kecerdasan dan kompetensi).

Selain itu pelayanan customer service juga berperan sebagai sarana promosi tidak langsung. Melalui interaksi dengan anggota, customer service dapat memperkenalkan berbagai produk dan layanan bmt secara persuasive, meningkatkan loyalitas nasabah, serta memperkuat citra positif BMT di masyarakat.⁵ Namun, dalam praktiknya masih sering ditemukan keluhan dari nasabah terkait pelayanan yang kurang optimal, seperti lambatnya respon, kurangnya pemahaman terhadap produk syariah, serta kurangnya penerapan nilai-nilai syariah dalam komunikasi dan etika pelayanan.

Dalam konteks penelitian ini, Evaluasi Layanan Customer Service di BMT Agam Madani Tikau V Jorong bertujuan untuk menilai sejauh mana pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah serta memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta serta ciri-ciri.. Metode Kualitatif merupakan pendekatan yang memanfaatkan berbagai sumber ilmiah untuk memperoleh gambaran dan pemahaman yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti.⁶ Pendekatan kualitatif dipilih karena fokus penelitian adalah memahami makna di balik perilaku dan interaksi antara customer service (CS) dengan nasabah dalam konteks penerapan prinsip syariah di BMT Agam Madani Tikau V Jorong. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mendalami bagaimana nilai-nilai syariah seperti shiddiq, amanah, tabligh, fathanah, dan pelayanan ihsan diwujudkan dalam proses pelayanan nasabah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan customer service BMT Agam Madani Tikau V Jorong secara umum telah berupaya menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam praktik pelayanan kepada nasabah. Penerapan nilai shiddiq terlihat upaya customer service menyampaikan informasi produk dan layanan secara jujur serta tidak melebih-lebihkan manfaat yang ditawarkan. Hal ini berkontribusi dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap lembaga.

Prinsip Amanah juga tercermin dalam sikap tanggung jawab customer service dalam melayani nasabah, khususnya dalam menjaga kerahasiaan data dan berusaha menyelesaikan keluhan nasabah. Namun demikian, masih terdapat beberapa keluhan terkait ketepatan waktu penyelesaian masalah, yang menunjukkan bahwa penerapan amanah belum sepenuhnya optimal dan masih dipengaruhi oleh keterbatasan sumber daya manusia serta sistem pelayanan.

Pada aspek prinsip tabligh, customer service telah berupaya bersikap komunikatif dan ramah dalam melayani nasabah. Akan tetapi, hasil penelitian menemukan bahwa sebagian nasabah belum memahami utuh akad dan mekanisme produk syariah yang digunakan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa penyampaian informasi belum sepenuhnya efektif dan perlu ditingkatkan agar nasabah memperoleh pemahaman yang lebih jelas dan transparan.

Sementara itu, penerapan prinsip fathanah menunjukkan bahwa customer service memiliki pengetahuan dasar mengenai produk dan layanan BMT. Namun, keterbatasan kompetensi dan beban kerja pada waktu tertentu berdampak pada kecepatan dan ketepatan pelayanan. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan keberlanjutan agar pelayanan dapat dilakukan secara lebih profesional dan sesuai dengan prinsip syariah.

Secara keseluruhan, layanan customer service BMT Agam Madani Tikau V Jorong telah mencerminkan nilai-nilai syariah, namun penerapannya masih belum maksimal. Evaluasi ini

menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berbasis prinsip syariah memerlukan penguatan pemahaman nilai-nilai syariah, peningkatan kompetensi customer service, serta perbaikan sistem pelayanan agar tercipta pelayanan yang profesional, transparan, dan sesuai dengan nilai-nilai islam.

KESIMPULAN

Hasil studi secara keseluruhan menunjukkan bahwa layanan customer service BMT Agam Madani Tiku V Jorong secara umum telah menerapkan prinsip-prinsip syariah yaitu shiddiq, amanah, tabligh, fathanah dalam praktik pelayanan kepada nasabah. Customer service telah menunjukkan sikap jujur, bertanggung jawab, serta berupaya memberikan pelayanan yang ramah dan komunikatif. Namun demikian, penerapan prinsip-prinsip tersebut belum sepenuhnya optimal. Beberapa kendala masih ditemukan seperti keterbatasan sumber daya manusia, kurang optimalnya penyampaian informasi mengenai produk dan akad syariah, serta ketidak konsistenan kecepatan pelayanan. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi dan perbaikan keberlanjutan agar kualitas layanan customer service semakin sesuai dengan prinsip syariah dan mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

Saran

BMT Agam Madani Tiku V Jorong disarankan untuk meningkatkan kompetensi customer service melalui pelatihan berkelanjutan yang berfokus pada pemahaman prinsip syariah dan penguasaan produk. Selain itu, perlu dilakukan perbaikan sistem pelayanan dan standar komunikasi sehingga penjelasan yang diberikan kepada nasabah menjadi lebih transparan dan mudah dicerna. Peneliti selanjutnya dianjurkan untuk melanjutkan pengembangan studi dengan pendekatan kuantitatif atau mengombinasikan dengan metode lain guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif terkait kualitas layanan customer service berbasis prinsip syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arni Fadila, Irwan Habibi Hasibuan, 'PENGARUH PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH', 4.2 (20222), pp. 167–86
- Dahlan, Abdul Aziz, Ensiklopedi Hukum Islam (1996)
- Khasanah, Ulfatul, and Agung Hirmantono, 'Studi Kasus Pada BMT At Tajdid Temayang Bojonegoro', 2022, pp. 82–92
- Muslim Tanjung, Arina Novizas, 'EKSISTENSI BAITUL MAL WA TAMWIL (BMT) DALAM PEREKONOMIAN ISLAM', III.1 (2018), pp. 27–35
- Rahmadi, Muhammad Agus, Peran Strategis Baitul Wa-Tamwil (BMT) Sebagai Alternatif Peningkatan Posisi Ekonomi Rakyat: Studi Atas BMT Muhammadiyah "Matahari" Di Kec. Majenang, Kab. Cilacap
- Wijaya, Hengki, Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2018)