

## Analisis Komparatif Keunggulan Produk Pembiayaan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan)

Cici' Insiyah<sup>1\*</sup>, Dina Fadhlina<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Al-Amien Preduan, Jl. Raya Pamekasan - Sumenep KM. 25 Preduan Sumenep Madura, Jatim.

E-mail: [Cicikinsiyah93@gmail.com](mailto:Cicikinsiyah93@gmail.com)

\*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6138>

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received: 25 Apr 2026

Revised: 01 May 2026

Accepted: 07 May 2026

#### Kata Kunci:

BPRS Bhakti Sumekar,  
Keunggulan Produk,  
Loyalitas Nasabah,  
Pembiayaan UKM  
Syariah, Pembiayaan  
Mitra UMKM.

#### Keywords:

BPRS Bhakti Sumekar,  
Product Excellence,  
Customer Loyalty,  
Sharia UKM  
Financing, UMKM  
Partners.

### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan keunggulan produk pembiayaan UKM Syariah dan Mitra UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Khususnya pada pelaku UMKM di Kecamatan Pragaan. Latar belakang penelitian ini didasari oleh adanya perbedaan signifikan antara kedua produk, baik dari sisi margin, nominal pembiayaan, hingga fleksibilitas layanan, yang berdampak pada referensi nasabah dan potensi loyalitas mereka. Permasalahan utama yang dikaji adalah bagaimana perbedaan margin, nominal pembiayaan, dan fitur layanan kedua produk tersebut mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih dan tetap setia menggunakan produk pembiayaan yang ditawarkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi komparasi. Adapun metode yang digunakan adalah metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Lokasi penelitian adalah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan. Triangulasi data dilakukan untuk memastikan validitas hasil. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder dari wawancara langsung dan dokumen pendukung. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa Pembiayaan UKM Syariah unggul dalam fleksibilitas. Sedangkan Mitra UMKM menarik karena proses cepat dan tanpa biaya tambahan. Dilihat dari data jumlah nasabah, UKM Syariah lebih unggul dibandingkan Mitra UMKM, akan tetapi jika dilihat dari karakteristik keunggulan produk maka Mitra UMKM lebih unggul.

*This study aims to compare the advantages of Shariah UKM financing products and UMKM Partners at BPRS Bhakti Sumekar Pragaan Branch in increasing customer loyalty. Especially for UMKM actors in Pragaan District. The background of this research is based on the significant differences between the two products, both in terms of margin, financing nominal, and service flexibility, which has an impact on customer referrals and their loyalty potential. The main problem studied is how the difference in margin, financing nominal, and service features of the two products affects customers decisions in choosing and remaining loyal to using the financing products offered. This study employs a qualitative approach using a comparative method study. The methods used are Incorporating interviews, observation, dll. The location of the research is BPRS Bhakti Sumekar Pragaan Branch. Data triangulation is carried out to ensure the validity of the results. The data collection technique uses primary and secondary data from direct interviews and supporting documents. The results of the study show that Shariah SME Financing excels in flexibility. Meanwhile, UMKM Partners are attractive because the process is fast and at no additional cost. Judging from the data on the number of customers, Shariah UKM are superior to UMKM Partners, but when viewed from the characteristics of product superiority, UMKM Partners are superior.*



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

**How to Cite:** Cici' Insiyah, et al. (2026), Analisis Komparatif Keunggulan Produk Pembiayaan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan), 4(4). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6138>

## PENDAHULUAN

Perbankan syariah di Indonesia telah menunjukkan kemajuan yang cukup pesat dalam ekonomi modern. Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam sehingga hal ini menjadi faktor utama minat masyarakat di dalam aktivitas perbankan syariah cukup tinggi. (Zaidan, 2011) Pada dasarnya bank syariah merupakan suatu sistem perbankan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dengan mengacu kepada al- Quran dan al- hadist.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia memegang peran penting dalam struktur ekonomi negara, Sebagai institusi keuangan, bank bertindak sebagai penghubung keuangan bagi masyarakat yang membutuhkan pendanaan atapi memiliki surplus dana. Sesuai dengan undang- undang nomor 10 tahun 1998 Tentang perbankan, bank merupakan entitas bisnis yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan mengalirkan Kembali dalam bentuk kredit atapi bentuk lainnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (C. P. et Al, 2024).

Dalam upaya untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, bank syariah perlu terus meningkatkan kualitas produk mereka. Hal ini mencakup inovasi produk, peningkatan efisiensi operasional, dan penguatan infrastruktur teknologi informasi untuk mendukung layanan perbankan yang lebih efektif dan efisien. Selain itu bank syariah juga diharapkan untuk memperluas jangkauan geografis mereka, baik melalui kantor cabang maupun penetrasi pasar melalui kanal digital.

Loyalitas nasabah menjadi indikator penting bagi kinerja perusahaan, dimana loyalitas ini tercermin dalam keputusan nasabah untuk mempertahankan opini positif terhadap bank, berkomitmen untuk terus menggunakan produk dan layanan, serta merekomendasikan bank kepada orang lain (Annisa, 2023).

Maraknya perkembangan lembaga keuangan syariah dengan menawarkan berbagai produk dan fasilitas terbaru serta memudahkan nasabah, maka tidak heran jika sebuah produk haruslah memiliki nilai unggul dibandingkan dengan produk lainnya. Pihak lembaga keuangan syariah melakukan berbagai kreativitas dan inovatif terhadap suatu produk dikarenakan hal ini menjadi suatu acuan bagi perusahaan dalam memaksimalkan penjualan (J. E. M. et Al, 2018).

Sektor ekonomi di Indonesia telah lama dikenal sebagai salah satu yang paling dinamis di kawasan Asia Tenggara, terutama berkat kontribusi signifikan dari Usaha Kecil dan Menengah. UKM di Indonesia tidak hanya berperan sebagai tulang punggung ekonomi nasional, tetapi juga sebagai motor penggerak utama dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pengurangan kemiskinan. Menurut data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan UKM, UKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan mempekerjakan sekitar 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Jumlah ini menunjukkan betapa pentingnya peran UKM dalam mempertahankan stabilitas ekonomi nasional, khususnya dalam menghadapi berbagai tantangan ekonomi global yang semakin kompleks (Maharani, 2024).

Dalam kehidupan sehari-hari, nasabah pembiayaan di Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan sering dihadapkan pada berbagai permasalahan terkait kekurangan produk dari pembiayaan UKM syariah dan mitra UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).

Dalam upaya mendukung pengembangan UKM di Indonesia, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bhakti Sumekar, khususnya Cabang Pragaan, telah memainkan peran yang sangat strategis. Dilihat dari sektor perdagangan di Sekitar Pragaan yang cukup padat maka BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan memiliki peran penting untuk mengembangkan usaha pelaku UMKM dengan membantu menyalurkan Modal Usaha berupa pembiayaan, salah satunya adalah produk pembiayaan Mitra UMKM dan UKM Syariah.

Keunggulan produk UKM Syariah 1,2% yaitu: (1) Jangka waktunya lebih lama sampai 5 tahun, (2) Nominal pembiayaan tidak terbatas, (3) Bisa mengajukan pembiayaan kapan saja, (4) Sistem operasional yang syariah. Sedangkan keunggulan dari produk pembiayaan Mitra UMKM 0% (Akad qard) yaitu: (1) proses pengajuan yang mudah, (2) pencairan yang cepat, (3) tanpa bagi hasil, (4) tanpa biaya asuransi dan administrasi, (5) Menggunakan sistem syariah. Dengan adanya keunggulan dari kedua produk pembiayaan tersebut menjadikan Masyarakat pragaan semakin berminat dalam melakukan pembiayaan untuk mengembangkan usaha mereka, terutama di daerah pragaan banyak sekali usaha kecil dan menengah, namun diantara kedua produk pembiayaan tersebut, produk pembiayaan UKM Syariah lebih diminati.

Berbagai studi sebelumnya telah membahas loyalitas nasabah dalam konteks bank syariah, namun masih sedikit yang secara khusus meneliti bagaimana perbandingan antara dua jenis produk pembiayaan syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam satu institusi yang sama. Inilah yang menjadi celah penelitian, yang ingin diisi oleh penelitian ini. Penelitian ini menekankan pentingnya analisis komparatif antara produk pembiayaan UKM syariah dan Mitra UMKM, tidak hanya dari segi fitur dan keunggulannya, tetapi juga dari perspektif loyalitas nasabah yang ditimbulkan.

Studi penelitian ini penting karena memberikan gambaran empiris bagaimana diferensiasi produk dalam satu institusi dapat mempengaruhi perilaku dan loyalitas nasabah. Hasilnya diharapkan dapat menjadi referensi strategis bagi BPRS dalam merancang produk yang tidak hanya unggul secara teknis, tetapi juga mampu membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi akademik dan praktik bagi pengembangan produk dan strategi pemasaran di sektor.

## METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Di mana pendekatan tersebut merupakan suatu pendekatan penelitian yang hasil dari penelitiannya tidak diperoleh dari prosedur statistik dan metode kuantifikasi yang lain. Dalam penelitian kualitatif biasanya menggunakan pendekatan realisme untuk memahami semua gejala tertentu yang berusaha mendapatkan pemahaman terhadap suatu gejala pada situasi yang sama (Johan, 2018).

Sedangkan untuk jenis penelitiannya menggunakan studi komparasi. Dimana jenis studi komparasi ini bertujuan untuk membandingkan satu variabel dengan variabel lainnya. Pendekatan kualitatif digunakan karena data yang akan digunakan sebagai hasil penelitian berupa data hasil wawancara observasi dan dokumentasi yang didapatkan dengan melakukan interview langsung kepada karyawan bagian pembiayaan untuk mengetahui bagaimana keunggulan produk dalam meningkatkan loyalitas nasabah produk UKM Syariah dan Mitra UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan.

Jumlah informan adalah 6 informan, 2 nasabah pengguna produk UKM syariah, 2 nasabah pengguna produk Mitra UMKM, 1 karyawan dan 1 kepala cabang bank. Kriteria dalam pemilihan informan yaitu nasabah aktif 1 tahun, pernah melakukan lebih dari satu kali transaksi pembiayaan dan bersedia diwawancarai secara mendalam.

Adapun data yang dianalisis dalam penelitian ini adalah data yang telah dikumpulkan melalui hasil catatan wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode wawancara semi terstruktur, dimana peneliti telah menyiapkan pertanyaan yang telah tersusun secara sistematis yang akan diajukan kepada sasaran yang di maksud seperti karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan. Analisis data ini dilakukan melalui tiga tahap yakni (Wijaya, 2019) :

### **Reduksi data**

Reduksi data merupakan analisis yang menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak dibutuhkan, dan menggolongkan data dengan demikian rupa agar dapat menarik kesimpulan. Reduksi data dilakukan secara terus menerus selama penelitian belum selesai.

### **Penyajian Data**

Setelah reduksi data dilakukan selanjutnya melakukan proses penyajian data. Penyajian data merupakan ringkasan informasi yang bermakna dan nantinya dapat menarik kesimpulan yang berupa narasi, skema, jaringan kerja dan tabel sebagai narasinya.

### **Kesimpulan atapi verifikasi data**

Penarikan kesimpulan atapi verifikasi data merupakan suatu proses perumusan makna dari penelitian yang dilakukan dengan menggunakan kalimat yang singkat dan mudah di pahami.

**Tabel 1.** Indikator Operasional

<b>Variabel</b>	<b>Indikator Operasional</b>
Keunggulan Produk	Margin pembiayaan, Nominal maksimal, Jangka waktu, kecepatan proses, Biaya tambahan.
Loyalitas Nasabah	Pembiayaan ulang, rekomendasi ke orang lain, Penolakan terhadap produk pesaing, Kepercayaan bank.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Adapun keseluruhan data yang telah didapatkan oleh peneliti yang berdasarkan pada observasi dan wawancara. Peneliti menemukan beberapa hal yang terkait dengan Keunggulan Produk dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Pembiayaan UKM Syariah dan Mitra UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan.

Keunggulan dari produk UKM Syariah yaitu : Jangka waktu pembiayaan lebih lama sampai 5 tahun. Pembiayaan untuk umum atapi modal usaha, seperti toko dll jangka waktu maksimal 3 tahun karena modal kerja dihitung dari pengelolaan perputaran modalnya. dan untuk investasi bisnis atapi usaha seperti pembelian kendaraan, pembangunan gedung, dan lainnya, jangka waktu maksimal 5 tahun, karena penyusutan gedung, mesin atapi kendaraan yang dibeli selain itu juga nominal pembiayaan tidak terbatas, dan bisa mengajukan pembiayaan secara berulang, serta sistem operasionalnya yang syariah dengan menggunakan akad murabahah.

Sedangkan keunggulan produk Mitra UMKM yaitu : Persyaratan pengajuannya lebih mudah karena untuk identitas usaha hanya memerlukan Surat Keterangan Usaha Asli dari Kepala Desa, sehingga tidak menyulitkan nasabah, Pencairan dananya cepat hanya butuh 3-5 hari, tanpa bagi hasil atapi margin 0% sehingga tidak membebani nasabah, serta menggunakan sistem syariah dengan akad qarduntuk margin 0% dan akad murabahah untuk margin 0,3% dan 0,5%, tanpa biaya asuransi dan administrasi (ditanggung oleh bank).

Salah satu cara yang digunakan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada pembiayaan UKM Syariah dan Mitra UMKM ialah dengan terus menjaga dan mempertahankan keunggulan dari kedua produk tersebut, sehingga nasabah tetap loyal. Adapun bentuk loyalitas nasabah dapat dilihat dari adanya keinginan nasabah untuk melakukan pembiayaan secara berulang, merekomendasikan produk kepada oranglain, dan nasabah tidak tertarik terhadap tawaran produk sejenis yang di tawarkan oleh pesaing. Adanya keinginan nasabah untuk melakukan pembiayaan ulang terhadap produk yang mereka anggap unggul dan baik, merupakan salah satu bentuk dari peningkatan loyalitas nasabah pada produk UKM Syariah dan Mitra UMKM. Oleh karena itu keunggulan dari kedua produk tersebut menjadi hal yang sangat penting untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada pembiayaan UKM Syariah dan Mitra UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian dilapangan, seperti yang dipaparkan di dalam bab sebelumnya, dengan melalui hasil wawancara atapi observasi maka dapat dilakukan pembagian terkait persoalan yang penting untuk dibahas tentang keunggulan produk UKM Syariah dan Mitra UMKM dapat meningkatkan loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan.

### ***Keunggulan Produk Pembiayaan UKM Syariah dan Mitra UMKM di Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan***

Keunggulan produk merupakan kelebihan dari suatu produk yang tidak dimiliki oleh produk lain atapi pesaing, keunggulan produk ini meliputi, kualitas produk, keunikan produk, kegunaan dan manfaat dari produk tersebut. Adapun beberapa keunggulan dari produk pembiayaan UKM Syariah yaitu: jangka waktu yang relatif lama hingga 5 tahun, dan nominal pembiayaan yang unlimited, serta bisa mengajukan pembiayaan secara berulang dan sistem operasional yang syariah.

Sedangkan keunggulan dari produk Mitra UMKM yaitu: proses pengajuan yang lebih mudah karena untuk identitas usaha hanya dengan Surat Keterangan Usaha Asli dari Kepala Desa, pencairan dananya yang cepat, hanya memerlukan 3-5 hari, tanpa bagi hasil, dan menggunakan sistem operasional yang syariah, serta bebas biaya asuransi dan administrasi.

Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan selalu mengutamakan kenyamanan nasabah sehingga menciptakan keunggulan-keunggulan pada produk pembiayaan yang ada di BPRS. Karena sekarang banyak sekali produk pesaing yang memiliki kriteria yang sama dengan produk pembiayaan di BPRS, oleh karena itu BPRS melakukan upaya inovasi produk dan mempertahankan keunggulan produk agar dapat mempertahankan loyalitas nasabah pada produk pembiayaan UKM Syariah dan Mitra UMKM di Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan (Hidayat, 2024).

Sebagaimana hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa meningkatnya jumlah nasabah pada pembiayaan UKM Syariah dan Mitra UMKM di dukung oleh keunggulan produknya, keunggulan

produk ini sangat berperan penting dalam menarik minat nasabah serta dapat membantu meningkatkan loyalitas nasabah di BPRS Cabang Pragaan . Oleh karena itu jika mereka ingin mempertahankan keunggulan kompetitif mereka di market, hendaknya suatu perusahaan harus tahu yang digunakan pelanggan untuk memilah produk mereka dengan produk pesaing (Wismantoro, 2024). Sebagaimana yang kita ketahui bahwa meningkatnya jumlah nasabah pada pembiayaan UKM Syariah dan Mitra UMKM di BPRS Cabang Pragaan di dukung oleh keunggulan produknya, keunggulan produk ini sangat berperan penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah di BPRS Cabang Pragaan.

Dalam hal ini untuk usaha yang lebih besar atapi nasabah yang membutuhkan modal tinggi untuk mengembangkan usahanya, mereka lebih memilih pembiayaan UKM Syariah. Dan untuk usaha yang biasa atapi tergolong kecil, mereka lebih memilih pembiayaan Mitra UMKM. Dalam hal pemasaran perusahaan lebih menyarankan produk pembiayaan Mitra UMKM, hanya saja banyak nasabah belum tapi tentang produk ini karena awal rilis di tahun 2021 dan masih tergolong baru. Oleh karena secara fitur UMKM unggul dalam kemudahan dan kecepatan namun demikian, data menunjukkan bahwa nasabah lebih loyal terhadap UKM Syariah yang memiliki, jangka waktu lebih panjang, nominal pembiayaan tidak terbatas, ketersediaan produk bersifat permanen serta bisa diajukan pengulangan kapan saja tanpa menunggu program pemerintah. Hal ini setara dengan penelitian shodiq (2023), menemukan bahwa loyalitas lebih kuat dimiliki nasabah produk yang tersedia secara permanen dan diakses ulang, dibandingkan produk yang praktis namun bersifat temporer. Dalam konteks ini, UKM syariah memenuhi kriteria preferensi jangka panjang, sedangkan Mitra UMKM meski unggul secara fitur tidak mampu membangun loyalitas jangka panjang karena ketergantungan pada dana insidental.

Hal tersebut juga didukung oleh data perkembangan nasabah pembiayaan UKM Syariah dan Mitra UMKM dari tahun 2021 – 2024.



Gambar 1. Perkembangan Nasabah Pembiayaan UKM Syariah Dan Mitra UMKM Dari Tahun 2021 – 2024.

Berdasarkan data yang telah di paparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa nasabah dari produk pembiayaan UKM Syariah dan Mitra UMKM selalu mengalami peningkatan dari tahun 2021 2024. Akan tetapi dapat dilihat jelas bahwa produk pembiayaan UKM Syariah lebih banyak mengalami peningkatan dibandingkan dengan produk pembiayaan Mitra UMKM. Akan tetapi pembiayaan Mitra UMKM juga bisa dikatakan berkembang pesat dengan perkembangannya dari tahun 2021 sampai sekarang. Hal tersebut menjadi salah satu bukti bahwa keunggulan produk dapat meningkatkan loyalitas nasabah pada produk pembiayaan UKM Syariah dan Mitra UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan.

#### ***Cara Meningkatkan Loyalitas Nasabah Produk UKM Syariah dan Mitra UMKM dengan menampilkan keunggulan produk di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan.***

Loyalitas nasabah sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Nasabah yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal (Marlius, 2017). Loyalitas nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, akan tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas produknya.

Seperti yang kita ketahui Perbankan merupakan Lembaga yang tidak bisa berkembang tanpa adanya nasabah, oleh karena itu sudah seharusnya bagi lembaga keuangan seperti perbankan melakukan banyak upaya untuk mempertahankan nasabahnya, seperti melakukan inovasi produk, kualitas produk

serta memunculkan keunggulan pada produk yang menjadi sasaran nasabah, sehingga berdampak pada loyalitas nasabah.

Demikian keunggulan produk sangat berkontribusi dalam membantu meningkatkan loyalitas nasabah, karena nasabah loyal itu dipengaruhi oleh kenyamanan nasabah terhadap produk yang mereka ambil. Karena tentunya sebelum nasabah mengajukan pembiayaan di BPRS itu mereka akan diberitahukan keunggulan-keunggulan dari produk yang di tawarkan. Dan Ketika mereka sudah tertarik pada keunggulan dari produk pembiayaan tersebut maka mereka akan loyal terhadap produk pembiayaan itu.” Sebagaimana teori yang peneliti dapatkan (Hidayat, 2024) “Loyalty is definite as non Random expressed over time by some decision making unit” yang berarti loyalitas merupakan perilaku pengambilan Keputusan dalam melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atapi jasa suatu Perusahaan (Griffin, 2002). Dalam hal ini loyalitas adalah komitmen nasabah terhadap suatu perusahaan, berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang”. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap suatu Lembaga diperoleh karena adanya kombinasi dari keunggulan dan kelemahan suatu produk. Sedangkan loyalitas nasabah tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menciptakan keunggulan suatu produk dengan meminimalkan kelemahan produk sehingga terciptanya loyalitas nasabah.

Cara mengukur Tingkat loyalitas nasabah yaitu dengan cara melihat bagaimana nasabah tersebut setia dan percaya pada produk yang mereka ambil, jika nasabah tersebut sudah loyal maka mereka akan melakukan pembiayaan secara berulang dan bahkan mereka akan merekomendasikannya kepada orang yang mereka kenal.

Oleh karena itu nasabah yang loyal merupakan aset penting bagi perbankan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya yaitu: 1) Melakukan pembelian secara teratur (makes reguler reeat purchase), Nasabah yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan maka akan percaya juga untuk urusan orang lain. 2) Merekomendasikan atapi mereferensikan kepada orang lain, 3) Menarik nasabah baru untuk perusahaan (refers other). Nasabah yang loyal dengan sukarela merekomendasikan atapi mereferensikan perusahaan atapi produk dari Perusahaan itu kepada teman dan rekannya (Semuel, 2012).

Loyalitas nasabah dapat dilihat dari meningkatnya jumlah nasabah dari tahun ke tahun, karena produk UKM Syariah dan Mitra UMKM merupakan produk pembiayaan UMKM yang ada di BPRS, maka hal ini dapat dibuktikan dengan data jumlah nasabah pembiayaan UMKM di BPRS Cabang Pragaan.



**Gambar 2.** Jumlah Nasabah Pembiayaan UMKM Di BPRS Cabang Pragaan

Tabel di atas menunjukkan adanya peningkatan terhadap nasabah pembiayaan UMKM yang ada di BPRS Cabang Pragaan, dapat kita ketahui bahwa hal ini disebabkan karena adanya keunggulan produk yang dimiliki oleh pembiayaan UMKM yaitu UKM Syariah dan Mitra UMKM yang ada di BPRS Cabang Pragaan. Jika dilihat dari perkembangan yang dialami dari tahun 2021 sampai 2024, maka 120 nasabah UMKM di BPRS Cabang Pragaan mengalami peningkatan yang lumayan besar.

**Tabel 2.** Peningkatan Jumlah Nasabah

Tahun	UKM Syariah	Mitra UMKM	% Peningkatan Jumlah Nasabah
2021	280	150	—
2024	405	177	UKM Syariah: +44,6% Mitra UMKM: +18%

Meskipun lebih sederhana dan bebas biaya, pertumbuhan nasabah Mitra UMKM hanya 18%. Sebaliknya, UKM Syariah tumbuh hampir 2,5 kali lipat lebih cepat. Ini menunjukkan bahwa fitur bukan satu-satunya faktor yang membentuk loyalitas.

Peningkatan nasabah UMKM di BPRS tentunya dipengaruhi oleh keunggulan produk yang memang membuat nasabah loyal terhadap produk pembiayaan UMKM yang ada di BPRS yaitu produk pembiayaan UKM Syariah dan Mitra UMKM. Sudah jelas bahwa keunggulan produk merupakan hal yang penting untuk membantu meningkatkan loyalitas nasabah pada produk pembiayaan UKM Syariah dan Mitra UMKM yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan. Hal ini di perkuat oleh peneliti Tri Yuliana (2022), menunjukkan bahwa loyalitas nasabah lebih ditentukan oleh nilai jangka panjang, komitmen branding syariah dan keberlanjutan produk, bukan hanya dari kemudahan fitur atapi layanan semata. Dalam konteks ini, produk UKM syariah yang permanen, fleksibel dan berbasis kepatuhan syariah.

### SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang sudah dipaparkan di atas, peneliti ini menganalisis komparasi keunggulan dua produk pembiayaan di BPRS cabang pragaan, yakni UKM Syariah dan Mitra UMKM, serta dampaknya terhadap loyalitas nasabah. Secara fitur, Mitra UMKM unggul karena prosedur cepat, namun secara loyalitas UKM syariah lebih unggul dibuktikan dengan peningkatan jumlah nasabah sebesar 44, 6% dibanding Mitra UMKM yang hanya 18% dalam tiga tahun terakhir. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya menilai pengaruh fitur terhadap kepuasan atapi loyalitas, studi ini mengintegrasikan analisis fitur teknis dengan aspek keberlanjutan dan persepsi syariah.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ucapkan terimakasih kepada pembimbing penulis terutama kepada kedua orang tua penulis dan kepada kampus universitas al-amien preduan, tidak lupa kepada Bank BPRS Bakti Sumekar Cabang Pragaan yang telah mempermudah penulis saat penelitian

### REFERENSI

- Al, C. P. et. (2024). Evaluasi Dampak Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Terhadap Pertumbuhan Dan Pengembangan UMKM Di Indonesia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(2), 310.
- Al, J. E. M. et. (2018). Analisis Kepuasan Nasabah Bank Kovensional Dan Bank Syariah Di Sumatera Barat. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 95.
- Annisa, Z. R. A. dan N. (2023). Analisis Faktor-Faktor Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 4(2), 264.
- Griffin. (2002). *Costumer Loyalty, How to Earn It How to Keep It*. Loxington: Books An Imprint of The Press., Free.
- Hidayat, S. (2024). *Ketua BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan*. Pragaan, jum'at 27 desember 2024. Pukul 09.20 WIB.
- Isnadi, D. (2019). "Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Nilai Nasabah Dan Keunggulan Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah". Universitas 7.
- Johan, A. A. S. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Maharani, A. S. R. dan H. N. (2024). Inovasi Dan Pengembangan Produk Keuangan Syariah: Tantangan Dan Prospek Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1), 10. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/11649>.
- Marlius. (2017). *Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas*.
- Purwanto. (2014). *Evaluasi Hasil Belajar*. Pustaka Belajar.
- Semuel, H. (2012). *Customer Relationship Marketing Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Dan Nasional, Loyalitas Perbankan*. 7(1), 50.
- Shodiq, A. (2023) Customer Loyalty To The Sharia Microfinance Insitution In Indonesia. *Jurnal Imliah Ekonomi Islam*, 9(3), 3424
- Wijaya, H. dan H. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tujuan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wismantoro, M. L. dan Y. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Semarang, Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Kota. *Jurnal Maneksi*, 13(1), 235.
- Yuliana, A. T. (2022). Pengaruh Relationship marketing, Karakteristik pemasaran Syariah dan Kualitas

***Analisis Komparatif Keunggulan Produk Pembiayaan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan), Cici' Insiyah, Dina Fadhlina*** 25001

pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah , *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri, Purwokerto.

Zaidan, M. A. (2011). Perpustakaan UPN " Veteran " Jakarta Perpustakaan UPN. *Veteran " Jakarta," Bina Widya*, 23, 43.