

**ANALISIS STRATEGI BANK SYARIAH INDONESIA KOTA
PALOPO DALAM MENJAGA LOYALITAS NASABAH**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

Institut Agama Islam Negeri Palopo



IAIN PALOPO

Oleh

SALMA AULIA

16 0402 017

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2021

**ANALISIS STRATEGI BANK SYARIAH INDONESIA KOTA
PALOPO DALAM MENJAGA LOYALITAS NASABAH**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada
Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

Institut Agama Islam Negeri Palopo



IAIN PALOPO

Oleh

SALMA AULIA

16 0402 0217

Pembimbing:

1. **Burhan Rifuddin, SE., MM**
2. **Abd Kadir Arno, SE., M.Si**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

2021

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Salma Aulia

NIM : 16 0402 0217

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul : “Analisis Strategi Bank Syariah Indonesia kota Palopo Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau dipublikasikan dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 08 November 2021

Yang membuat pernyataan

Salma Aulia

NIM 16 0402 0217

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى

آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Alhamdulillah, segala Puji dan syukur ke hadirat Allah swt. Atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “Analisis Strategi Bank Syariah Indonesia kota Palopo Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah”, dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan harapan.

Shalawat dan salam atas junjungan Rasulullah saw. Keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus Allah SWT. Sebagai uswatun hasanah bagi seluruh alam semesta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai idengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dari berbagai pihak, sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada orang tua tercinta, ayahanda Naim Le'ge dan ibunda Sarya yang senantiasa memanjatkan doa kehadiran Allah SWT. Memohonkan keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya, telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu banyak pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua itu. Hanya doa yang dapat penulis berikan, semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah SWT.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Rektor IAIN Palopo, Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor I, Dr. H. Muammar Arafat, M.H., Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M., dan Wakil Rektor III, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M., Wakil Dekan I, Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A., Wakil Dekan II, Tadjuddin, SE.,M.Si.,AK.,CA., dan Wakil Dekan III Dr. Takdir, S.H.,M.H., yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dosen Pembimbing I, Burhan Rifuddin, SE., MM dan Dosen Pembimbing II, Abd Kadir Arno, SE.,M.Si., yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Ibu Dosen dan Staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, khususnya dalam bidang pendidikan agama Islam.
5. Kepala Perpustakaan dan segenap karyawan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
6. Terkhusus orangtua saya Ibu Surya dan Bapak Naim Le'ge (Almarhum) telah mengasuh, mendidik serta yang tak henti-hentinya berdoa dan berjuang demi kesuksesan anak-anaknya. Terimakasih atas kasih sayang kalian, doaku untuk kalian akan senantiasa terpanjatkan dalam setia sujudku.
7. Karyawan bank syariah Indonesia Kota Palopo yang telah memberikan kemudahan untuk mengumpulkan data-data terkait penulisan skripsi penulis.

8. Sahabat 3 squad yang senantiasa menjaga kekompakan, persaudaraan, dan telah rela mengorbankan tenaga, pikiran, dan waktunya untuk membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada Kim Namjoon, Kim Soek Jin, Min Yoongi, Jung ho Seok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook, BTS yang telah menemani saya saat mengerjakan skripsi dengan karya-karya lagunya, kamsahamnida.
10. Teman-teman seperjuangan terutama angkatan 2016 Perbankan Syariah E dan Posko KKN Desa Bangun Jaya yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. Dan selalu diberi petunjuk kejalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya aamiin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan sistem ekonomi Islam dan semoga usaha penulis bernilai ibadah di sisi Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi-Nya Aamiin.

Palopo, 08 November 2021

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda Vokal	Nama	Latin	Keterangan
أ	<i>Fathah</i>	A	<i>ā</i>
إ	<i>Kasrah</i>	I	<i>ī</i>
أ	<i>Ḍammah</i>	U	<i>ū</i>

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أى	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
أو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

هَؤُلَاءِ : haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ آ إ	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
يَ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
وُ	<i>dammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : rāmā

رَمِيَ : qīla

قِيْلَ : yamūtu

يَمُوتُ

Transliterasi untu *ta marbutah* ada dua, yaitu *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t].

Sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : raudah al-atfal

الْمَدِينَةُ الْفَادِلَةُ : al-madinah al-fadilah

الْحِكْمَةُ : al-hikmah

5. Syaddah (*Tasydid*)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid*, dalam literashi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

7. Hamzan

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَامُرُونَ : *ta'muruuna*
الْأَنْعَامُ : *al-nau'*
سَيِّئَةٌ : *syai'un*
أَمْرٌ : *amruun*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasikan adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dilakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasikan secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī
Risālah fi Ri'āyah al-Maslahah

9. Lafz-al-Jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِسْمِ اللَّهِ *dīnullāh* بِاللَّهِ *billāh*

Adapun ta'marbutah di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku menggunakan huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa ma Muhammadun illa rasul

Inna awwala baitin wudi'a linnasi lallazi bi Bakkata mubarakan

Syahru Ramadan al-lazi unzila fihi al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusi

Nasr Hamid Abu Zayd

Al-Tufi

Al-Maslahah fi al-Tasyri al-Islami

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,
Abu al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Walid Muhammad)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:



SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijriah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
PRAKATA	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	v
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PANDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	8
B. Landasan Teori.....	10
1. Strategi.....	10
2. Bank Syariah.....	11
3. Loyalitas Nasabah	13
C. Faktor-faktor terbentuknya Loyalitas nasabah	19
D. Keuntungan memiliki nasabah yang loyal	19
E. Indikator/Bentuk-Bentuk Loyalitas Nasabah.....	21
F. Kerangka Pikir.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian	28

B. Fokus Penelitian.....	28
C. Lokasi Penelitian.....	28
D. Subjek Penelitian dan Key Informan	28
E. Sumber Data	30
F. Teknik Pengumpulan Data	30
G. Teknik Analisis Data.....	30
H. Definisi Istilah.....	31
BAB IV <u>DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA</u>.....	32
A. Hasil Penelitian.....	32
1. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia Kota Palopo	32
2. Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah	63
3. Bentuk-bentuk Loyalitas Bank Syariah Indonesia kota Palopo.....	61
B. Pembahasan	65
1. Analisis Strategi Bank Syariah Indonesia kota Palopo Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah.....	65
2. Analisis Bentuk-bentuk Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia kota Palopo	71
BAB V <u>PENUTUP</u>	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN	80

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1. QS. Al-Imran (3) : 159:.....	3
Kutipan Ayat 2. QS An-nisa (4) : 58.....	22
Kutipan Ayat 3. QS. Al Hujurat:13.....	23
Kutipan Ayat 4. Qs. Al Mudatstsir:38.....	25



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Data nasabah Tabungan Rupiah BSI 62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Skema Kerangka Pikir.....	27
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi BSI.....	55
Gambar 4. 2 Analisis SWOT	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Riwayat Hidup	81
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian	82
Lampiran 3. Halaman Persetujuan Pembimbing Munaqasyah.....	83
Lampiran 4. Nota Dinas Pembimbing Munaqasyah	84
Lampiran 5. Nota Dinas Penguji.....	85
Lampiran 6. Halaman Persetujuan Tim Penguji	86
Lampiran 7. Kartu Kontrol	87
Lampiran 8. Daftar Hadir Ujian.....	88
Lampiran 9. Nota Dinas Tim Verifikasi.....	89
Lampiran 10. Hasil Cek Turnitin	90
Lampiran 11. Wawancara Dengan Karyawan bank syariah Indonesia kota Palopo.....	91

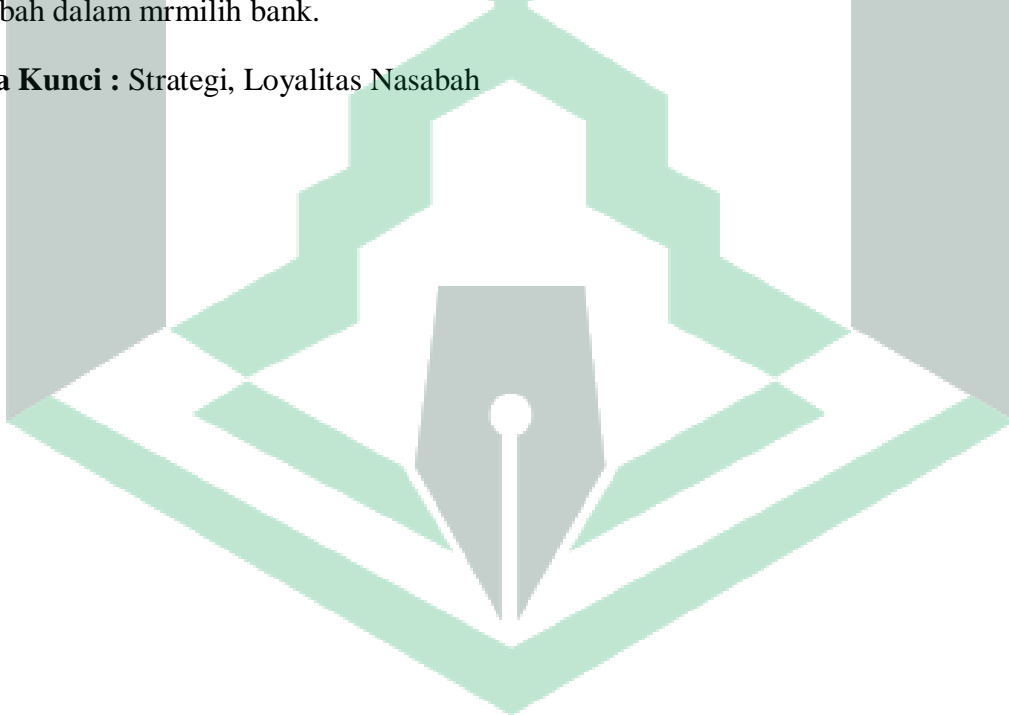


ABSTRAK

Salma Aulia, 2021. *"Analisis Strategi Bank Syariah Indonesia Kota Palopo Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah"*. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Burhan Rifundin dan Abd Kadir Arno

Pelayanan bank yang tidak memuaskan akan menyebabkan nasabah beralih pada bank lain, sebaliknya layanan bank yang memuaskan akan membuat nasabah menjadi loyal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bank syariah Indonesia kota Palopo dalam menjaga loyalitas nasabah. penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah kota Palopo. Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan wawancara ke BSI dan menjadi informan peneliti adalah pegawai dan nasabah BSI, dokumentasi untuk mengumpulkan data-data yang tertulis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan BSI sangatlah penting melalui pelayanan yang diberikan oleh BSI. Loyalitas nasabah sendiri dapat dilihat dari bertahannya mereka agar tetap menggunakan jasa BSI meskipun banyaknya lembaga-lembaga lain yang menawarkan produk yang sama tetapi mereka tetap bertahan di BSI. Kualitas pelayanan yang diberikan bank adalah salah satu perhatian utama nasabah dalam memilih bank.

Kata Kunci : Strategi, Loyalitas Nasabah



BAB I

PANDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan industri perbankan nasional dari waktu ke waktu semakin menggembirakan terutama lembaga keuangan syariah. Saat ini pelaku bisnis industri perbankan sangat merasakan tingkat persaingan yang semakin ketat. Situasi yang seperti ini menjadikan suatu kewajiban bagi para pelaku bisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga dapat memenangkan persaingan tersebut. Pelaku bisnis industri perbankan syariah wajib memperhatikan pengaruh, kualitas jasa dan loyalitas nasabah.¹

Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis di era global seperti saat ini adalah menciptakan dan mempertahankan kepuasan serta loyalitas nasabah, karena tidak ada perusahaan yang mampu bertahan dalam jangka panjang tanpa adanya kepuasan dan loyalitas dari nasabah.²

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang yang beroperasi yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah, yang bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Daya tarik bank syariah terdapat pada perbedaan pemberian keuntungan bank kepada nasabah

¹ Alida Palilati, "Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 9, No. 1, (Maret 2014), 74 <http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/16637>

² Hasrida Kadir, "Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Palopo", skripsi, (Palopo, STAIN Palopo 2014), 1-2 <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1732335&val=143118&title=LAYANAN%20DAN%20PENGARUHNYA%20TERHADAP%20LOYALITAS%20NASABAH%20BANK%20SYARIAH%20MANDIRI%20KOTA%20PALOPO>

dengan sistem bagi hasil dan pelayanan yang terkait erat dengan karakteristik konsumen sebagai salah satu alasan agar nasabah tetap memilih jasa perbankan syariah sebagai alternatif utama dalam menabung.

Menurut UU No. 21 Tahun 2008, Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.³ Perusahaan jasa perbankan, saat ini dihadapkan pada persaingan dalam dunia perbankan antara bank konvensional dan bank syariah yang sangat tajam, kompleks dan perubahan lingkungan bisnis yang cepat. Disisi lain, perubahan lingkungan yang sangat pesat semakin mendorong kompetisi yang sedang terjadi saat ini. Salah satu indikator keberhasilan dapat dilihat dengan pencapaian loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran dan kepuasan pelanggan dalam hal ini yaitu nasabah bank. Loyalitas pelanggan merupakan suatu faktor penting bagi suatu perusahaan jasa perbankan untuk dapat terus bertahan dalam persaingan bisnis.⁴

Perusahaan jasa perbankan, saat ini dihadapkan pada persaingan yang sangat tajam, kompleks dan perubahan lingkungan bisnis yang cepat. Loyalitas merupakan suatu faktor penting bagi suatu perusahaan jasa perbankan untuk dapat terus bertahan dalam persaingan bisnis. Karena apabila nasabah atau konsumen merasa bahwa kualitas layanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka

³ Marlius, D. *Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan*. Jurnal Pundi, 2018. 237–250.
http://www.researchgate.net/publication/325969780_Loyalitas_Nasabah_Bank_Nagari_Syariah_Cabang_Bukittinggi_Dilihat_dari_Kualitas_Pelayanan

⁴ Nurhayati & Sukesti, F. *Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah dengan Variabel Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Bank Syariah di Kota Semarang)*. Jurnal *Economia*, 2016. 141-153.

akan merasa puas, percaya dan mempunyai komitmen menjadi nasabah yang loyal.⁵

Bagi setiap Badan Usaha, layanan merupakan faktor penting dalam usaha untuk membentuk loyalitas kepada para pelanggannya. Bila pelanggan merasa tidak puas dapat menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dapat menyebabkan pelanggan tersebut pindah ke Badan Usaha lainnya, sehingga akan merugikan Badan Usaha tersebut.⁶

Dalam memberikan pelayanan, bank yang berlabelkan Islam dituntut untuk selalu berlemah lembut dan tidak bersikap keras terhadap nasabahnya agar mereka tidak menjauh. Seperti yang diterangkan dalam Kutipan Ayat 1. QS. Al-Imran (3) : 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Terjemahnya :

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah-lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.⁷

⁵ Sri Khaerani. *Strategi Bank Syariah Mandiri Cabang Mataram Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah*. Jurnal Cendekia, 2018 <http://etheses.uinmataram.ac.id/942/1/Sri%20Khaerani152135120.pdf>

⁶ Budi Setiawan, M., & Ukudi, U. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT. Bpr Bank Pasar Kendal)*. Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE), September 2007, 215-227. <https://media.neliti.com/media/publications/24240-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-kepercayaan- dan-komitmen-terhadap-loyalitas-nasabah-st.pdf>

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Halim publishing dan distributing, 2014),71

Pelayanan yang baik memiliki ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan dan perbankan mempunyai kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Peran karyawan ataupun seorang pelayan dalam dunia perbankan saat ini dan untuk selanjutnya menjadi penopang kemajuan perbankan. Dengan pelayanan yang diberikan pastinya akan lebih banyak masyarakat yang tertarik menggunakan jasa perbankan tersebut.

Saat ini dapat diketahui bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak pada persaingan dunia usaha yang semakin meningkat, baik perusahaan yang bergerak dibidang industri, perdagangan maupun jasa, hingga pada perusahaan perbankan. Kesuksesan dalam persaingan akan dapat dipenuhi berbagai usaha agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai.

Salah satu usaha memanjakan nasabahnya adalah melalui pelayanan yang diberikan. Nasabah dibuat nyaman mungkin dengan keramah-tamahan dan sopan santun dari karyawan perusahaan. Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit), serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu Bank harus dapat menjaga kepercayaan nasabahnya.⁸

Salah satu cara bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya. Pangsa pasar perbankan syariah saat ini sebesar 9,03% dibandingkan dengan bank konvensional sebesar 94%. Perusahaan akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabah

⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta, 2005), 201.

menjadi akrab, memberikan kesan yang baik bagi nasabah, membentuk suatu rekomendasi dari nasabah yang satu ke nasabah yang lain yang dapat menguntungkan perusahaan dan terciptanya loyalitas nasabah. Nasabah yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan nasabah yang baru.⁹

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, antara lain adalah kepuasan, kepercayaan dan komitmen dari nasabah itu sendiri. Kepuasan hanya salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas nasabah. Jadi, mempertahankan nasabah sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan terutama perusahaan dibidang perbankan. Hal ini disebabkan karena dengan mempertahankan nasabah, berarti dapat meningkatkan penerimaan atau pendapatan dalam penjualan produk. Loyalitas berasal dari kata dasar “loyal” yang berarti setia atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan.¹⁰

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan masyarakat maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakat. Citra ini dapat dibangun melalui produk, kualitas pelayanan dan kualitas keamanan. Tanpa citra maka kepercayaan yang sedang akan dibangun tidak akan efektif. Untuk meningkatkan citra perbankan maka bank memerlukan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya.¹¹

Jadi untuk meningkatkan kinerja perbankan dan kepercayaan nasabah, dikarenakan perbankan merupakan Bank jasa. Maka pelayanan yang diberikan harus dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya. Pelayanan merupakan

⁹ Hendradimanja, A, Pemasaran bank: *Performa Customer service Pembentukan Serius dan Peningkatan Performa*, <http://agushendradimadja.blogspot.co.id/2009/08/pemasaran-bank-performa-customer.html> diakses tanggal 24/01/2020

¹⁰ Hendrawan, Definisi Loyalitas Pelanggan dari <http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2009/11/10/definisi-loyalitas-pelanggan>, diakses tgl 20/01/2020

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : kencana prenada media, 2004), 201.

satu jalan untuk mempertahankan Bank agar selalu didekati dan diangkat oleh nasabah yang diberikan adalah pelayanan terbaik sehingga nasabah tersebut tidak akan pindah ke Bank lain. Selanjutnya pelayanan yang baik juga harus diikuti oleh tersediannya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakrutan data pekerjaan. Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dioperasikan manusia yang berkualitas juga.¹²

Bank syariah Indonesia kota Palopo merupakan salah satu lembaga keuangan yang berbasis Syariah. Setelah Bank Syariah Indonesia konversi ke sistem syariah secara menyeluruh, maka BSI memerlukan perencanaan strategi demi mempertahankan nasabahnya ditengah persaingan perbankan yang ketat. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin meneliti lebih lanjut terhadap strategi Bank Syariah Indonesia dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya yang dituangkan dalam bentuk proposal penelitian yang berjudul **“Analisis Strategi Bank Syariah Indonesia Kota Palopo Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka masalah pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi bank syariah Indonesia dalam upaya menjaga loyalitas nasabah?
2. Bagaimana bentuk-bentuk loyalitas bank syariah Indonesia kota Palopo?

¹² A. Hashmi All, *American Institute Of Banking*, Dasar-Dasar Operasional Bank, (Jakarta, Media, 1997), 130.

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui :

1. Bagaimana strategi yang dijalankan Bank Syariah Indonesia dalam upaya menjaga loyalitas nasabah setelah bank syariah Indonesia konversi menjadi syariah.
2. Bagaimana bentuk-bentuk loyalitas Bank Syariah Indonesia kota Palopo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan informasi atau bahan kajian dalam menambah pengetahuan khususnya mengenai kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas nasabah.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi penulis dan peneliti

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah ilmu pengetahuan pada bidang ilmu manajemen dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.

- b) Manfaat bagi peneliti lain

Hasil peneliti ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan untuk referensi untuk penelitian selanjutnya.

- c) Manfaat untuk kampus

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan bagi semua pihak yang membutuhkan baik para mahasiswa maupun para dosen.

BAB II KAJIAN

TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Beberapa penelitian sebelumnya yang termasuk dalam penelitian ini berguna untuk membuktikan kebaruan dalam keaslian penelitian. Ada beberapa hal berbeda yang menjadi permasalahan utama yang akan dikaji dalam penelitian ini. Beberapa penelitian itu adalah;

1. **Puji Khikmawati** dalam penelitian berjudul “*Strategi Bank Syariah Mandiri KCP Pemalang Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah*”. Pada Tahun 2019, menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, dengan hasil penelitian yaitu dengan melakukan perlindungan nasabah dalam menyimpan uang, serta terdapat bentuk-bentuk loyalitas nasabah di bank syariah mandiri KCP Pemalang yaitu keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari bank syariah tersebut yang ditunjukkan dengan adanya kepuasan nasabah atas layanan yang diberikan dan adanya sikap loyal dari nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri.¹³

Berdasarkan penelitian ini terdapat persamaan yaitu sama-sama membahas mengenai strategi bank syariah dalam menjaga loyalitas nasabah secara kualitatif. Adapun perbedaan penelitiannya terlihat pada tinjauan objek penelitian, pada penelitian ini tinjauan objek penelitian terhadap Bank Syariah Mandiri KCP Pemalang, sedangkan penelitian penulis tinjauan objek penelitian terhadap Bank Syariah Indonesia Kota Palopo.

¹³ Puji Khikmawati. *Strategi Bank Syariah Mandiri KCP Pemalang Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah*. IAIN Pekalongan. 2019.

2. **Annisa Dyah Utami** dalam penelitian berjudul “*Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Unit Pituruh*”. Pada tahun 2021, menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, dengan hasil penelitian yaitu strategi pelayanan *customer service* harus bersikap ramah kepada nasabah terkait kegiatan perbankan, berkonsultasi tentang produk dan menyampaikan keluhan. Jadi, *customer service* perlu memiliki keahlian komunikasi yang baik karena berhadapan langsung dengan nasabah yang memiliki sifat berbeda-beda. Adapun kendala saat melakukan pelayanan yaitu keterbatasan waktu, koneksi internet yang kurang bagus, dan sikap nasabah yang bervariasi.¹⁴

Berdasarkan penelitian ini terdapat persamaan yaitu sama-sama membahas mengenai strategi bank dalam menjaga loyalitas nasabah secara kualitatif. Adapun perbedaan penelitiannya terlihat pada fokus strategi dimana pada penelitian tersebut fokus terhadap *customer service* sedangkan pada penelitian penulis fokus pada pelayanan secara umum, serta pada tinjauan objek penelitian, pada penelitian ini tinjauan objek penelitian terhadap PT Bank Rakyat Indonesia Unit Pituruh, sedangkan penelitian penulis tinjauan objek penelitian terhadap Bank Syariah Indonesia Kota Palopo.

3. **Azidni Rofiqo** dalam penelitian berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepercayaan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator Bank Syariah di Ponorogo*”. Pada Tahun 2021, menggunakan penelitian kuantitatif, dengan hasil penelitian yaitu kualitas layanan berpengaruh positif pada kepercayaan dan kepuasan, serta berdasarkan uji

¹⁴ Annisa, D. *Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Unit Pituruh*. UII Yogyakarta. 2021.

individu kepuasan menjadi media antara kualitas layanan dan loyalitas sebesar 45% sedangkan kepercayaan bukan sebagai variabel mediasi antar kualitas layanan dan loyalitas.¹⁵

Berdasarkan penelitian ini terdapat persamaan yaitu sama-sama membahas mengenai pelayanan dalam menjaga loyalitas nasabah. Adapun perbedaan penelitiannya yaitu pada pendekatan penelitian, dimana penelitian tersebut menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan penulis menggunakan penelitian kualitatif, serta pada tinjauan objek penelitian, pada penelitian in tinjauan objek penelitian terhadap Bank Syariah di Ponorogo, sedangkan penelitian penulis tinjauan objek penelitian terhadap Bank Syariah Indonesia Kota Palopo.

B. Landasan Teori

1. Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yang berarti kepemimpinan dalam ketentaraan. Sedangkan menurut istilah strategi adalah hasil menetapkan arah kepada manajemen dalam arti orang tentang sumber daya didalam bisnis tentang bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan pasar.¹⁶ Strategi merupakan kerangka yang membimbing dan mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan sifat dan arah suatu organisasi perusahaan.

Menurut Siagian P Sondang strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan sadar yang dibuat oleh manajemen puncak dan di implementasikan oleh

¹⁵ Azidni,R. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepercayaan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator Bank Syariah di Ponorogo*. *Journal of Islamic Banking Finance*. 2021. 1-11.

¹⁶ Crown Dirgantoro, *Manajemen Strategik*. (Jakarta:Grasindo,2001),5-6.

seluruh jajaran dalam suatu organisasi dalam rangka mencapai organisasi tersebut.¹⁷ . Sedangkan menurut Stephen P. Robbins manajemen strategi adalah apa yang dilakukan manajer untuk mengembangkan strategi organisasi, jadi strategi adalah rencana mengenai bagaimana sebuah organisasi akan melakukan sesuatu yang harus dikerjakan dalam bisnis, bagaimana organisasi akan menang bersaing, dan bagaimana mencapai tujuannya.

2. Bank Syariah

a. Defenisi Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga yaitu lembaga keuangan/perbankan yang beroperasi dan produknya dikembangkan bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.¹⁸

Menurut Heri Sudarsono Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang lembaga Negara yang memberi kredit dan jasa-jasa lainnya didalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi menggunakan prinsip-prinsip syariah atau Islam.

Pengertian bank syariah atau bank Islam dalam bukunya Edi Wibowo adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank ini tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan

¹⁷ Siagian P. Sondang, *Manajemen Strategi*, (bumi aksa, Jakarta, 2004), 20.

¹⁸ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta : Rajawali Pers 2014), 2.

hadist.¹⁹

Bank yang beroperasi sesuai prinsip-prinsip syariah Islam maksudnya adalah bank yang dalam beroperasi itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam. Dalam tata cara bermuamalat itu dijauhi dari praktik-pratik yang di khawatirkan mengandung unsur-unsur riba, untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan atau praktik-praktik usaha yang dilakukan di zaman Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya, tetapi tidak dilarang oleh beliau.

Sedangkan menurut Sutan Remy Shahdeiny bank syariah adalah lembaga yang berfungsi sebagai intermediasi yaitu mengerjakan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan tanpa brdasarkan prinsip bunga, melainkan berdasarkan prinsip syariah.²⁰

Perbankan syariah merupakan badan usaha penghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan penyaluran kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dalam bentuk lainnya sesuai dengan prinsip syariah yang mengacu pada Al-Qur^{an} dan Sunnah Rasulullah SAW, dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.²¹

Bank syariah didirikan bertujuan guna meningkatkan usaha ekonomi kesejahteraan anggota pada umumnya dan masyarakat pada khususnya. Adapun tujuan dari bank syariah menurut Undang-Undang No. 21 2008 pasal 3 berbunyi :
“Menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan

¹⁹ Edy Wibowo, dkk, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, Bogor : Ghalia Indonesia cet.I,2005, 33.

²⁰ Sultan Remy Shahdeiny, *Perbankan Islam*, Jakarta: PT Pusat Utara Grafiti, cet ke-3, 2007,1.

²¹ Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* Cetakan ke-2 (Yogyakarta:Ekonisa,2008), 127.

keadilan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat”.²²

3. Loyalitas Nasabah

1. Pengertian Loyalitas

Loyalitas berasal dari kata “loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Usaha untuk memperoleh nasabah yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari nasabah potensial sampai memperoleh rekan kerja sama.

Loyalitas merupakan satu kata lama yang biasa digunakan untuk menggambarkan kesetiaan atau kepatuhan terhadap Negara, gerakan atau individu. Belakangan ini, loyalitas digunakan produk perusahaan untuk menggambarkan kesediaan pelanggan agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, apalagi jika penggunaanya secara eksklusif, dan merekomendasikan produk-produk perusahaan kepada teman rekannya, loyalitas pelanggan melampaui perilaku dan mencakup preferensi, kesukaan, itikad dimasa mendatang.²³

2. Pengertian Nasabah

Dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa, nasabah adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Nasabah adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah

²² Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah., Pasal 3

²³ Christopher Lovelock, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia* (Jakarta:Erlangga,2010) Jilid 2, 76.

pengguna produk. Nasabah adalah seseorang yang beberapa kali ketempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan.²⁴ Jadi nasabah penabung ini menitipkan sebagian dana yang dimilikinya untuk diolah Bank yang bersangkutan dan dengan cara menabung ini nasabah terpaksa untuk mencari Bank yang lain yang menyediakan jasa yang mereka butuhkan.²⁵ Kasmir mengemukakan nasabah adalah raja artinya seseorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan harus seperti melayani raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan bank atau derajat karyawan itu sendiri.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa “Nasabah adalah seorang ataupun badan usaha (koperasi) yang mempunyai rekening, simpanan, dan pinjaman dan melakukan transaksi simpan pinjam tersebut pada sebuah Bank”.

1. Sifat-sifat Nasabah

Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar prima sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka seorang nasabah harus mengenal betul perilaku nasabah secara umum. Disamping itu juga seorang karyawan memperlakukan nasabah secara benar. Berikut ini adalah perilaku atau sifat-sifat seorang nasabah :

a. Nasabah adalah raja

Karyawan Bank harus menganggap nasabah adalah raja, artinya seorang raja harus dipedulikan semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja dalam arti dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat Bank atau derajat Bank atau derajat karyawan

²⁴ Rambat Lupiyodo, *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Jakarta: salemba Empat, 2006), 143.

²⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: Rajawali pers, 2010), 113.

itu sendiri. Terkadang adapula pelanggan yang kurang suka dilayani terlalu berlebihan dan sebagian nasabah ingin rileks dan melakukan aktivitas dengan sendiri.

b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

Kedatangan nasabah ke bank adalah ingin memenuhi hasrat atau keinginannya agar terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi atau keluhan-keluhan jadi tugas karyawan adalah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

c. Tidak mau didebat atau tidak mau disinggung

Sudah merupakan hukum alam bahwa nasabah paling tidak suka diantah atau didebat. Usahakan setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks. Pandai-pandailah mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

d. Nasabah mau diperhatikan

Nasabah yang datang ke bank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-kali menyepelekan atau membiarkan nasabah, berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan. Perhatian yang diberikan kepada pelanggan adalah mulai dari pelanggan datang selama berhubungan dengan nasabah sampai dengan berakhirnya pelayanan yang diberikan. Perhatian yang diberi mulai dari sikap, cara berbicara dan lainnya. Perhatian yang diberikan yang terlalu berlebihan, yang perlu ditekankan kepada keinginan kita untuk mengetahui masalah nasabah, kemudian menyelesaikan masalahnya.

e. Nasabah ingin selalu dipuji

Pelanggan atau nasabah pada hakikatnya paling senang dipuji dan disanjung

oleh karyawan kita. Pujian dapat dilakukan mulai dari penampilan berpakaian, keramahan sampai dengan kecantikannya. Hanya saja dalam memuji nasabah jangan terlalu berlebihan, yang dapat membuat nasabah tidak merasa nyaman hendaknya pujian diberikan secara wajar.

f. Nasabah merupakan sumber pendapatan Bank

Pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Oleh karena itu, jika membiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapat. Nasabah merupakan sumber pendapatan yang harus dijaga.²⁶

g. Kepuasan nasabah

Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa dalam hal ini adalah Bank menciptakan kepuasan pelanggan sebagai hasil penilaian terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tertentu. Apakah keinginan yang diterimanya lebih besar (minimal sama) daripada harapannya, maka pelanggan puas, sebaliknya kinerja yang harus diberikan dari pemakaian produk/jasa tersebut lebih kecil daripada apa yang diharapkannya maka pelanggan tidak puas. Philip Kotler mengatakan bahwa :“kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk, jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan”²⁷

Ada kesamaan antara beberapa definisi diatas yaitu menyangkut komponen kepuasan konsumen (harapan kinerja/hasil yang dirasakan). Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik

²⁶ Kasmir, *Manajem Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010, 230.

²⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, Jakarta:PT. Indeks 2005,65.

atau berupa barang atau jasa. Sehingga sebelum konsumen membeli suatu produk ia sudah mempunyai harapan atas kualitas produk yang akan didapat. Sedangkan kinerja yang dirasakan oleh konsumen adalah persepsi konsumen terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

Kepuasan konsumen menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon konsumen terhadap evaluasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.²⁸

3. Pengertian Loyalitas Nasabah

Menurut Oliver, loyalitas nasabah atau pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.²⁹

Menurut James G.Barnes loyalitas pelanggan sejati tidak mungkin tercipta tanpa adanya hubungan emosional. Loyalitas adalah bukti dari emosi yang mentransformasikan perilaku pembelian berulang menjadi suatu hubungan. Jika pelanggan tidak merasakan adanya kecintaan dan kedekatan pada penyediaan jasa atau organisasi lain, maka hubungan antara pelanggan dan perusahaan tidak memiliki karakteristik atau hubungan.³⁰

Loyalitas merupakan suatu kaya yang digunakan untuk menggambarkan kesetiaan atau kepatuhan terhadap negara, gerakan, atau individu. Belakangan ini, loyalitas digunakan produk perusahaan untuk menggambarkan kesediaan pelanggan agar tetap menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, terlebih lagi jika

²⁸ Kasmir, SE.,MM., Pemasaran Bank.(Jakarta: kencana. 2004), 192-193.

²⁹ Herry Sutanto, *Manajemen Pemasaran Syari'ah*, 286-287.

³⁰ James G.Barnes, *Secrets of Customer Relatinship Manajemen*, Yogyakarta

menggunakannya secara eksklusif, dan merekomendasikan produk-produk perusahaan kepada rekannya. Loyalitas pelanggan melampaui dan mencakup preferensi, kesukaan dan itikad masa mendatang.

Dalam berbagai literatur pemasaran menyebutkan bahwa loyalitas nasabah memiliki nilai strategi bagi perusahaan, antara lain :

1) Mengurangi biaya pemasaran

Pelanggan setia dapat mengurangi biaya pemasaran. Beberapa peneliti menunjukkan bahwa biaya untuk mendapatkan pelanggan baru 6 kali lebih besar dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan yang ada.

2) *Trade Leverage*

Kesetiaan terhadap merek menyediakan *trade leverage* bagi perusahaan. Sebuah produk dengan merek yang memiliki pelanggan setia akan menarik distributor untuk memberikan ruang yang lebih besar dibandingkan dengan merek lain diperusahaan mereka.

3) Menarik pelanggan baru

Pelanggan yang puas dengan merek yang dibelinya dapat mempengaruhi konsumen lain.

4) Waktu untuk merespon ancaman dari pesaing

Kesetiaan terhadap merek memungkinkan perusahaan memiliki waktu untuk merespon tindakan-tindakan yang dilakukan. Jika pesaing mengembangkan produk yang lebih superior, perusahaan memiliki kesempatan untuk membuat produk yang lebih baik dalam jangka waktu tertentu karena bagi pesaing relatif sulit untuk mempengaruhi pelanggan-pelanggan kita untuk setia. Karena pentingnya kesetiaan pelanggan maka kesetiaan pelanggan terhadap merek dianggap sebagai aset perusahaan dan berdampak besar terhadap pangsa pasar serta

profitability perusahaan.³¹

C. Faktor-faktor terbentuknya Loyalitas nasabah

Swastha dan Handoko³² menyebutkan lima faktor utama yang mempengaruhi loyalitas, sebagai berikut:

- a) Kualitas Produk, kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, dan bila hal tersebut berlangsung secara terus-menerus akan mengakibatkan nasabah yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan disebut loyalitas nasabah.
- b) Kualitas jasa, selain kualitas produk ada hal lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kualitas jasa.
- c) Emosional, emosional di sini lebih diartikan sebagai keyakinan penjual itu sendiri agar lebih maju dalam usahanya. Keyakinan tersebut, nantinya akan mendatangkan ide-ide yang dapat meningkatkan usahanya.
- d) Harga, sudah pasti orang menginginkan barang yang bagus dengan harga yang lebih murah atau bersaing. Jadi harga di sini lebih diartikan sebagai akibat, atau dengan kata lain harga yang tinggi adalah akibat dari kualitas produk tersebut yang bagus, atau harga yang tinggi sebagai akibat dari kualitas pelayanan yang bagus.
- e) Biaya, orang berpikir bahwa perusahaan yang berani mengeluarkan biaya yang banyak dalam sebuah promosi atau produksi pasti produk yang akan dihasilkan akan bagus dan berkualitas, sehingga nasabah lebih loyal terhadap produk tersebut.

D. Keuntungan memiliki nasabah yang loyal

³¹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor : Ghalis Indonesia, 2010, 102-103.

³² 8Basu Swastha dan Hani Handoko, *Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta, 2004, hlm.83

Keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal adalah sebagai berikut :

- a) Biaya pemasaran menjadi berkurang (biaya pengambil alihan pelanggan lebih tinggi dari pada biaya mempertahankan pelanggan).
- b) Biaya transaksi menjadi lebih rendah, seperti biaya negoisasi kontrak dan memprosesan order.
- c) Biaya perputaran pelanggan (*customer turnover*) menjadi berkurang (lebih sedikit hilang yang harus digantikan).
- d) Keberhasilan *cross selling* (penjualan silang) menjadi meningkat, menyebabkan mangsa pelanggan yang lebih besar.
- e) Pemberian dari mutu (*word of mouth*) menjadi lebih positif, dengan asumsi para pelanggan yang loyal juga merasa puas.
- f) Biaya kegagalan menjadi menurun (pengurangan pekerjaan ulang, dan klaim bergaransi).

Sebelum loyalitas antar bank syariah dengan nasabah terjalin dengan baik, biasanya muncul dua faktor yang mendahului yaitu faktor kepercayaan (*Trust*) dan faktor komitmen (*commitmen*). Kepercayaan dibedakan atas tiga yaitu :

- a) *Calculate trust* yaitu kepercayaan berdasarkan penilaian atas biaya dan manfaat dan tindakan-tindakan tertentu. Dimana yang dipilih tentu saja yang paling menghasilkan keuntungan.
- b) *Value or norm-based trust* yaitu kepercayaan asumsi akan nilai-nilai yang sama (*commont value*) diantara pihak nasabah dengan pihak bank syariah.
- c) *Prosess-based trust* yaitu kepercayaan yang dibentuk berdasarkan pengalaman masalah atau perubahan berdasarkan pengalaman masalah atau perubahan dengan alasan. Hal ini merupakan proses yang

meningkatkan kepercayaan berdasarkan pengetahuan langsung atau tidak langsung.

Sedangkan komitmen dapat dibedakan menjadi 2 yaitu :

- a) *Affective commitment* yaitu komitmen yang menunjuk pada *psychologi attachment* dan didasari oleh perasaan loyal antar nasabah dengan pihak bank.
- b) *Calculative commitment* yaitu komitmen yang didasari oleh sikap perubahan akan pergantian partner akan menimbulkan kesulitan dan *switching costi* bagi salah satu pihak. Oleh karena itu, perlu untuk mempertahankan loyalitas nasabah.

- a. Membangun loyalitas

Menurut Philip Kotler menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan adalah mimpi semua pemasar dan hal ini menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang perusahaan yang ingin membentuk ikatan pelanggan yang kuat harus memperhatikan sejumlah pertimbangan yang beragam. Ada dua program loyalitas pelanggan yang dapat ditawarkan perusahaan adalah program Frekuensi dan program pemasaran klub. FB (*frequency program*) dirancang untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan yang seringkali membeli dalam jumlah besar. Program ini dapat membantu membangun loyalitas jangka panjang dengan pelanggan.³³

E. Indikator/Bentuk-Bentuk Loyalitas Nasabah

Pelanggan/nasabah yang loyal merupakan aset yang penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, adapun

³³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 138.

pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a) Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*).
- b) Membeli diluar ini produk dan jasa (*purchases across product and service lines*).
- c) Mereferensikan produk perusahaan kepada orang lain (*referz other*)
- d) Menunjukkan kekebal dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the fullof the competition*).³⁴(Ratih Hurriyati, n.d., p. 129)

Menurut Didin Hafiduddin³⁵ dan Hermawan Kartajaya³⁶ nilai-nilai islam yang hrus diterapkan oleh karyawan dalam memberikan pelayanan yang maksimal adalah :

a. Profesional

Profesional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan.

b. Jujur

Jujur yaitu tidak perna berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi. Dalam dunia kerja dan usaha, kejujuran ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan untuk kemudian diperbaiki secara terus menerus serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu.

c. Amanah

Amanah berarti memiliki tanggungjawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Allah berfirman dalam Kutipan Ayat 2. QS An-nisa (4) : 58

³⁴ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*.,129.

³⁵ Didin Hafidhuddin, *Manajemen Syariah dan Praktik*, Jakarta:Gema insani , 2003.

³⁶ Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing*, (Bandung: mizan, 2006), 107.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا
بَصِيرًا

Terjemahnya :

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”³⁷.

d. Bersikap melayani dan rendah hati (khidmah)

Islam mengajarkan untuk menebarkan kebaikan dan kebermanfaatn dalam hidup semua insannya, oleh karena itu adalah satu syarat untuk kemampuan individu untuk mampu melayani orang banyak.

Ada beberapa prinsip etika yang islami diantaranya adalah :

1) Prinsip Ketauhidan (kesatuan/*unity*)

Prinsip ini merupakan pokok dari segala sesuatu, karena didalamnya terkandung perpaduan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, soasial dan lain sebagainya menjadi satu (*homogeneous whole*) dalam islam menwarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan social demi membantu kesatuan, seperti yang dicantumkan dalam Kutipan Ayat 3.QS. Al Hujurat:13

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ
لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Terjemahnya :

³⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya : Halim publishing dan distributing, 2014).87.

Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal".³⁸

Atas dasar inilah etika dan ekonomi atau etika dengan bisnis diharapkan bias saling harmonis menuju saling keterpaduan dengan yang lain, sehingga para pelaku bisnis tidak akan melakukan diskriminasi diantara pekerja, dan akan menghindari praktik bisnis haram atau yang melanggar ketentuan syariah.

2) Prinsip Keseimbangan (*keadilan/equilibrium*)

Prinsip ini mengajarkan keadilan yang merupakan salah-satu prinsip dasar yang harus dipegang oleh para pebisnis. Kunci dalam prinsip ini adalah senantiasa berorientasi kepada dua hal yaitu untuk mewujudkan keseimbangan antara kehidupan akhirat sebagai tujuan panjang, dan kehidupan dunia sebagai tujuan saat ini, sedangkan untuk mewujudkannya diperlukan keadilan yang seimbang, dimana keduanya sama pentingnya untuk kehidupan semua orang. Sehingga dengan adanya prinsip ini menghindarkan para pebisnis untuk melakukan praktek monopoli dan segala macamnya. Keseimbangan merupakan landasan pikir dan kesadaran dalam pendayagunaan dan pengembangan harta benda agar harta benda tidak menyebabkan kebinasaan bagi manusia.

3) Prinsip Kehendak Bebas (*al-hurriyah/free will*)

Dalam Islam, kehendak dan berlaku bebas dalam menjalankan roda bisnis harus benar-benar dilandaskan pada aturan-aturan syariah. Tidak diperkenankan melakukan persaingan dengan cara-cara kotor dan bisa merugikan orang banyak. Sehingga dalam berbisnis manusia memiliki kebebasan untuk membuat suatu perjanjian termasuk menepati janji atau mengingkarinya.

³⁸ Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Syaamil Al Qur'an, 2007, 517.

4) Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab disini diharapkan mampu menghantarkan manusia untuk selalu mengacu kepada tauhid dan keseimbangan, sehingga melahirkan antara lain kesadaran social yang mengantarkannya mengulurkan bantuan kepada sesama manusia. Dan memberi batas tersendiri pada kehendak bebas yang dibutuhkan pertanggungjawaban atas semua yang dilakukan. Seperti dalam Kutipan Ayat 4. Qs. Al Mudatstsir:38

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Terjemahannya :

“ Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”.³⁹

5) Prinsip Kebenaran

Kebenaran mengandung dua unsur penting, yaitu kebajikan dan kejujuran. Dimana kebenaran merupakan satu prinsip yang tidak bertentangan dengan seluruh ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksud adalah sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar dan jauh dari kesan salah.

Dalam buku Philip Kotler menyatakan bahwa terdapat 4 karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang, keempat karakteristik itu meliputi :

1. Tidak tampak (*intangibility*)

Jasa sifat *intangibility*, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba atau didengar sebelum dibeli. Konsep *intangibility* ini sendiri meliputi dua pengertian. Kedua pengertian itu adalah :

- a. Sesuatu yang tidak dapat disentuh atau dapat dirasa.
- b. Sesuatu yang tida mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami

³⁹ Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Syaamil Al Qur'an, 2007,576.

secara rohaniah.

2. Tidak terpisahkan

Suatu jasa tidak dapat dipisahkan dari sumber pemberinya. Pemberian jasa dibutuhkan kehadiran pemberi jasa, baik berupa alat atau manusia. Jadi produksi dan konsumsi terjadi bersama-sama dengan pemberian jasa.

3. Bervariasi (*variability*)

Jasa bersifat sangat variable karena merupakan non standarzedoutput, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4. Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Ketidaktahan lamaan jasa tersebut tidak akan menjadi masalah jika permintaannya konstan. Tetapi kenyataan permintaan konsumen akan jasa sangat bervariasi dan dipengaruhi oleh faktor musiman.⁴⁰

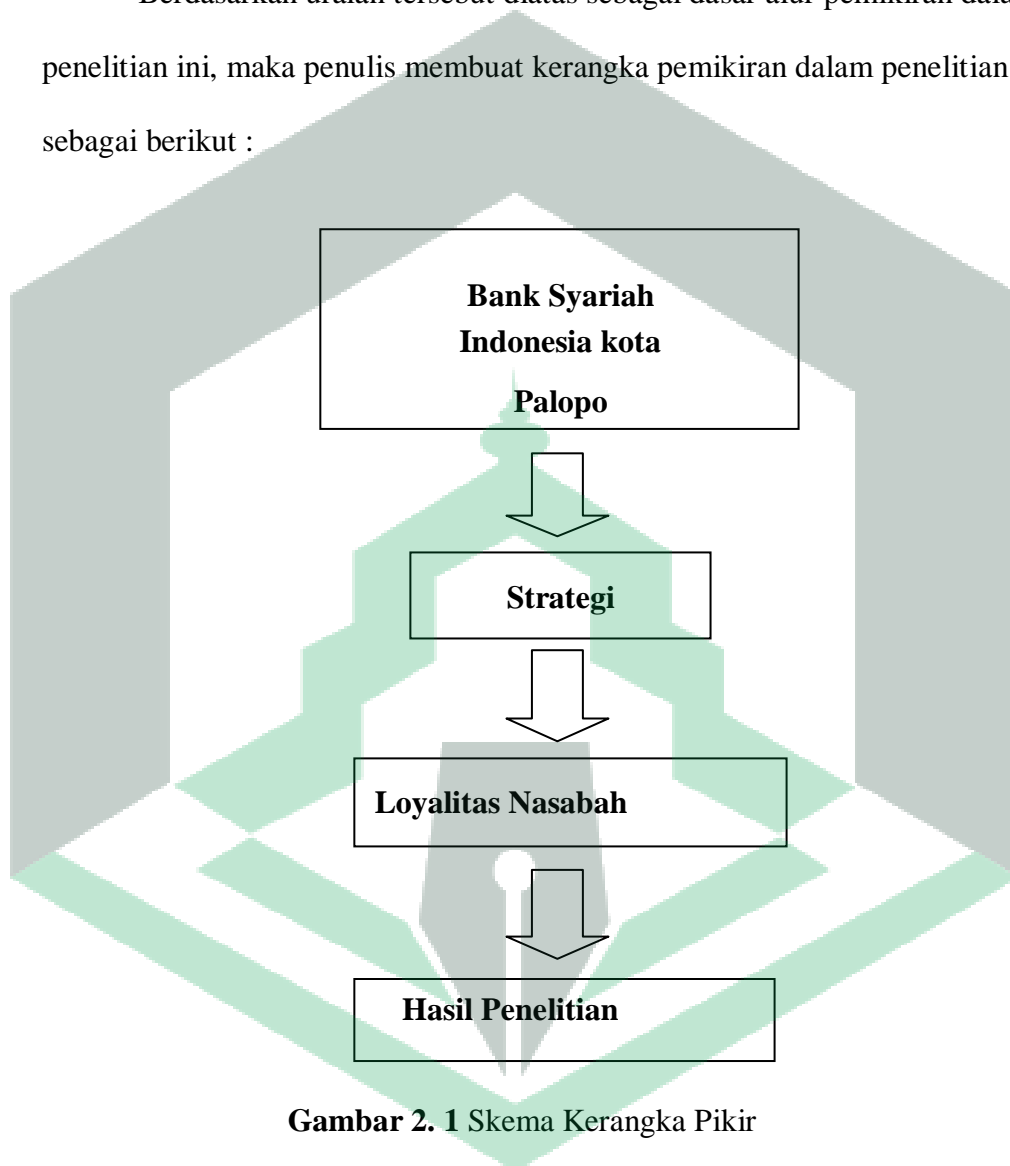
F. Kerangka Pikir

Dalam bank syariah Indonesia Kota Palopo, karyawan dituntut untuk selalu berhubungan dengan nasabah dan menjaga hubungan itu tetap baik karena kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap terciptanya loyalitas nasabah. Suatu bank dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan nasabah merasa mendapatkan pelayanan yang baik dari karyawan tersebut. Dalam menjalankan kegiatan pelayanan, karyawan harus mampu bertanggungjawab melayani setiap nasabah dari awal hingga akhir. Karyawan juga harus mampu memahami kebutuhan nasabah agar terciptanya suatu kecenderungan nasabah untuk menabung

⁴⁰ Philip Kotler, dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jilid II, Jakarta: Salemba Empat, 1999. Hal 605-607

akan merasa terpuaskan dan merasa aman dengan pelayanan pada lembaga perbankan syariah dan juga sangat dipengaruhi oleh karyawan yang memberikan kenyamanan pada nasabahnya, agar loyalitas nasabah tersebut meningkat pada Bank Syariah Indonesia Kota Palopo.

Berdasarkan uraian tersebut diatas sebagai dasar alur pemikiran dalam penelitian ini, maka penulis membuat kerangka pemikiran dalam penelitian ini, sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Skema Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi Bank Syariah Indonesia kota Palopo dalam menjaga loyalitas nasabah dan bentuk-bentuk loyalitas nasabah.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah Bank Syariah Indonesia Kota Palopo, Jl. Ratulangi No. 62AB

D. Subjek Penelitian dan Key Informan

Subjek penelitian adalah orang yang dijadikan sebagai sumber data atau sumber informasi oleh peneliti untuk riset. Yang menjadi subjek penelitian adalah pihak yang mempunyai kewenangan dalam memberikan keterangan secara langsung mengenai hal-hal yang berkaitan dengan objek peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi *Key Informan* peneliti adalah pimpinan dan karyawan di Bank Syariah Indonesia dalam hal ini Pak Adhim Bari sebagai Consumer

Banking Relationship Manager dan Pak Andre Nusawangsa Sandewang sebagai Consumer Sales Executive. Dan 5 nasabah bank syariah Indonesia kota Palopo.



E. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah Data Primer.

Data primer, yakni informasi yang dikumpulkan penulis langsung dari sumbernya. Data primer penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari Bank Syariah Indonesia Kota Palopo

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu proses dari pengadaan data untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data adalah langkah yang paling penting dalam penelitian ilmiah, karena pada umumnya data yang telah dikumpulkan akan digunakan sebagai referensi dalam penelitian.⁴¹ Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah Wawancara.

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sistematis dengan bantuan suatu daftar pertanyaan. Pengumpulan data-data dengan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berdasarkan tujuan praktik, dengan karyawan Bank Syariah Indonesia Kota Palopo.

G. Teknik Analisis Data

⁴¹ Moh. Nazir, Metode Penelitian, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014),178.

Analisis data yang digunakan disini adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

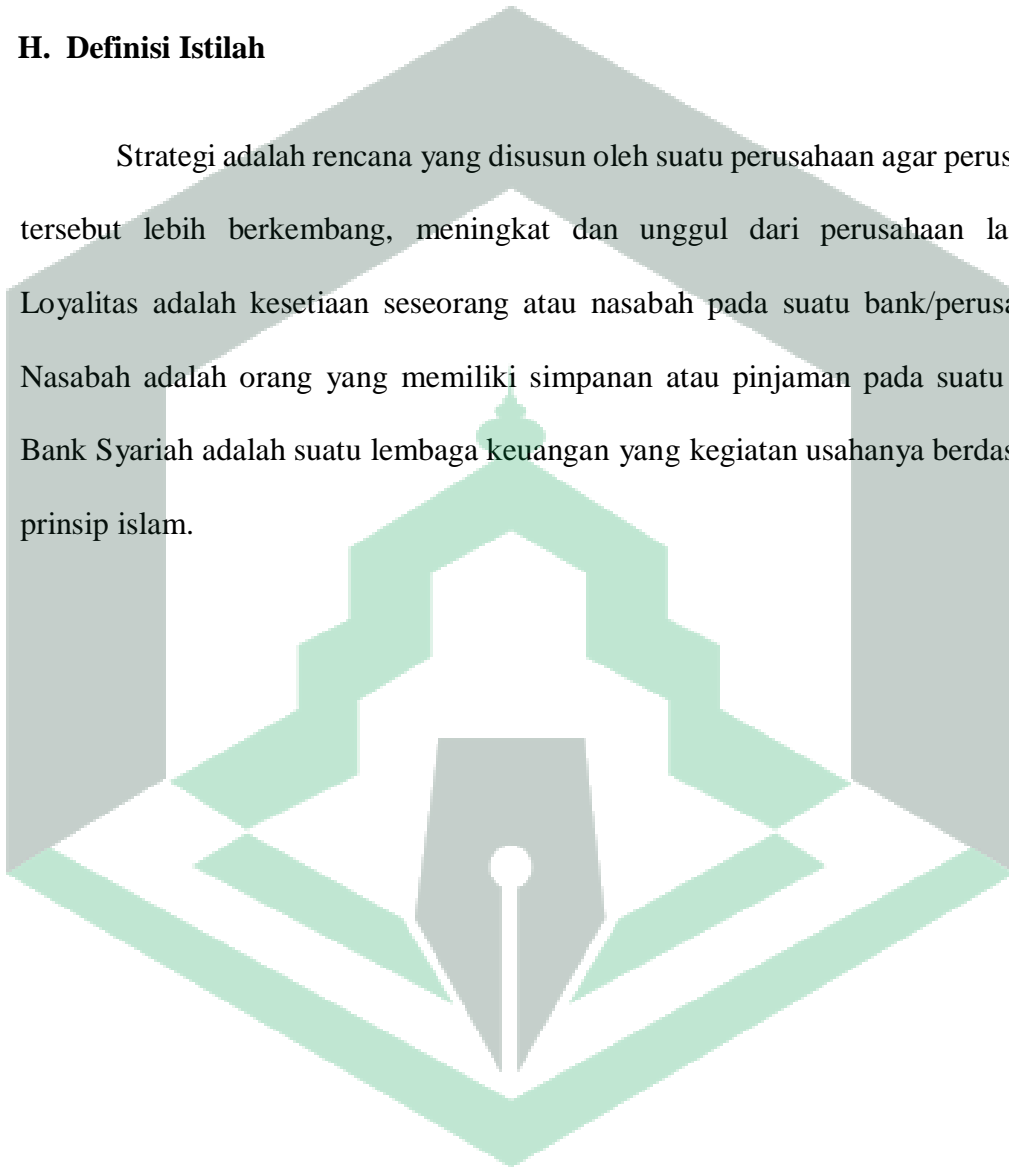
H. Definisi Istilah

Strategi adalah rencana yang disusun oleh suatu perusahaan agar perusahaan tersebut lebih berkembang, meningkat dan unggul dari perusahaan lainnya.

Loyalitas adalah kesetiaan seseorang atau nasabah pada suatu bank/perusahaan.

Nasabah adalah orang yang memiliki simpanan atau pinjaman pada suatu bank.

Bank Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang kegiatan usahanya berdasarkan prinsip islam.



BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia Kota Palopo

Bank Syariah Indonesia atau disingkat dengan BSI adalah bank syariah yang didirikan pada 01 Februari 2021 pukul 13.00 WIB dan diresmikan oleh presiden Joko Widodo. Pendirian BSI ini adalah bagian dari upaya dan komitmen pemerintah dalam memajukan ekonomi syariah sebagai pilar baru kekuatan ekonomi nasional yang juga secara jangka panjang akan mendorong Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah dunia. Bank syariah Indonesia merupakan penggabungan (*merger*) dari 3 bank BUMN yaitu PT. Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. Dengan merger ini maka perbankan syariah di Indonesia akan menjadi inovatif, lebih bermanfaat dan lebih sehingga bisa menjadi bagian dari moto pembangunan Indonesia. BSI bertekad akan menciptakan value pada karya-karya dan terus menerus berinovasi dan berkreasi agar dapat bersaing di industry perbankan yang semakin kompetitif.

BSI diharapkan dari tahun ke tahun menunjukan bahwa kehadirannya sangat penting dalam dunia perbankan. Kepercayaan yang diberikan masyarakat kepada BSI karena menjadikan BSI sebagai pilihan untuk tempat menyimpan segala macam kekayaan yang terpercaya dari masyarakat. Permintaan akan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah pun bermunculan dan pada akhirnya BSI membuka layanan perbankan yang sesuai

dengan prinsip syariah dengan konsep dual system banking, yaitu menyediakan layanan perbankan umum dan syariah sekaligus.

a. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia

1) Visi

a) Bank Syariah yang Terdepan

Menjadi bank syariah yang selalu unggul diantara pelaku industry perbankan syariah Indonesia pada segmen consumer, micro, SME, commercial, dan corporate.

b) Bank Syariah Modern

Menjadi bank syariah dengan system layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

2) Misi

a) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.

b) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

c) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.

d) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal

e) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat

f) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan

b. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia kota Palopo

1. *Branch Manager*

Tugas dan tanggung jawab :

- a) Memastikan tercapainya target bisnis cabang yang telah ditetapkan berikut unit kerja dibawah keordinasinya meliputi pendanaan, pembiayaan, *feebased*, dan bersih secara kuantitatif maupun kualitatif.
- b) Memastikan kepatuhan tingkat kesehatan dan prudentiatis seluruh aktifitas cabang.
- c) Mengarahkan, mengendalikan dan mengawasi secara langsung unit-unit kerja menurut tugasnya natar lain pelayanan nasabah, pengembangan dan pengendalian usaha serta pengelolaan administrasi dilingkungan cabang dan cabang pembantu.

2. *Mikro Banking manager (MBS)*

Tugas dan tanggung jawab :

- a) Memastikan tercapainya target bisnis
- b) Memastikan kualitas aktiva produktif dalam kondisi *performing financing*
- c) Memastikan pelaksanaan penagihan, *restrukturisasi* dan *recovery* nasabah
- d) Memastikan kelengkapan, kerapian dan keamanan dari dokumentasi

3. *Branch Operasional Service Manager (BOSM)*

Tugas dan tanggung jawab :

- a) Memastikan layanan nasabah yang optimal dan sesuai standar
- b) Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumntasi dan kearsipan sesuai ketentuan
- c) Memastikan ketersediaan likuiditas
- d) Memastikan terkendalinya biaya operasional dengan efesien dan efektif

- e) Mengesahkan pembukaan dan penutupan rekening
- f) Melakukan *approval* dan *complaint managemen sytem*
- g) Melakukan permintaan kartu ATM instan dan regular

4. *Consumer Banking Relationship Manager (CBRM)*

Tugas dan tanggung jawab :

- a) Meningkatkan pertumbuhan portofolio pendanaan, pembiayaan dan *fee based* pada segmen consumer
- b) Memastikan tersedianya data dan membuat rencana kerja berdasarkan data calon nasabah dan potensi pasar
- c) Melaksanakan kerjasama dengan pihak ketiga
- d) Membuat rencana kerja dengan pengembangan *bussines network* dengan *branch manager*
- e) Memastikan tersedianya data laporan monitoring portofolio dana pembiayaan dan produk keagenan

5. *Pauwing Officer (PO)*

Tugas dan tanggung jawab :

- a) Memastikan perifikasi usaha, kalayakan usaha, dana penilaian agunan
- b) Melakukan kunjungan kelokasi usaha dan agunan
- c) Melakukan penilaian agunan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- d) Melakukan pengimputan pada system aplikasi FAS sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- e) Membuat NAF melalui system FAS atau manual berdasarkan hasil perifikasi dan penilaian agunan

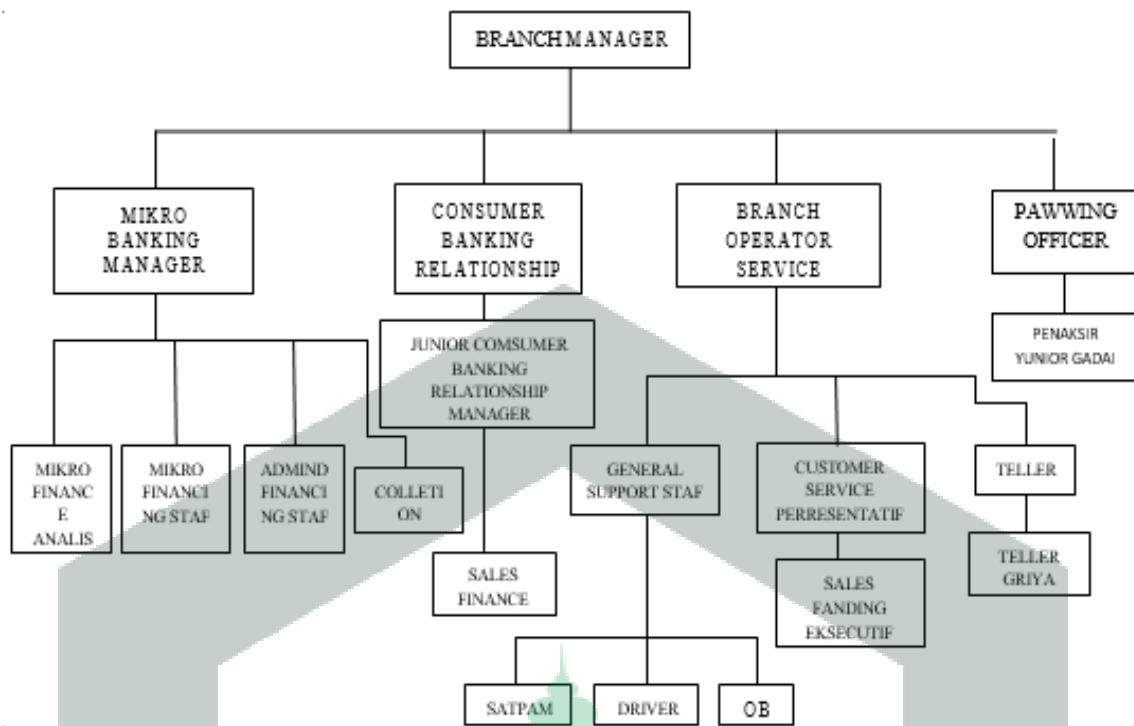
- f) Menyampaikan laporan bulanan ke unit risk
- g) Melakukan monitoring atas kinerja pembiayaan sesuai yang dikelola

6. *Customer Service Fepresentatif (CSR)*

Tugas dan tanggung jawab :

- a) Memberikan informasi produk dari jasa BSI kepada nasabah
- b) Memproses permohonan pembukuan dan penutupan rekening tabungan, giro, dan deposito
- c) Mengelola kartu ATM dan surat berharga
- d) Menginput data *customer* dan *loan facility* yang lengkap dan akurat





Gambar 4. 1 Struktur Organisasi BSI

c. Produk-produk Bank Syariah Indonesia kota Palopo

a. Tabungan

- 1) Tabungan Mudharabah
- 2) Tabungan Simpel IB

Tabungan pelajar Ib (simple Ib) adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung seja dini.

- 3) Tabungan Berencana

Tabungan berencana adalah tabungan berjangka untuk berbagai rencana anda dengan jumlah setoran bulan tetap (*installment*) dan dilengkapi perlindungan asuransi secara gratis.

- 4) Tabungan Wadiah

Tabungan wadiah adalah tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip Wadiah Yad Dhamanah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka dikonter Mandiri Syariah.

5) Tabungan Investa Cendekia

Tabungan investa cendekia adalah tabungan berjangka untuk keperluan dana pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi perlindungan asuransi.

6) Tabungan Dollar

Simpanan dalam mata uang dollar (USD) yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan Bank Syariah Mandiri.

7) Tabungan Pensiun

Tabungan pensiun adalah tabungan yang diperuntukan bagi nasabah perorangan yang terdaftar dilembaga pengelola pensiun yang telah bekerjasama dengan bank.

8) Tabunganku

Tabunganku adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

9) Tabungan Mabrur

Tabungan mabrur adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umroh.

10) Tabungan Mabrur Junior

Tabungan mabrur junior adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umroh untuk anak usia di bawah

17 tahun.

11) Tabungan Saham Syariah

Tabungan saham syariah adalah rekening dana nasabah berupa produk tabungan yang khusus digunakan untuk keperluan penyelesaian transaksi efek (baik berupa kewajiban maupun hak nasabah) serta untuk menerima hak nasabah yang terkait dengan efek yang dimilikinya melalui pemegang rekening KSEI.

b. Giro

1) BSM Giro

Bsm giro adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk memudahkan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah.

2) BSM Giro Valas

Bsm giro valas adalah sarana penyimpanan dalam mata uang US Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah ya dhamanah.

3) BSM Giro Singapore

Bsm giro Singapore adalah sarana penyimpanan dalam mata uang Singapore Dollar untuk memudahkan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah ya dhamanah.

4) BSM Giro Euro

Bsm giro euro adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang Euro untuk memudahkan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah ya dhamanah.

c. Deposito

1) BSM Deposito

Bsm deposito adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip Mudharabah Muthlaqah

2) BSM Deposito Valas

Bsm deposito valas adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang dollar yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah muthlaqah.

d. Pembiayaan Konsumen

1) Pembiayaan Implan

Pembiayaan implant adalah pembiayaan consumer dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok).

2) Pembiayaan Kepala Pensiunan

Pembiayaan kepala pensiun merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan consumer (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiun, dengan pembayaran anggunarn dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yangh diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad murabahah atau ijarah.

3) Pembiayaan Griya

Pembiayaan griya adalah pembiayaan jangka pendek, menengah atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (consumer) baik baru maupun bekas, dilingkungan *developer* dengan system murabahah.

4) Pembiayaan Kendaraan Bermotor

Bsm pembiayaan kendaraan bermotor (PKB) merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan system murabahah.

e. Investasi

1) Reksadana

Reksadana adalah wadah yang digunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya diinvestasikan dalam portofolio efek oleh manajer investasi.

2) Sukuk Negara Ritel

Sukuk Negara ritel adalah surat berharga syariah Negara (sukuk Negara) yang dijual kepada individu atau perseorangan warga Negara Indonesia melalui agen penjual dipasar perdana dalam negeri.

3) Pasar Perdana

Pasar perdana adalah penjualan pertama atas efek atau sertifikasi yang diterbitkan oleh emiten.

4) Pasar Sekunder

Sukuk Negara ritel pasar sekunder : transaksi sukuk ritel setelah penjualan pada pasar perdana berakhir. Pada pasar sekunder harga sukuk ritel ditentukan berdasarkan harga pasar.

5) Sukuk Tabungan

f. Emas

1) Gadai Emas

Gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

2) Cicil Emas

Cicil emas adalah fasilitas yang disediakan oleh mandiri syariah untuk membantu nasabah untuk membiayai pembeli/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan) dengan cara mudah punya emas dan menguntungkan.

g. Haji dan Umroh

1) Pembiayaan Mikro Umroh

h. Jasa Produk

1) Mandiri Syariah Debit

Mandiri syariah debit standar nasional (GPN) adalah produk kartu berteknologi chip yang diterbitkan oleh bank syariah mandiri dan terhubung dengan jaringan domestic serta memiliki fungsi utama sebagai kartu ATM dan kartu debit yang dapat digunakan di seluruh mesin ATM/EDC domestic.

2) BSM Sentra Bayar

Bsm sentra bayar merupakan layanan bank dalam menerima pembayaran tagihan pelanggan.

3) BSM SMS Banking

Bsm sms banking merupakan produk layanan perbankan berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan.

4) Mandiri Syariah Mobile

Mandiri syariah mobile merupakan layanan melalui saluran distribusi elektronik bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah di bank melalui jaringan komunikasi dengan sarana telepon seluler atau computer rablet.

5) BMS Net Banking

Layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet dengan alamat <https://bsmnet.syariahamandiri.co.id> yang dapat digunakan oleh nasabah.

6) Pembayaran melalui menu pemindah bukuan di ATM (PPBA)

Layanan pembayaran institusi (lembaga pendidikan, asuransi, lembaga

husus, lembaga keuangan non bank) melalui menu pemindahbukuan di ATM. Akad yang digunakan adalah wakalah wal ujah. Akad wakalah wal ujah adalah akan yang memberikan kewenangan bagi bank untuk mewakili nasabah dalam melakukan pembayaran tagihan-tagihannya, atas jasanya bank diberi upah (yang disebut ujah).

7) BSM Jual Beli Valas

Pertukaran mata uang rupiah dengan mata uang asing atau mata uang asing dengan mata uang asing lainnya yang dilakukan oleh bank syariah mandiri dengan nasabah.

8) BSM Electronic Payroll

Pembayaran gaji karyawan institusi melalui system informasi payroll bank syariah mandiri secara mudah, aman dan fleksibel.

9) Transfer uang tunai

Manfaat layanan BSM transfer uang tunai untuk mengirim uang tunai kepada sanak saudara atau rekan bisnis anda diseluruh pelosok negeri tercinta dengan mudah dan aman. Uang tetap dapat dikirim meskipun dilokasi tersebut belum tersedia layanan perbankan.

10) BSM E-money

Bsm e-money adalah kartu prabayar berbasis *smart card* yang diterbitkan oleh bsm berkejasama dengan bank mandiri.

i. Jasa Operasional

1) Transfer lintas Negara western union

Adalah jasa pengiriman uang/penerimaan kiriman uang secara cepat (*real time on line*) yang dilakukan lintas Negara atau dalam satu Negara (domestic).

2) *Kliring*

Penagihan *warkat* bank lain dimana lokasi bank tertariknya berada dalam satu wilayah *kliring*

3) Inkaso

Penagihan *warkat* bank lain dimana bank tertariknya berbeda wilayah *kliring* atau berada diluar negeri, hasilnya penagihan akan dikredit ke rekening nasabah.

4) *Intercity Clearing*

Jasa penagihan *wrkat* (cek/bilyet giro valuta rupiah) baik diluar wilayah *kliring* dengan cepat sehingga nasabah dapat menerima dana hasil tagihan cek atau bilyet giro tersebut pada hari yang sama atau keesokan harinya sesuai zona *kliring*.

5) RTGS (*Real Time Gross Settlement*)

Jasa transfer uang valuta rupiah antara bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara *real time*. Hasil transfer efektif dalam hitungan menit.

6) Transfer Valas

Transfer valas adalah layanan transfer valuta asing antar rekening bank di Indonesia atau luar negeri dalam 130 mata uang. Transfer valas menggunakan *payment instruction* berbasis SWIFT yang sangat bterjamin keamanannya.

7) Referensi Bank

Surat keterangan yang diterbitkan oleh bank syariah mandiri atas dasar permintaan dari nasabah untuk tujuan tertentu.

8) Standing Order

Fasilitas kemudahan yang diberikan bank syariah mandiri kepada nasabah yang dalam transaksi finansialnya harus memindahkan dari suatu rekening ke rekening lainnya secara berulang-ulang. Dalam pelaksanaannya nasabah memberikan instruksi ke bank hanya satu kali saja.

9) *Payment Point*

Layanan *payment point* di bank syariah mandiri dapat dilakukan oleh nasabah disetiap outlet bank syariah mandiri atau ATM. Pembayaran dapat dilakukan melalui debit rekening maupun tunai (cash).

10) Layanan Pembayaran Institusi

Layanan pembayaran institusi adalah system layanan pembayaran kepada nasabah institusi secara host to host dimana pembayaran dapat dilakukan melalui delivery channel mandiri syariah, ATM Bersama dan ATM Prima. Akad yang digunakan adalah wakalah wal ujah. Akal wakalah wal ujah adalah yang memberikan kewenangan bagi bank untuk mewakili nasabah dalam melakukan pembayaran tagihan-tagihan. Atas jasanya, bank diberikan upah (yang disebut ujah).

2. Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah

Strategi adalah suatu perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan sasaran tertentu.

Strategi bagi BSI sangat penting karena dengan adanya strategi dapat memberikan arah jangka panjang yang akan dituju, membantu perusahaan atau suatu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi, membuat suatu perusahaan atau organisasi menjadi lebih aktif, mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu perusahaan atau organisasi dalam lingkungan yang semakin berisiko, aktifitas yang tumpah tindih akan dikurangi, keterlibatan karyawan

dalam perubahan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya, kegiatan pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan tersebut untuk mencegah munculnya masalah dimasa mendatang.⁴²

Keberadaan BSI kota Palopo ditengah-tengah masyarakat tentunya akan sangat membantu terutama dalam mendapatkan dana, karena lokasi BSI kota Palopo cukup strategis .

Berikut peneliti memaparkan hasil wawancara yang dilakukan kepada karyawan bank syariah Indonesia kota Palopo. Jumlah karyawan yang peneliti wawancara adalah 2 orang dan 5 nasabah BSI.

Pak Andre Nusawangsa Sandewang Sales Fanding Eksecutif mengatakan strategi yang dilakukan bank syariah Indonesia kota Palopo dalam menjaga loyalitas nasabah :

“Dengan melakukan perlindungan nasabah, serta meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah. kami juga mengirim kartu ucapan seperti ucapan selamat ualngan tahun kepada nasabah. mengadakan acara special yang melibatkan nasabah langsung”.

Dari penjelasa Pak Andre Nusawangsa Sandewang dapat diambil kesimpulan, upaya yang dilakukan BSI dalam meningkatkan loylitas nasabahnya adalah *pertama* jaminan perlindungan simpanan nasabah sebagaimana dijelaskan dalam Undang-undang No. 24 tahun 2004 tentang lembaga penjamin simpanan (LPS), maka BSI memberikan jaminan perlindungan atas uang yang disimpan oleh nasabah melalui LPS. *Kedua* dengan lebih meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan disini dengan memberikan service yang memuaskan karena memberikan service yang baik merupakan kunci sukses dalam bisnis dan meningkatkan kepercayaan nasabah melalui peningkatan kemampuan karyawan bank dalam melayani nasabah. *Ketiga* dengan tetap

⁴² Hestato, *Manajemen Bisnis*, <https://www.google.co.id/amp/s/www.hestanto.web.is/pentingnya-manajemen-strategi/amp/>

meningkatkan acara-acara special.

Paparan lain:

“Kami juga berusaha untuk menjaga citra positif BSI di mata masyarakat yaitu melalui kualitas produk (pemasaran), kualitas pelayanan, dan keamanan”.

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi BSI dalam menjaga loyalitas nasabah adalah dengan menjaga citra positif dimata masyarakat atau nasabah BSI, citra ini dibangun melalui kualitas produk (pemasaran), kualitas pelyanan dan keamanan. Untuk meningkatkan citra perbankan, maka perbankan melakukan peran langsung untuk menjaga loyalitas nasabahnya.

Pak Andre Nusawangsa Sandewang Sales Fanding Eksecutif mengatakan mengenai strategi BSI dalam menjaga loyalitas nasabah :

“Strategi BSI kota Palopo dalam menjaga loyalitas nasabah dengan melakukan hubungan personal atau dengan menjalin hubungan kekeluargaan. Hubungan personal yang dimaksud adalah hubungan atau komunikasi yang lebih mengutamakan pada pertemuan secara langsung, yaitu seorang karyawan BSI yang secara langsung mendatangi calon nasabah atau calon nasabah yang langung menemui *customer banking* untuk mengetahui informasi-informasi tentang produk BSI”

Dari penjelasan Pak Andre diatas dapat disimpulkan BSI lebih memfokuskan strateginya ke hubungan personal karena dengan melakukan hubungan personal maka hubungannya dengan nasabah akan lebih baik dan tetap terjalin silaturahmi.⁴³

Pak Adhim Bari Consumer Banking Relationship Manager mengatakan bahwa kekuatan dan kelemahan BSI adalah :

“BSI sudah mendapatkan dukungan dari pemerintah, sudah kuat dari sisi prinsip syariahnya, karyawan BSI professional. Kami juga menawarkan produk dan jasa yang bervariasi”.

Dari penjelesan Pak Adhim Bari dapat diambil kesimpulan bahwa kekuatan bank syariah Indonesia adalah sudah mendapatkan dukungan dari

⁴³ Andre Nusawangsa Sandewang, wawancara pada tanggal 23 maret 2020

pemerintah dan sudah kuat dari sisi prinsip syariahnya. Karyawan BSI sudah professional dan sepenuhnya mengerti operasional perbankan syariah. Produk dan jasa yang ditawarkan pun sangat bervariasi.

Paparan lain :

“Kelemahan BSI sulit mendapatkan SDM yang kompeten di bidang perbankan syariah, ATM pun sulit dijangkau. Image BSI sama halnya dengan bank konvensional dan hanya dipentuhkan untuk Islam. Masyarakat sebagai belum mengenal BSI”.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kelemahan BSI yaitu masih sulit mendapatkan SDM yang kompeten dalam bidang perbankan syariah, ATM yang sulit dijangkau oleh masyarakat, image di masyarakat BSI sama halnya dengan bank konvensional dan hanya diperuntukkan kepada muslim saja. Sedangkan masyarakat belum mengenal bank syariah Indonesia.

Pak Adhim Bari Consumer Banking Relationship Manager mengatakan peluang dan ancaman bank syariah Indonesia adalah :

“Peluang BSI yaitu masyarakat kota Palopo mayoritas beragama Islam, pertumbuhan teknologi sangat pesat dan pertumbuhan perbankan syariah”.

Dari penjelasan pak Adhim Bari diatas dapat disimpulkan bahwa peluang BSI yaitu karena masyarakat kota Palopo mayoritas beragama Islam, pertumbuhan teknologi yang sangat pesat dan pertumbuhan perbankan syariah dari tahun ke tahun semakin maju.

Paparan lain :

“Ancaman BSI itu sendiri adalah pesaing memiliki teknologi yang lebih canggih, banyak produk sejenis yang menawarkan keunggulan. Banyak pilihan produk dari perbankan lain, kekuatan nasabah untuk memilih bank cukup tinggi”.

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan ancaman BSI yaitu bank

konvensional memiliki teknologi yang lebih canggih dari BSI, banyak produk yang sejenis yang menawarkan banyak keunggulan. Banyak pilihan produk dari perbankan lain dan kekuatan nasabah untuk memilih bank lain cukup tinggi.⁴⁴



⁴⁴ Adhim Bari, wawancara pada tanggal 23 maret 2020

Menurut uraian diatas, maka penulis dapat membuat matriks analisis berdasarkan faktor internal dan eksternal sebagai berikut :

Gambar 4. 2 Analisis SWOT

Faktor Internal

Kekuatan	Kelemahan
1. Dukungan pemerintah dan ketentuan hukum yang berlaku.	1. Sulit mendapatkan SDM yang berkompeten dalam bidang perbankan syariah.
2. Sudah kuat dari sisi prinsip syariahnya.	2. ATM sulit dijangkau
3. Sumber daya manusia bank mandiri syariah kota palopo profesional dan sepenuhnya mengerti operasional perbankan syariah.	3. Image dimasyarakat BSI sebagai bank yang diperuntuhkan hanya untuk orang Islam.
4. Produk dan jasa yang ditawarkan sangat bervariasi.	4. Sebagian masyarakat belum mengenal BSI.
5. Dukungan modal dari PT. bank mandiri yang besar.	5. Isu bahwa bank syariah sama hal dengan bank konvensional.

Faktor Eksternal

Peluang	Ancaman
1. Pertumbuhan perbankan syariah.	1. Pesaing memiliki teknologi yang lebih canggih.
2. Pertumbuhan teknologi yang sangat pesat.	2. Banyaknya produk yang sejenis

<p>3. Masyarakat kota Palopo mayoritas beragama Islam.</p>	<p>yang menawarkan banyak keunggulan.</p> <p>3. Banyaknya pilihan produk dari perbankan lain.</p> <p>4. Kekuatan nasabah untuk memilih bank lain cukup tinggi.</p> <p>5. Pesaing tidak hanya terdiri dari bank konvensional tapi juga dari bank syariah lainnya.</p>
--	--



	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan pemerintah dan ketentuan hukum yang sekarang berlaku. 2. Sudah kuat dari sisi prinsip syariahnya. 3. Sumber daya BSI professional dan sepenuhnya mengerti operasional perbankan syariah. 4. Produk dan jasa yang ditawarkan sangat bervariasi. 5. Dukungan modal dari PT. bank mandiri yang besar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sulit mendapatkan SDM yang berkompeten dalam bidang perbankan syariah. 2. ATM sulit dijangkau. 3. Image dimasyarakat BSI sebagai bank yang hanya diperuntukkan hanya untuk orang Islam. 4. Sebagian masyarakat belum mengenal BSI. 5. Isu bahwa bank syariah sama halnya dengan bank konvensional.
Eksternal		
Peluang (O)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan perbankan syariah. 2. Pertumbuhan teknologi yang sangat 	<p>Strategi SO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan dan meningkatkan variasi produk dengan peneran teknologi- 	<p>Strategi WO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan sosialisasi diberbagai media tentang prinsip bank mandiri syariah

<p>pesat.</p> <p>3. Masyarakat kota Palopo mayoritas beragama Islam.</p>	<p>teknologi terbaru.</p> <p>2. Memperkuat image dimasyarakat dengan menekankan prinsip syariah.</p> <p>3. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah dengan menyuguhkan pelayanan yang professional oleh tenaga-tenaga yang professional juga.</p>	<p>sehingga dapat menarik nasabah sebanyak-banyaknya tidak hanya dikalangan umat Islam saja.</p> <p>2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang berkompeten di bidang perbankan syariah.</p> <p>3. Meningkatkan fasilitas-fasilitas yang berbasis teknologi sehingga dapat memudahkan akses bagi nasabah.</p>
--	---	---

Ancaman (T)	Strategi ST :	Strategi WT :
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing mempunyai teknologi yang lebih canggih. 2. Banyakn produk yang sejenis yang menawarkan banyak keunggulan. 3. Banyaknya pilihan produk dari perbankan lain. 4. Kekuatan nasabah untuk memilih bank lain cukup tinggi. 5. Pesaing tidak hanya terdiri dari bank konvensional tapi juga dari bank syariah lain. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan melakukan perlindungan nasabah. 2. Pemanfaatan dan pengalokasian modal dengan tepat yang digunakan untuk pengembangan teknologi seoptimal mungkin. 3. Mempertahankan ciri khas produk dengan berbasis perbankan syariah. 4. Mengembangkan variasi produk dengan cara benchmarking. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan program-program untuk meningkatkan kompetensi karyawan bank mandiri syariah dalam bidang IT. 2. Mempererat kerjasama dengan penanam modal. 3. Melakukan strategi promosi yang lebih gencar disemua media untuk meningkatkan pangsa pasar. 4. Melakukan hubungan yang saling menguntungkan antara pihak bank syariah dengan nasabah.

3. Bentuk-bentuk Loyalitas Bank Syariah Indonesia kota Palopo

Loyalitas nasabah adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalani hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Demikian pula dengan bank syariah Indonesia kota Palopo yang berupaya untuk menjalani hubungan kerjasama tersebut sebaik-baiknya dengan para nasabah.

Ada banyak hal yang dapat BSI peroleh dengan loyalitas nasabah. hal yang paling mendasar sudah jelas, yakni BSI akan mendapatkan pembelian secara teratur dari pelanggan. Loyalitas nasabah adalah aset penting bagi sebuah perusahaan, untuk mendapatkannya pun akan sangat sulit.

Loyalitas akan bisa mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah, termasuk melakukan pembelian antar lini produk usaha BSI. Maksudnya, mereka lebih terbuka untuk mencoba dan membeli berbagai macam produk keluaran perusahaan karena telah mempercayai kualitasnya. Akan lebih baik jika perusahaan bisa membangun ikatan emosional dengan para pelanggan.

Dengan kepercayaan seperti ini, maka kecenderungan bagi pelanggan loyal untuk merekomendasikan produk BSI pun semakin besar. Mereka bahkan bisa menjadi layak nya agen pemasaran BSI yang dapat mendatangkan pelanggan baru. Hal ini tentu akan membuat pembelian meningkat dengan efisien karena BSI tidak perlu mengeluarkan uang lagi untuk memasarkan produk terus-menerus. Loyalitas menjadi sebuah kunci penting bagi kesuksesan BSI.⁴⁵ Tingkat loyalitas

⁴⁵ Sodexo, *pentingnya loyalitas dalam bisnis*, <https://www.sodexo.co.id/bagaimana-loyalitas-bisa-meningkatkan-penjualan>.

nasabahpun dapat dilihat dengan meningkatnya nasabah di BSI, dimana BSI Kota Palopo sendiri termasuk memiliki nasabah yang loyal dengan meningkatnya jumlah nasabah setiap tahunnya, sesuai dengan pernyataan Bapak Andre selaku karyawan bidang marketing;

“Untuk jumlah nasabah BSI kota Palopo sendiri meningkat setiap tahunnya, karena kami selaku karyawan yang menangani pemasaran/marketing jasa dan produk BSI, memiliki beberapa target yang harus dicapai guna pengembangan perusahaan, nah salah satunya terkait nasabah yaitu kami harus minimal mendapatkan 10 nasabah yang membuka rekening di BSI kota Palopo. Oleh karena itu kami menjamin setiap tahunnya nasabah di BSI kota Palopo mengalami peningkatan”.

Berikut merupakan data beberapa nasabah yang tergolong loyal menggunakan jasa BSI dapat dilihat pada tabel berikut ini:⁴⁶

Tabel 4. 1 Data nasabah Tabungan Rupiah BSI

No	Rekening	Nama Penyimpan	Tanggal Terdaftar
1	7125130814	Ridayani	13/12/2018
2	7125130903	Sartika Andini	13/12/2018
3	7125131365	Riska	13/12/2018
4	7125133662	Salmi	13/12/2018
5	7139258007	Sapira	13/03/2018

Dari data diatas peneliti mengambil informan dari kelima nasabah BSI karena benar-benar nasabah yang loyal , nasabah tersebut sudah tiga tahun

⁴⁶ Dokumentasi Bank Syariah Mandiri kota Palopo, 27 september 2021

menggunakan jasa bank syariah Indonesia kota Palopo.

Ungkapan yang dikatakan oleh Ibu Ridayani selaku nasabah tabungan BSI kota Palopo :

“Bentuk-bentuk loyalitas yang saya berikan kepada BSI adalah saya tetap melakukan pembelian ulang secara teratur di BSI ini, saya juga menolak produk dan jasa dari perbankan lain walaupun daya tariknya sangat bagus tetapi saya kebal terhadap daya tarik dari pesaing tersebut, saya juga menarik pelanggan baru untuk menggunakan produk ataupun jasa dari BSI kota Palopo ini, menurut saya itu adalah bentuk-bentuk loyalitas nasabah saya terhadap BSI kota Palopo. Alasan saya untuk tetap setia di BSI ini adalah karena BSI menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan saya”⁴⁷

Menurut Ibu Ridayani bentuk-bentuk loyalitas beliau kepada BSI kota Palopo ini adalah dengan tetap membeli produk BSI secara teratur, beliau juga menolak produk ataupun jasa dari perbankan lain walaupun daya tariknya sangat kuat bahkan beliau juga menarik nasabah lain untuk menggunakan produk atau jasa BSI. Dilihat dari wawancara tersebut pihak BSI mampu memikat nasabah dalam memasarkan produk ataupun jasa sehingga nasabah tetap loyal menggunakan jasa BSI.

Paparan lain dari Ibu Sartika Andini :

“Alasan saya menggunakan jasa BSI yaitu karena produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya, dan juga ada dorongan untuk menggunakan produk yang berbasis syariah, mengenai standar yang anda sebutkan saya sudah melakukannya pada teman-teman saya dan juga pada BSI buktinya saya masih setia dengan BSI”⁴⁸

Dari penjelasan Ibu Sartika Andini mengatakan alasan menggunakan jasa BSI karena ada dorongan untuk menggunakan produk yang berbasis syariah, dan Ibu Sartika Andini juga mengatakan dia sudah melakukan standar loyalitas yang peneliti tanyakan dan Ibu Sartika Andini mengatakan kalau dia masih setia menggunakan

⁴⁷ Ridayani, wawancara pada tanggal 28 september 2021

⁴⁸ Sartika Andini, wawancara pada tanggal 28 september 2021

jasa BSI, produk yang ditawarkan BSI sesuai dengan kebutuhan saya.

Mengenai pelayanan yang dilakukan BSI kota Palopo dikatakan oleh Ibu Salmi “iya saya puas jadi saya ingin setia bertransaksi di bank syariah Indonesia kota Palopo, alasannya yak arena pelayanannya cepat dan memuaskan”⁴⁹

Dari paparan yang disampaikan oleh Ibu Salmi bahwasanya beliau puas akan pelayanan yang dilakukan oleh BSI kota Palopo, dengan kepuasan yang beliau dapatkan beliau ingin tetap menjadi nasabah bank tersebut. Kepuasan beliau didorong oleh strategi yang dilakukan oleh bank itu sendiri.

Salah-satu nasabah BSI Ibu Riska juga mengatakan : “iya, saya juga puas, puas dengan pelayananya, tempatnya nyaman, tenang dan para pegawainya ramah dan bersahabat dengan nasabah, jadi saya ingin tetap memanfaatkan jasa bank syariah Indonesia kota Palopo”⁵⁰

Dari paparan yang disampaikan oleh Riska selaku nasabah BSI kota Palopo, beliau sangat puas dan nyaman atas pelayanan yang diberikan oleh BSI kota Palopo. Kepuasan tersebut tercipta karena didorong oleh tempat yang nyaman, tenang, dan para pegawai yang ramah serta bersahabat dengan para nasabah. dengan kepuasan yang beliau peroleh maka tidak ada alasan untuk tidak menggunakan jasa perbankan tersebut.

Paparan lain disampaikan oleh Sapira mengatakan:

“Saya melakukan transaksi ataupun menabung di BSI ini dan saya juga memanfaatkan jasa-jasa, pelayanannya aman baik, kalau bisa baik terus begini bisa rame disini. Teman-teman saya juga saya suru melakukan transaksi ataupun menabung disini karena tidak menggunkan bunga akan tetapi pakai bagi hasil, dan saya sendiri tidak akan terpengaruh dari promosi yang dilakukan oleh bank lain dan saya tidak akan mengalihkan BSI kota Palopo kepada bank lain dan saya ingin tetap setia melakukan transaksi di BSI ini.”⁵¹

⁴⁹ Salmi, wawancara pada tanggal 28 september 2021

⁵⁰ Riska, wawancara pada tanggal 28 september 2021

⁵¹ Sapira, wawancara pada tanggal 28 september 2021

Dari paparan yang disampaikan oleh Sapira selaku nasabah BSI, beliau memanfaatkan jasa dan selalu melakukan transaksi di BSI, dan juga didukung oleh kualitas pelayanan lain yaitu bukti fisik seperti tempat yang nyaman dan pelayanan yang baik, beliau berharap kualitas pelayanan yang baik yang telah lama diterapkan oleh BSI bisa terus diterapkan sehingga banyak nasabah yang berlomba-lomba untuk bertransaksi dengan BSI. Selain hal itu sistem yang baik seperti penggunaan sistem bagu hasil mendorong dan dapat menarik minat nasabah untuk bertransaksi. Beliau juga mengatakan bahwa tidak akan tertarik dengan promise yang dilakukan oleh bank lain dan beliau tetap setia dan menggunkan jasa-jasa bank syariah Indonesia kota Palopo.

B. Pembahasan

1. Analisis Strategi Bank Syariah Indonesia kota Palopo Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah.

Strategi bank syariah Indonesia dalam menjaga loyalitas nasabah merupakan kunci sukses dan dasar untuk membangun keberhasilan bank tersebut. Oleh karena itu, segala kegiatan yang dilakukan harus berjalan dengan baik dan bermutu demi terciptannya kepuasan pelanggan. Karena pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan akan datang kembali untuk mencoba produk lain yang ditawarkan oleh bank dan berbagai kebaikan tersebut kepada rekan lain.

Adapun strategi bank syariah Indonesia kota Palopo dalam menjaga loyalitas nasabah, yaitu :

- a) Melakukan jaminan perlindungan nasabah

Bank Syariah Indonesia memberikan jaminan perlindungan atas

uang yang disimpan melalui LPS. Sebagaimana yang dijelaskan dalam undang-undang No. 24 Tahun 2004 tentang lembaga penjamin simpanan (LPS) yaitu berbunyi: fungsi LPS adalah menjamin simpanan nasabah penyimpan, turut aktif dalam memelihara stabilitas sistem perbankan sesuai dengan kewenangannya.⁵² dengan memberikan jaminan perlindungan simpanan akan meningkatkan kepercayaan terhadap perbankan.

b) Meningkatkan kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono yang mengatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah sehingga bersedia untuk melakukan transaksi secara berulang.⁵³

Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung dan tidak langsung. Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk setia kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan terutama pada perusahaan jasa sangat penting dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Kualitas layanan akan menentukan performa perusahaan.

Kualitas pelayanan memegang peranan yang sangat penting guna menjamin kelangsungan hidup suatu usaha terutama perusahaan bergerak dibidang jasa. tujuan perusahaan jasa disamping untuk mendapatkan laba

⁵² Undang-undang No.2 Tahun 2004 tentang lembaga penjamin simpanan, pasal 4

⁵³ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi,2001),19.

juga memberikan kepuasan kepada pelanggan mereka, baik itu dari segi kualitas maupun pelayanan yang mereka sediakan untuk pelanggan tersebut.

Tingkat kualitas layanan tidak dapat dilihat berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelanggan.

Adapun kualitas pelayanan yang dilakukan bank mandiri syariah adalah:

1) Memberikan servis yang memuaskan

Salah satu cara bank mandiri syariah agar penjualan jasa atau produknya lebih unggul adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat konsumen. tingkat kepentingan konsumen terhadap jasa yang akan mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Konsumen memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan, dan setelah menikmati jasa tersebut mereka cenderung akan membandingkannya dengan yang mereka harapkan.

Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilihan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu

produk produk fisik.⁵⁴

Suatu pelayanan yang baik sangatlah penting dalam suatu perbankan karena disitu juga sebagai bentuk promosi bagi calon-calon nasabah. service yang memuaskan bagi suatu pelayan untuk memenuhi kepuasan nasabah agar mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan mudah bahkan mendapatkan lebih dari apa yang diinginkan maka dari service yang baik sangat diharapkan oleh nasabah.

Apabila dalam suatu perusahaan pelayanan tidak baik atau kurang memuaskan maka nasabah enggan untuk bersosialisasi dengan suatu perusahaan tersebut. pelayanan yang begitu ramah dan baik adalah sangat dinomor satukan oleh pelanggan ataupun nasabah. nasabah akan malas apabila dalam sebuah perusahaan tidak melayani dengan baik.

2) Meningkatkan kepercayaan nasabah

Kepercayaan nasabah dapat dibangun dari sikap karyawan yang mengedepankan kejujuran dan tidak mengambil keuntungan jangka pendek sehingga hubungan yang telah terjalin dengan nasaba dapat dipertahankan.

Menurut Mowen mengatakan kepercayaan nasabah adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah dan semua kesimpulan yang dibuat nasabah tentang objek, atribut, dan

⁵⁴ Soegito, *Marketing Reasech: Panduan Bagi Manajer, Pemimpin Perusahaan Organisasi* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007), 152

manfaatnya.⁵⁵

c) Melakukan hubungan personal

Hubungan personal yang dilakukan oleh bank mandiri syariah adalah dengan menjalin hubungan kekeluargaan. Hubungan yang lebih mengutamakan pertemuan langsung dengan nasabah agar komunikasi tetap baik.

Hubungan antar manusia adalah interaksi antar seseorang dengan orang lain dalam situasi kerja dan dalam organisasi kekarayaan. Ditinjau dari kepemimpinannya, yang bertanggungjawab dalam suatu kelompok merupakan interaksi orang-orang menuju situasi kerja yang memotivasi untuk bekerja sama secara produktif, sehingga dicapai kepuasan ekonomi, psikologis dan sosial.⁵⁶

d) Melakukan hubungan yang saling menguntungkan

Loyalitas pelanggan tentunya tidak hanya menuntungkan satu pihak aja melainkan kedua belah pihakpun diuntungkan, pihak pelanggan diuntungkan karena kenyamanan, kemudahan dan segala faktor yang menunjang dari produk atau jasa tersebut. begitu juga pihak perusahaan atau produsen, dengan kesetiaan pelanggan tersebut akan menamba income yang didapat oleh sebuah perusahaan demi keberlangsungan hidup sebuah perusahaan.

Pola kemitraan secara umum untuk dapat diartikan sebagai bentuk kerja sama yang saling menguntungkan antara dua pihak atau lebih untuk mencapai tujuan bersama.

Kemintraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua

⁵⁵ John C. Mowen, *Perilaku Kondumen* Alih Bahasa Lina Salim (Jakarta:Erlangga,2002),

⁵⁶ Keith Davis, *Perilaku dalam Organisasi*, Alih Bahasa Agus Darman (Jakarta:Erlangga.2000), 13

pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk menarik manfaat bersama sesuai prinsip saling membutuhkan dan saling mengisik kesepakatan yang muncul.⁵⁷

e) Meningkatkan acara-acara special

BSI kota Palopo dalam menjaga loyalitas nasabahnya dengan tetap mengingatkan nasabah mengenai acara-acara penting, bahkan pihak BSI akan memberikan ucapan selamat terhadap acara-acara tersebut dan pihak bank juga akan memberikan hadiah kepada nasabah yang roya. Contohnya ucapan selamat ulang tahun dan selamat tahun baru. Dengan melakukan cara ini nasabah akan merasa senang dan akan tetap loyal di BSI. Program loyalitas pelanggan dapat ditawarkan perusahaan melalui program frekuensi, program frekuensi adalah suatu program yang dirancang untuk memberikan penghargaan atau ucapan kepada pelanggan yang membeli dan jumlah yang besar. Program ini dapat membantu membangun loyalitas jangka panjang dengan pelanggan.⁵⁸

Selain melihat dari segi pelayanan yang diberikan BSI kota Palopo kepada nasabah, hal lain yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah yaitu dari segi produk jasa yang ditawarkan kepada nasabah. Produk yang ditawarkan nasabah yaitu produk-produk yang memang menjadi produk unggulan yang ada di PT. Bank Syariah Indonesia Kota Palopo. Produk yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan nasabah terkait produk yang ingin dipergunakannya. Hal ini diharapkan agar nasabah dimudahkan dalam menggunakan produk yang dibutuhkan. Untuk menjaga kualitas produk dari segi pelayanan maupun kepuasan nasabah BSI pun mempersiapkan sistem manajemen produk sehingga mutu dan kualitas produk tetap

⁵⁷ Muhammad Jafar Hafsa, *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi* (Jakarta:Pustaka) Sinar Harapan, 2000), 13.

⁵⁸ Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 10*, 155

terjaga. Adapun contoh produk-produk unggul yang dimiliki oleh BSI kota Palopo antara lain pada tabungan yaitu Tabungan Mudharabah, dimana keunggulan dari produk ini adalah gratis biaya Tarik tunai diseluruh ATM BSM serta ATM Bank Mandiri, kemudahan dalam bertransaksi melalui mobile banking ataupun net banking dan tentunya bebas biaya administrasi, sehingga nasabah tidak khawatir lagi akan biaya administrasi setiap bulannya seperti di bank lainnya. Produk lainnya yang berkaitan dengan pembiayaan yaitu BSI Mitraguna Berkah yakni memiliki keunggulan limit pembiayaan dokter sampai dengan Rp. 2 Miliar, dan pegawai sampai dengan Rp.1.5 miliar, dengan tenor hingga 15 tahun, serta prosesnya mudah dan cepat dan angsurannya yang ringan dan tetap. Dan produk lainnya dalam kategori Giro yaitu BSI Giro Pemerintah dengan keunggulan yaitu dapat dijadikan sebagai agunan, system bagi hasil setara dengan saving account sesuai saldo rata-rata nasabah dan akan mendapatkan account statement setiap bulannya.

2. Analisis Bentuk-bentuk Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia kota Palopo

Loyalitas nasabah adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalani hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya.⁵⁹ Demikian pula dengan bank syariah Indonesia kota Palopo yang berupaya untuk menjalani hubungan kerjasama tersebut dengan sebaik-baiknya dengan para nasabahnya.

Dari hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan peneliti pada bank syariah Indonesia kota Palopo tentang bentuk-bentuk nasabah maka selanjutnya peneliti akan menganalisis dan membahas data tersebut.

- a. Melakukan pembelian secara teratur

⁵⁹ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, 129

Nasabah yang melakukan pembelian produk secara teratur adalah termasuk nasabah yang loyal. Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih. Tingkat kepuasan terhadap toko akan mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian kembali.⁶⁰

b. Melakukan pembelian disemua produk atau jasa

Nasabah membeli semua produk atau jasa yang ditawarkan dan yang mereka butuhkan. Mereka membeli secara teratur, hubungan jenis pelanggan ini sudah kuat dan berlangsung lama, dan membuat mereka tidak terpengaruh produk pesaing.

c. Merekomendasikan produk kepada orang llain

Adanya kepuasan pelanggan akan dapat menjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen. menciptakan dasar yang baik bagi pembeli ulang serta terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.

d. Menunjukkan kebebasan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing

Produk dan layanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Kemauan nasabah untuk tetap memanfaatkan pelayanan yang disediakan oleh perusahaan dimasa datang

⁶⁰ Griffin Jill, *Customer Loyalty* Terjemahan Dwi Kartini Yahya(Jakarta:Erlangga,2002),

dan enggan untuk berenti sebagai pelanggan tersebut.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa bentuk-bentuk loyalitas nasabah adalah cenderung pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut secara berulang-ulang, kemudian pelanggan tersebut akan menyampaikan dan merekomendasikan kepada orang lain atas produk atau jasa yang telah diterimanya. Pada akhirnya pelanggan akan setia kepada produk atau jasa tersebut serta menolak produk atau jasa sejenis yang ditawarkan oleh perusahaan yang berbeda.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penelitian dengan judul “Strategi Bank “Syariah Indonesia Kota Palopo Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah: yaitu sebagai berikut:

1. Strategi bank syariah Indonesia kota Palopo dalam menjaga loyalitas nasabah yaitu melalui pelayanan dan juga produk yang diberikan kepada nasabah. Dari segi pelayanan yang diberikan berupa melakukan jaminan perlindungan kepada nasabah yan berupa perlindungan atas uang yang disimpan melalui LPS sehingga nasabah akan merasa nyaman menyimpan uangnya di bank mandiri syariah kota Palopo karena ada hukum yang melindungi, memberikan kualitas pelayanan berupa pelayanan yang ramah dan baik kepada nasabah karena memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah adalah kunci sukses dalam bisnis sehingga timbul tingkat kepercayaan nasabah terhadap BSI Kota Palopo, menjalin hubungan secara personal sehingga timbul rasa kekeluargaan dengan nasabah serta hubungan yang saling menguntungkan antar kedua pihak, dan menandai hingga ikut merayakan hari-hari penting nasabah Bank Syariah Kota Palopo. Sedangkan dari segi produk, produk yang ditawarkan kepada nasabah merupakan produk unggulan yang ada di BSI Kota Palopo, contohnya pada produk tabungan satu diantaranya yaitu Tabungan Mudharabah, produk pembiayaan yaitu BSI Mitraguna Berkah dan produk giro yaitu BSI Giro Pemerintah.

2. Bentuk-bentuk loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia Kota Plopo dapat yaitu : (1) adanya keinginan nasabah dalam melakukan pembelian secara teratur, (2) nasabah melakukan pembelian disemua produk atau jasa yang ditawarkan, (3) nasabah cenderung merekomendasikan produk tersebut ke orang sekitarnya dan (4) nsabah akan menunjukkan daya tarik produk sejenis dari produk pesaing lainnya.

B. Saran

Bank syariah Indonesia kota Palopo disarankan untuk menjaga loyalitas nasabah, untuk menjaga loyalitas nasabah BSI kota Palopo harus memberikan kualitas pelayanan yang baik, menjaga hubungan yang baik dengan nasabah. Dan untuk manajer sebaiknya selalu memberikan pengertian kepada karyawan akan pentingnya sebuah pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Hasymi All (1997) *American Institute Of Bancing*, Dasar-Dasar Operasional Bank, (Jakarta, Media)
- Adhim Bari, wawancara pada tanggal 17 maret 2020
- Ali Hasan (2010) *Marketing Bank Syariah*, Bogor : Ghalis Indonesia..
- Alida Palilati (2014)“Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Andre Nusawangsa Sandewang, wawancara pada tanggal 23 maret 2020
- Andi Julita (2014) *Analisis Pengaruh Citra, Pelayanan, Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Palopo*, Skripsi, (Palopo, STAIN Palopo).
- Anonim, 4 Faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Loyalitas Pelanggan, <http://portalpengusaha.com/marketing.4-faktor-yang-mempengaruhi-terbentuknya-loyalitas-pelanggan>, diakses pada tanggal 10 /01/ 2020
- Anonim, Loyalitas Konsumen, [http://Untro wordpress.com](http://Untro.wordpress.com) 2009/09/11/*loyalitas konsumen*. di akses tanggal 24/01/2020
- Ariyanti Sunarno (2011) *Pengaruh Kualitas Pelay anan Frontliner terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung*, Skripsi, (Universitas Islam Bandung)
- Bank Mandiri Syariah, wawancara pada tanggal 17 maret 2020
- Bagyo Mujiharjo, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya Terhdap Loyalitas Pelanggan*, Indonesia Journal Of Marketing Science, vol.5,no.2,pp.(Universitas Diponegoro)
- Budi Setiawan, M., & Ukudi, U. (2007) *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Pd. Bpr Bank Pasar Kendal)*. Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE).
- Christopher Lovelock (2010) *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia* (Jakarta:Erlangga)
- Crown Dirgantoro (2001) *Manajemen Stratejik*, (Jakarta:Grasindo)
- Departemen Agama RI, (2008) *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro)

- Departemen Agama RI (2007) *Al Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Syaamil Al Qur'an.
- Didin Hafidhuddin (2003) *Manajemen Syariah dan Praktik*, Jakarta:Gema insani.
- Djaslim Saladin (1994) *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank*, Jakarta:CV.Rajawali.
- Edy Wibowo (2005) *Mengapa Memilih Bank Syariah*, Bogor:Ghalia Indonesia
- Faisal Afif (1984), *Strategi Menurut Para Ahli*, Bandung:Angkasa
- Fandy Tjiptono (2001), *Manajemen Jasa* , Yogyakarta: Andi
- Griffin Jill (2002) *Customer Loyalty* Terjemahan Dwi Kartini Yahya(Jakarta:Erlangga.
- Hasrida Kadir (2014) “*Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Palopo*”, skripsi, (Palopo, STAIN Palopo)
- Hendradimanja, A, Pemasaran bank: *Performa Customer service Pembentukan Serius dan Peningkatan Performa*, <http://agushendradimadja.blogspot.co.id./2009/08/pemasaran-bank-performa-customer.html> diakses tanggal 24/01/2020
- Hendrawan, Definisi Loyalitas Nasabah dari <http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2009/11/10/definisi-loyalitas-pelanggan>, diakses tanggal 20/01/2020
- Hermawan Kartajaya (2006) *Syariah Marketing*, (Bandung: mizan)
- Heri Sudarsono (2008) *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* Cetakan ke-2 (Yogyakarta:Ekonisa)
- Herry Sutanto, *Manajemen Pemasaran Syari'ah*.
- Indriyo Gitosudarmo (2001) *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta:BPFE-UGM)
- James G.Barne (2003) *Secrets of Customer Relatinship Manajemen*, Yogyakarta : Andi.
- John C. Mowen (2002) *Perilaku Kondumen* Alih Bahasa Lina Salim ,Jakarta:Erlangga.
- Keith Davis (2000) *Perilaku dalam Organisasi*, Alih Bahasa Agus Darman, Jakarta:Erlangga.

- Kasmir (2010) *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: Rajawali pers)
- Kasmir (2005) *Pemasaran Bank* (Jakarta).
- Komaruddin (1994) *Kampus Perbankan*, Jakarta:CV.Rajawali, 1994.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 10*
- Marlius, D. (2018) *Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan*. Jurnal Pundi.
- Moh. Nazir (2014) *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia)
- Muhammad (2014) *Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta : Rajawali Pers)
- Muhammad Jafar Hafsa (2000) *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi*, Jakarta:Pustaka Sinar Harapan.
- Philip Kotler, dan A.B Susanto (1999) *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jilid II, Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler (2005) *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, Jakarta:PT.Indeks
- R. Lukman Fauroni (2006) *Etika bisnis dalam AL-Qur'an*, Yogyakarta: Pustaka pesantren.
- Rambat Lupiyodo (2006) *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Jakarta: salemba Empat)
- Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*.
- Ridayani, wawancara pada tanggal 28 september 2021
- Riska, wawancara pada tanggal 28 september 2021
- Salmi, wawancara pada tanggal 28 september 2021
- Sapira, wawancara pada tanggal 28 september 2021
- Sartika Andini, wawancara pada tanggal 28september 2021
- Siagian P. Sondang (2004) *Manajemen Strategi*, Jakarta:bumi aksara
- Sri Khaerani (2018) *Strategi Bank Syariah Mandiri Cabang Mataram Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah*. Jurnal Cendekia.
- Soegito (2007) *Marketing Reasech: Panduan Bagi Manajer, Pemimpin Perusahaan Organisasi*,Jakarta:Elex Media Komputindo.

Sugiyono (2011) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Cet. XIII; Bandung: Alfabeta)

Sultan Remy Shahdeiny (2007), *Perbankan Islam*, Jakarta:PT Pusat Utara Grafiti

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah., Pasal 3

Undang-undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas



LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1. Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP



Salma Aulia, lahir di sabbang pada tanggal 17 juni 1998.




Penulis merupakan anak kedua dari empat besaudara dari pasangan seorang ayah Naim Le'ge dan ibu Sarya. Untuk sementara, penulis bertempat tinggal di Balandai, Kec. Bara, Kota Palopo. Penulis berasal dari Sabbang, Kab. Luwu-utara,

Provinsi Sulawesi Selatan. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2010 di SDN 018 Pombuntang. Kemudian di tahun yang sama penulis menempuh pendidikan di SMPN 1 Baebunta hingga tahun 2013. Pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan di SMAN Khusus Keberbakatan Olahraga Prov. Sulawesi Selatan hingga tahun 2016. Pada saat menempuh pendidikan di SMANKO, penulis aktif latihan, bertanding mewakili Sulawesi Selatan cabang olahraga Taekwondo. Setelah lulus SMANKO di tahun 2016, penulis melanjutkan pendidikan S1 di program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.

Pada akhirnya penulis membuat tugas akhir Skripsi untuk menyelesaikan pendidikan S1 dengan judul Skripsi "*Analisis Strategi Bank Syariah Indonesia kota Palopo Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah*". Penulis berharap dengan melanjutan dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang selanjutnya dan meraih cita-cita yang diinginkan, Aamiin. Demikian riwayat hidup penulis.

Contact Person Penulis : *salmaaulianaim17@gmail.com*

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian

  
1 2 0 2 0 1 9 0 0 9 0 1 4 9

PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN
NOMOR : 149/IP/DPMPPTSP/II/2020

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan IPTEK;
2. Peraturan Mendagri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Mendagri Nomor 7 Tahun 2014;
3. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 22 Tahun 2016 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : SALMA AULIA
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Nyiur Kota Palopo
Pekerjaan : Mahasiswa
NIM : 16 0402 0217

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

ANALISIS STRATEGI BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PALOPO DALAM MENJAGA LOYALITAS NASABAH

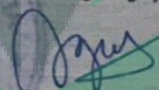
Lokasi Penelitian : BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PALOPO
Lamanya Penelitian : 13 Februari 2020 s.d. 13 Maret 2020

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 14 Februari 2020
a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP


ANDI AGUS MANDASINI SE. M.AP
Pangkat : Penata
NIP : 19780805 201001 1 014

Tembusan :

Lampiran 3. Halaman Persetujuan Pembimbing Munaqasyah

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul : Analisis Strategi Bank Syariah Indonesia Kota Palopo Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah

yang ditulis oleh :

Nama : Salma Aulia
NIM : 16 0402 -217
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk diujikan pada ujian *Munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing I  Burhan Rifuddin, S.E., M.M NIP 19670311 199803 1 001	Pembimbing II  Abd. Kadir Arno, S.E.Sy., M.Si NIP 092 804 770 3
--	--

Tanggal : _____ Tanggal : _____

Lampiran 4. Nota Dinas Pembimbing Munaqasyah

Burhan Rifuddin, S.E., M.M
Abd. Kadir Arno., S.E.Sy., M.Si

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 27 april 2022

Lamp : -
Hal : Skripsi

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu'alaikum warohmatullahi wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Salma Aulia
NIM : 16 0402 0217
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : "Analisis Strategi Bank Syariah Indonesia kota Palopo Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah"

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *Munaqasyah*.
Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I	Pembimbing II
	
<u>Burhan Rifuddin, SE., M.M</u>	<u>Abd. Kadir Arno, SE.Sy., M.Si</u>
NIP. 19670311 199803 1 001	NIP. 092 804 770 3
Tanggal:	Tanggal:

Lampiran 5. Nota Dinas Penguji

Hendra Safri, S.E., M.M
Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp :-
Hal : Skripsi a.n Salma Aulia
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Salma Aulia
NIM : 16 0402 0217
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Bank Syariah Indonesia kota Palopo Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *Munaqasyah*.
Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

1. Hendra Safri, S.E., M.M Penguji I	() tanggal :
2. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy Penguji II	() tanggal :

Lampiran 6. Halaman Persetujuan Tim Penguji

PERSETUJUAN PENGUJI

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul : Analisis Staregi Bank Syariah Indonesia kota Palopo Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah

Yang ditulis oleh :

Nama : Salma Aulia
NIM : 16 0402 0217
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *Munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Penguji I

Hendra Safri, SE., M.M.
NIP. 1986102 0 201503 1 001
Tanggal:

Penguji II

Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy
NIP. 1992071 5 201903 2 020
Tanggal:

Lampiran 7. Kartu Kontrol



Lampiran 8. Daftar Hadir Ujian



Lampiran 9. Nota Dinas Tim Verifikasi



Lampiran 10. Hasil Cek Turnitin



Lampiran 11. Wawancara Dengan Karyawan bank syariah Indonesia kota Palopo

