

**PERAN *COSTUMER SERVICE* SEBAGAI *PUBLIC RELATION*
DALAM MENGATASI KELUHAN NASABAH BNI SYARIAH
TOMONI**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh:

RIKA RISMADANI
16 0402 0164

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2020



**PERAN *COSTUMER SERVICE* SEBAGAI *PUBLIC RELATION*
DALAM MENGATASI KELUHAN NASABAH
BNI SYARIAH TOMONI**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankam Syariah Fakultas
Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Pembimbing:

- 1. Dr. Rahmawati, M.Ag**
- 2. Dr. Fasiha, M.E.I**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2020**



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rika Rismadani
NIM : 16 0402 0164
Program studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

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

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 2 Desember 2020

Yang membuat pernyataan,

Rika Rismadani

NIM. 16 0402 0164

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
سَيِّدَتَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **"PERAN *COSTUMER SERVICE* SEBAGAI *PUBLIC RELATION* DALAM MENGATASI KELUHAN NASABAH BNI SYARIAH TOMONI"** setelah melalui proses yang panjang.

Selawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abdul Pirol, M. Ag, serta Wakil Rektor

Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. H. Muammar Arafat Yusmad, S.H., M.H., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr Muhaemin, M.A. yang telah membina peneliti menimbah ilmu pengetahuan.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Hj. Ramlah Makkulase, M.M., serta Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Bapak Tadjuddin, S.E., M. Si. Ak., Ca., dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Takdir, SH., MH., yang telah membantu mensukseskan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ketua Prodi Perbankan Syariah IAIN Palopo, Bapak Hendra Syafri, S.E., M.M. seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu, mendidik, membimbing, mengajar dan mencurahkan ilmu-ilmunya kepada penulis. Semoga Allah Swt., melimpahkan amal kebaikan mereka. Amin.
4. Pembimbing I Dr. Rahmawati dan Pembimbing II Dr. Fasiha, M.E.I yang telah meluangkan waktunya yang sangat berharga untuk membimbing dan mengajarkan peneliti dalam proses penyusunan skripsi dan memberikan kontribusi ilmiah sehingga

membuka cakrawala berfikir peneliti dalam menghadapi berbagai persoalan.

5. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo, Bapak Madehang. S.Ag., M.Pd, beserta stafnya yang telah banyak membantu penulis, khususnya dalam mengumpulkan literature-literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
6. Pada Dosen dan Pegawai di kampus institute Agama Islam Negri (IAIN) Palopo, yang selama ini banyak memberikan motivasi dan bantuan dalam menghadapi segala tantangan selama proses perkuliahan.
7. Seluruh Administrasi IAIN Palopo yang telah memberikan informasi dan bantuan yang berkaitan dengan akademik.
8. Pimpinan dan segenap karyawan Bank BNI Syariah KCP Tomoni yang telah membantu penulis dalam penelitian skripsi yang selama ini memberikan ilmu, pengalaman dan keterangan-keterangan dari wawancara yang tertuang di dalam hasil penelitian skripsi ini.
9. Terkhusus kepada kedua orang tuaku Ibu Irmawati dan Bapak Irsal yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya.
10. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi

Perbankan Syariah Angkatan 2016 (khususnya kelas E) dan Posko KKN Angk. XXXVI IAIN Palopo, Desa Kalaena Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur, yang selama ini memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah Swt., peneliti memohon ampun atas segala dosa dan berdo'a semoga bantuan dan partisipasi berbagai pihak dapat diterima sebagai ibadah dan diberikan pahala yang berlipat ganda. Amin.

Wassalamu Alaikum Wr.Wb.

Palopo, Desember 2020

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	-	-
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	Şad	Ş	Es dengan titik di bawah
ض	Đađ	Đ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Za	Z	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	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

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

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

Contoh:

كَيْفَ
هَؤُلَ : *kaifa*

: *haua*

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... اِ... اِ... اِ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِ...	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُ...	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ

رَمَى : māta

قِيلَ

يَمُوتُ : rāmā

: qīla

: yamūtu

4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedang *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ

الْحِكْمَةُ

: *raudah al-atfāl*: *al-madīnah al-fādilah*: *al-hikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi

ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	:	<i>rabbanā</i>
نَجِّينَا	:	<i>najjainā</i>
الْحَقِّ	:	<i>al-haqq</i>
نُعِمْ	:	<i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	:	<i>'aduwwun</i>

Jika huruf *ber-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *rah* (), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.


Contoh:

عَلِيٌّ	:	'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	:	'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

	:	<i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
---	---	---

: *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ
الْبِلَادُ

: *al-falsafah*

: *al-bilādu*

7. Hamzah

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

Contoh:

تَأْمُرُونَ
النَّوْعُ
شَيْءٍ
أُمِرْتُ

: *ta'murūna*

: *al-nau'*

: *syai'un*

: *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan 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 ditransliterasi 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 *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:


dīnullāh 
billāh

adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:


hum fī rahmatillāh

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 untuk 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 mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudī'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī al-Islāmī

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

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

B. Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

SWT. = Subhanahu Wa Ta'ala

SAW. = Sallallahu 'Alaihi Wasallam

AS = 'Alaihi Al-Salam

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

I = Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

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 KEASLIAAN
ii	
PRAKATA
iii	
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN
vii	
DAFTAR ISI
xiv	
DAFTAR AYAT
xvi	
DAFTAR GAMBAR
xvii	
DAFTAR LAMPIRAN
xviii	
ABSTRAK
xix	
BAB I PENDAHULUAN
1	
A. Latar Belakang
1	
B. Batasan Masalah
5	
C. Rumusan Masalah
5	
D. Tujuan Penelitian
6	
E. Manfaat Penelitian
6	
BAB II KAJIAN TEORI
7	
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan
7	

B. Deskripsi Teori.....	9.....
1. Peranan.....	9
2. Costumer Service.....	10
3. Public Relation.....	13
C. Kerangka Pikir.....	16

BAB III METODE PENELITIAN
17

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	17
B. Fokus Penelitian.....	17
C. Definisi Istilah.....	17
D. Desain Penelitian.....	19
E. Data dan Sumber Data.....	19
F. Instrumen Penelitian.....	20
G. Teknik Pengumpulan Data.....	20
H. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	22
I. Teknik Analisis Data.....	22

BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA
24

A. Deskripsi Data.....	24
------------------------	----

B. Pembahasan.....
28.....

BAB V PENUTUP.....
51

A. Simpulan.....
52

B. Saran.....
53.....

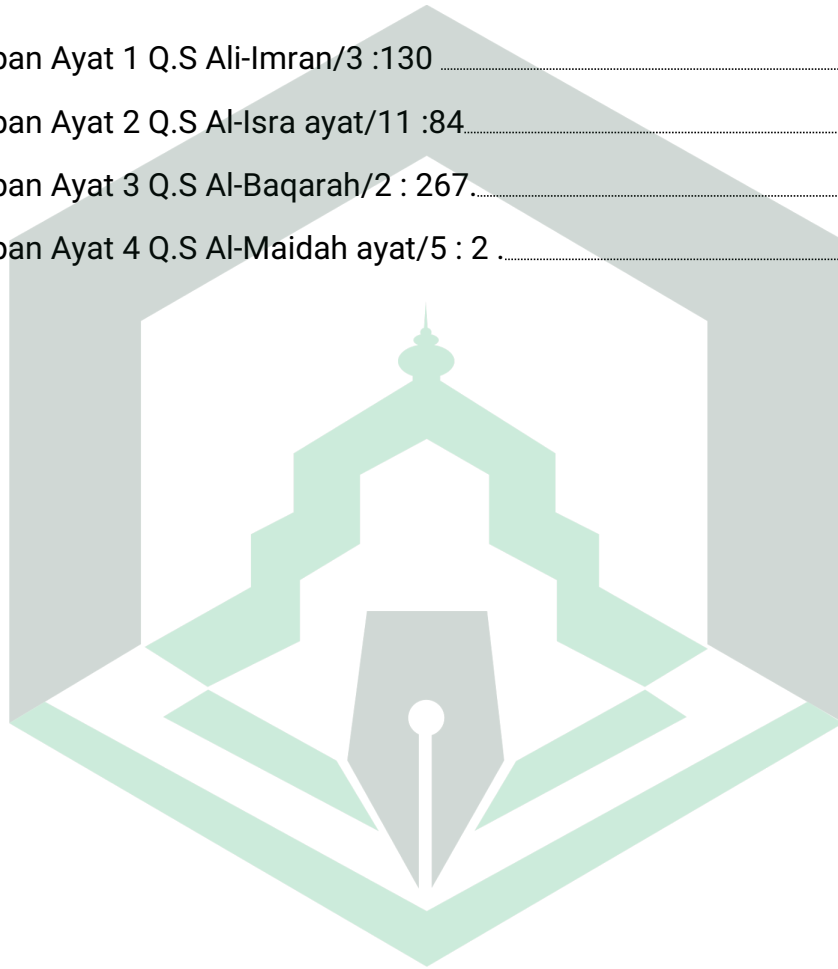
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 Q.S Ali-Imran/3 :130	1
Kutipan Ayat 2 Q.S Al-Isra ayat/11 :84.....	35
Kutipan Ayat 3 Q.S Al-Baqarah/2 : 267.....	45
Kutipan Ayat 4 Q.S Al-Maidah ayat/5 : 2	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pikir.....	16
Gambar 1.2 Struktur Organisasi BNI Syariah.....	27



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 SK Pembimbing
- Lampiran 2 Berita Acara Seminar Proposal
- Lampiran 3 Permohonan Pengesahan Draft
- Lampiran 4 Permohonan Surat Izin Penelitian
- Lampiran 5 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 6 Pedoman Wawancara
- Lampiran 7 Keterangan Wawancara
- Lampiran 8 Nota Dinas Pembimbing Seminar Hasil
- Lampiran 9 Persetujuan Pembimbing Seminar Hasil
- Lampiran 10 Berita Acara Seminar Hasil
- Lampiran 11 Surat Keterangan Bebas Mata Kuliah
- Lampiran 12 Nota Dinas Pembimbing Munaqasyah
- Lampiran 13 Halaman Persetujuan Pembimbing Munaqasyah
- Lampiran 14 Nota Dinas Tim Penguji
- Lampiran 15 Halaman Persetujuan Tim Penguji
- Lampiran 16 Hasil Cek Turnitin
- Lampiran 17 Nota Dinas Tim Verifikasi

Lampiran 18 Lembar Penilaian Uji Munaqasyah

Lampiran 19 Dokumentasi

Lampiran 20 Daftar Riwayat Hidup Penulis



ABSTRAK

Rika Rismadani, 2020. *“Peran Costumer Service Sebagai Public Relation Dalam Mengatasi Keluhan Nasabah Bank BNI Syariah Tomoni”*
Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Instiut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Rahmawati dan Fasiha.

Didalam dunia perbankan, dibutuhkan peran pelayanan *costumer service* sebagai *public relation* yang menerima keluhan nasabah, *Costumer service* merupakan aktivitas yang bertujuan untuk mengalokasikan kepuasan nasabah lewat layanan yang dialokasikan oleh *costumer service* BNI Syariah Tomoni. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran *costumer service* sebagai *public relation* dalam mengatasi keluhan nasabah Bank BNI Syariah Tomoni; bagaimana kepuasan nasabah Bank BNI syariah Tomoni terhadap pelayanan yang diberikan *costumer service*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Lokasi dan waktu penelitian yaitu Bank BNI Syariah KCP Tomoni, Subjek penelitian ini adalah *costumer service* dan nasabah Bank BNI Syariah KCP Tomoni. Sumber data dari penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Untuk memperoleh data informasi, metode pengumpulan data dilakukan meliputi wawancara, obesrvasi, dokumentasi. Teknik analisis data dari penelitian ini reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Dalam mengatasi keluhan nasabah tentunya *costumer service* sebagai *public relation* ,memiliki cara dan metode tersendiri dalam menghadapi setiap keluhan nasabah yang berbeda. Kemudian dari cara yang diberikan *costumer service* tersebut nantinya akan memberikan kepuasan tersendiri terhadap setiap nasabah dari keluhan yang dialami.

Kata Kunci : *Costumer Service, Keluhan Nasabah ,Public Relation.*

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah terbentuk sebagai pedoman dari masyarakat Islam yang menginginkan mekanisme perbankan yang benar-benar mengimplementasikan ajaran Islam.

Islam melarang adanya amalan muamalah yang mengandung unsur maisir, gharar, serta riba. Kemudian didirikanlah bank tanpa bunga sesuai dengan ajaran Islam.¹ Mayoritas ulama sepakat bahwa bunga bank yang diterapkan pada bank konvensional termasuk riba yang diharamkan dalam Alquran, hal tersebut dipertegasakan dalam firman Allah: **QS.Ali-Imran/3:130**

Terjemahannya :

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu

¹ Muhammad Firdaus N.H,et al. *Konsep dan Implementasi Bank Syariah*,(Jakarta :PT.Renaissan, 2005), 20.

beruntung.”

Perbankan syariah ialah bank yang menerapkan basis usahanya berlandaskan dengan pedoman Islam.² Pedoman Islam adalah pedoman hukum Islam di basis aktivitas perbankan sesuai dengan fatwa yang diterbitkan oleh instansi yang berwenang dalam penentuan fatwa di aspek syariah.³

Seiring berjalannya waktu, perbankan syariah semakin berkembang dan memiliki jumlah nasabah yang cukup banyak, dari jumlah nasabah yang banyak pastinya menjadi keuntungan dan tantangan bagi perbankan syariah, dimana perbankan syariah harus mampu mempertahankan nasabahnya, dan memenuhi semua kebutuhan serta mampu mengatasi keluhan para nasabahnya, dikarenakan bank dan nasabah sangat erat kaitannya.

Jumlah nasabah pada bank syariah biasanya ditentukan oleh layanan yang berikan terhadap nasabah, oleh karena itu Islam mengajarkan untuk menjaga hubungan baik dengan siapapun, termasuk dalam peran *costumer service* dalam pelayanan mengatasi keluhan nasabah.

Salah satu kegiatan bank terutama bank syariah adalah memberikan pelayanan jasa perbankan untuk nasabah yang berpedoman pada syariah Islam, mulai dari sistem operasional, serta prosedur kerja pada bank syariah dan produk jasanya harus sesuai dengan prinsip syariah. Seluruh

² Pasal 1 angka '6' UU No.21 Tahun 2008 tentang *Perbankan Syariah*.

³ Pasal 1 angka'12; UU No.21 Tahun 2008 tentang *Perbankan Syariah*.

aktifitas bank selalu memperhatikan *service* atau pelayanan, *Public relation* sangat dibutuhkan dalam perusahaan maupun lembaga keuangan

Setiap perusahaan tidak dapat lepas dari fungsi *public relation*. Dan fungsi ini dapat dilakukan oleh *costumer service* sebagai *public relation*.

Komunikasi antar bank dan nasabah didasari dengan suatu keutuhan yang tidak bisa dipisahkan. Bank dan nasabah saling membutuhkan, oleh karena itu bank diharuskan untuk memberikan pelayanan jasa yang terbaik. Didalam dunia perbankan, dibutuhkan peran pelayanan *costumer service* sebagai *public relation* yang menerima keluhan nasabah dan saran dari nasabah. Dikarenakan dalam proses pelaksanaan operasional bank seringkali terdapat *complain* atau keluhan nasabah, keluhan nasabah merupakan salah bentuk ketidakpuasan nasabah terhadap layanan diterima. Pada BNI Syariah Tomoni terdapat beberapa jenis masaaah keluhan nasabah baik yang langsung dari perusahaan seperti transaksi yang tidak sinkron atau masalah yang biasa disebabkan karyawan seperti masalah sikap dan cara memberikan pelayanan, serta masalah yang biasa ditimbulkan dari nasabah itu sendiri misalnya tidak teliti dalam mengimput data ,seperti lupa pada pin ATM.

Dalam melayani mengatasi keluhan nasabah diperlukan sikap dan pola perilaku yang dapat menyenangkan hati nasabh sehingga nasabah merasa puas atas pelayanan yang diterima ketika menyampaikan keluhan.

Saat ini *costumer service* tidak hanya harus bersikap ramah

melainkan harus memiliki keterampilan dalam menghadapi nasabah, menangani, dan mengatasi semua keluhan nasabah yang diterima.

Kepuasan nasabah terhadap respon yang diterima saat menyampaikan keluhannya tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah terkhusus *costumer service*. Sikap *costumer service* yang kurang ramah atau tidak tepat waktu dalam melayani nasabah merupakan salah satu kendala dalam bentuk pelayanan yang baik.

Bank BNI Syariah KCP Tomoni merupakan salah satu bank syariah yang berusaha memberikan peran pelayanan *costumer service* sebagai *public relation* dalam mengatasi keluhan nasabah, peranan *costumer service* merupakan sumber daya insan yang diperlukan oleh bank BNI Syariah KCP Tomoni. Dalam melakukan pelayanan, *costumer service* berurusan langsung dengan nasabah, oleh karena itu diperlukan *costumer service* yang handal yang mampu menghadapi nasabah dari segala segi kebutuhan nasabah termasuk dalam pelayanan pengaduan keluhan nasabah.

Menjadi seorang *costumer service* dituntut harus mampu menyelesaikan pengaduan keluhan nasabah, serta mampu memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah baik dari produk maupun layanan jasa bank, sehingga baik buruknya pelayanan yang dilakukan *costumer service* mencerminkan sikap bagaimana Bank tersebut dalam mengatasi keluhan nasabahnya, karena penilaian kepuasan dan ketidakpuasan nasabah

terhadap pelayanan yang diterima dari *costumer service* akan menjadi perbandingan antara mampu atau tidaknya seorang *costumer service* dalam mengatasi keluhan nasabah.

Peran *costumer service* pada bank ialah suatu pelayanan jasa yang mendasar, yang dialokasikan oleh pihak bank terhadap nasabah yang berkaitan dengan operasional bank. Dimana *costumer service* disini berperan sebagai pelaksana pertama proses aktivitas bank yang berhubungan langsung dengan nasabah, serta tujuan pada *public relation* yaitu mempengaruhi kepribadian individu ataupun komunitas, dan berinteraksi lewat perbincangan bersama segennap kalangan, dimana pemahaman, dan pendapat bermanfaat bagi kesuksesan suatu perusahaan.

Anggapan masyarakat atau nasabah atas kualitas bank biasanya ditentukan oleh *costumer service* yang menjadi garda terdepan dalam memenangkan persaingan dengan bank lain yang memiliki produk sama, serta bagaimana *costumer service* juga harus mampu menangani keluhan nasabah.

Oleh karena itu untuk mengetahui lebih mendalam mengenai peran *costumer service* sebagai *public relation* dalam mengatasi keluhan nasabah, maka berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “ **Peran *Costumer Service* Sebagai *Public Relation* Dalam Mengatasi Keluhan Nasabah Bank BNI Syariah Tomoni**”

B. Batasan Masalah

Dalam mengklarifikasi pembahasan ini, maka perlu dilakukan pembatasan masalah dengan tujuan agar pembahasan dapat tersusun secara sistematis dan fokus pada peran *costumer service* sebagai public relation dalam mengatasi keluhan nasabah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peran *costumer service* dalam pelayanan menangani keluhan nasabah BNI Syariah Tomoni?
2. Bagaimana kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Tomoni terhadap pelayanan yang diberikan *costumer service*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui peran *costumer service* dalam pelayanan menangani keluhan nasabah Bank BNI Syariah Tomoni.
2. Untuk mengetahui kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Tomoni terhadap pelayanan yang diberikan *costumer service*.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan

ilmu pengetahuan tentang peran *customer service* sebagai *public relation* dalam mengatasi keluhan nasabah, sehingga mendapatkan manfaat yang baik.

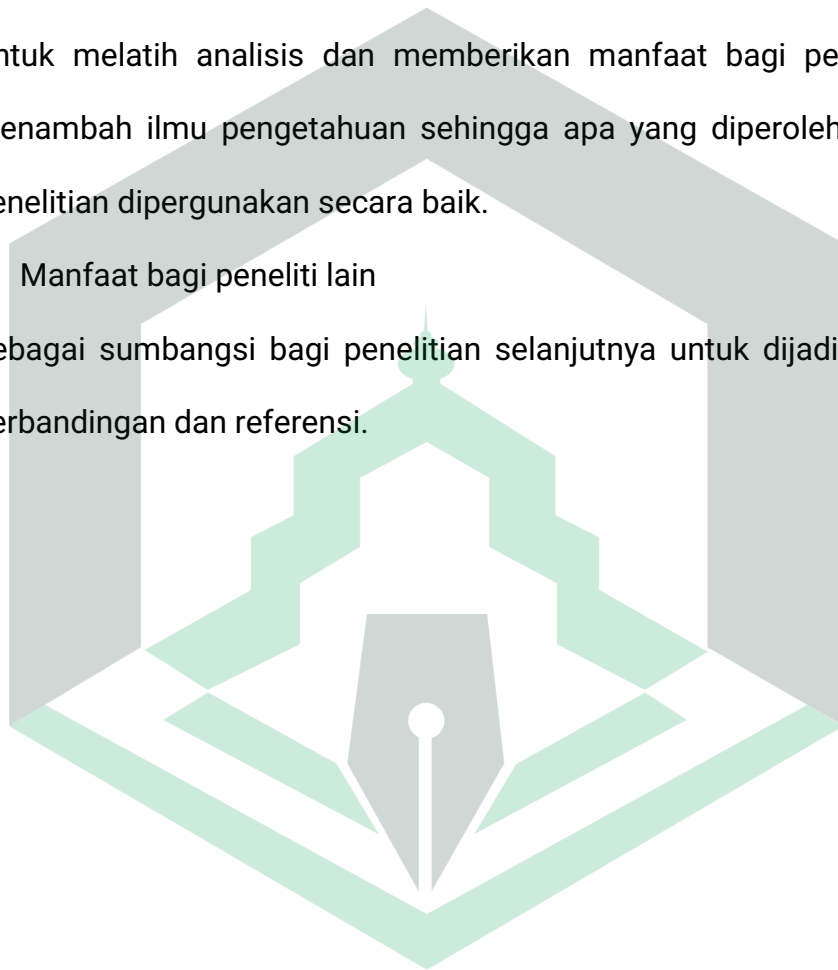
2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Untuk melatih analisis dan memberikan manfaat bagi penulis, juga menambah ilmu pengetahuan sehingga apa yang diperoleh dari hasil penelitian dipergunakan secara baik.

b. Manfaat bagi peneliti lain

Sebagai sumbangsi bagi penelitian selanjutnya untuk dijadikan bahan perbandingan dan referensi.



BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, maka perlu dilakukan kajian penelitian terdahulu.

1. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Yusran Mustafa Kamal dalam penelitiannya yang berjudul *Strategi Costumer Service Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT.Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Rawamangun*⁴. Dimana penelitian ini membahas tentang strategi *costumer service* dalam menaikkan jumlah nasabah BSM kantor cabang rawamangun. Dari hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yaitu harus kompeten, kepercayaan, kejujuran, kontribusi, pelayanan prima, sosial dan kepedulian terhadap lingkungan dan inovasi. beserta cara yang diperbuat oleh *costumer service* dalam menaikkan kuantitas pelanggan ialah tujuh akun baru pertama dalam satu hari, dan yang kedua adalah penjualan silang, serta yang ketiga adalah *roll play* dan pembelanjaan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti lebih kepada peran

⁴ Yusran Mustafa Kamal, *Strategi Pelayanan Costumer Service Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT.Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Rawamangun*. Skripsi, (Jakarta : Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Negeri Jakarta, 2016), 65.

costumer service dalam mengatasi keluhan nasabah Bank BNI Syariah Tomoni.

Perbandingan dari penelitian sebelumnya dan penelitian ini yaitu, dimana penelitian terdahulu membahas masalah peran *costumer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah, sedangkan penelitian ini membahas peran *costumer service* dalam mengatasi keluhan nasabah, sedangkan persamaan dari penelitian ini yaitu membahas peran pelayanan *costumer service*.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ridayanti Harun *Pengaruh Pelayanan Costumer service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa*⁵. Dimana dalam penelitian tersebut menyimpulkan bahwa tersedia pengaruh antara pelayanan *costumer service* kepada kepuasan nasabah, dimana pengaruh tersebut sudah maksimal sehingga *costumer service* perlu mempertahankan kepuasan nasabahnya.

Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti mengarah kepada peran *costumer service* dalam mengatasi keluhan nasabah Bank BNI Syariah Tomoni.

Perbedaan dari penelitian sebelumnya dan penelitian ini yaitu, penelitian yang dilakukan oleh Ridayanti Harun membahas tentang pengaruh peran *customer service* terhadap kepuasan nasabah,

⁵ Ridayanti Harun, *Pengaruh Pelayanan Costumer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa*, Skripsi, (Makassar : Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, 2016), 83.

sedangkan persamaan dari kedua penelitian adalah membahas peran pelayanan *costumer service*.

3. Penelitian yang dilakukan Dina Novita Krisni dengan judul *Peran Costumer service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Inodnesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*⁶. Dimana penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Mayoritas kepuasan nasabah dan menjadikan nasabah loyalitas kepada Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung atas fasilitas yang membuahkan nasabah aman bernegosiasi dan konsistenmemanfaatkan layanan ini.

Sebaliknya penelitian yang dibuat oleh peneliti adalah peran *costumerservice* dalam mengatasi keluhan nasabah BNI Syariah Tomoni.

Perbedaan dari eksplorasi sebelumnya dan penelitian ini adalah, dimana penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dian Novita Krisni membahas peran *costumer service* dalam menaikkan komitmen nasabah, sedangkan penelitian ini membahas peran *costumer service* sebagai *public relation* dalam mengatasi keluhan nasabah. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah membahas peran pelayanan *costumer service*.

⁶Dina Novita Krisni, *Peran Costumer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamlat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, Skripsi,(Tulungagung : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Tulungagung, 2014), 70.

B. Deskripsi Teori

1. Peranan

Peranan atau peran bermakna sebagai sekumpulan tingkah laku atau sikap yang diharapkan dimiliki oleh seseorang yang berdomisili dalam masyarakat, atau peran adalah suatu kegiatan yang diperbuat individu dalam satu kejadian.⁷

Peranan menurut Levinson sebagaimana sebagaimana dikutip dari Soejono Soekanto, "Peranan adalah suatu konsep perihal apa yang dapat dilakukan individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat, peranan meliputi norma yang dikembangkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat, peranan dalam arti merupakan rangkaian peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan bermasyarakat".

Menurut Bidlle dan Thomas peran adalah "Serangkaian rumusan yang membatasi perilaku yang diharapkan dari pemegang kedudukan tertentu.

2. Costumer Service

Costumer service secara terbuka bermakna orang yang berurusan dengan nasabah selain teller dan security.⁸

Menurut pendapat Kasmir *costumer service* berarti setiap aktivitas

⁷Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta : Balai Pustaka, 2007), 854.

⁸Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), 16.

yang bertujuan bagi mengalokasikan kepuasan pelanggan lewat layanan yang dialokasikan oleh seseorang. Jadi layanan pelanggan menghadapi semua kebutuhan pelanggan dengan memuaskan. Layanan yang ditawarkan dan diberikan adalah menampung keluhan atau perkara pelanggan yang sementara dirasakan pelanggan.⁹

Customer service berarti juga setiap segala aktivitas yang diarahkan atau dimaksudkan untuk membuat kepuasan pelanggan melewati layanan yang memperkenankan kepentingan dan kemauan nasabah. Seorang *customer service* memegang kewajiban yang amat bermanfaat selain memberikan fasilitas juga menjadi pengarah komunikasi yang baik dengan masyarakat atau *public relation*.¹⁰

a. Tugas dan Fungsi *customer service*

Sebagai *customer service* tentunya sudah mengantongi peranserta kewajiban yang harus dilakukan, peran dan kewajiban yang sudah dikantongi mesti dilakukan sebaik mungkin, dalam, mengimplementasikan visi dan misi *customer service* adalah sebagai berikut :¹¹

b. Sebagai *Receptionis*

Receptionis adalah *customer service* yang bertugas selaku penyambut pengunjung atau nasabah dan calon nasabah yang

⁹Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, 2005), 180.

¹⁰Awaluddin, *Manajemen Bank Syariah*, (Makassar : Universitas Alauddin Makassar, 2011), 24.

¹¹ Afif, Faisal, et al, *Strategi dan Operasional Bank*, (Bandung : PT.Ereesco, 1996), 29.

berkunjung ke bank, selama menanggapi pengunjung atau nasabah, tentunya customer service memiliki etika antara lain bersikap sopan, ramah, dan menyenangkan. Dalam artian *customer service* harus selalu memperhatikan dan bersikap baik kepada nasabah.

c. Sebagai *Deksman*

Fungsi *deksman* berarti *customer service* bertindak selaku seorang yang mengendalikan beragam fasilitas yang diinginkan oleh nasabah. Layanan yang diberikan terkait dengan produksi bank, termasuk menyampaikan pengarahan dan informasi pendayagunaan aplikasi, beserta metode negosiasi yang dikehendaki nasabah

d. Sebagai *Salesman*

Salesman artinya *Customer service* yang memasarkan produksi perbankan sekaligus selaku menghampiri untuk menelusuri dan menjaring nasabah baru, serta membereskan dan merespon perkara nasabah.

e. Sebagai *customer relation officer*

Customer relation officer artinya orang yang menjaga komunikasi baik dengan nasabah, dengan memelihara citra bank agar nasabah merasa puas dan memiliki kepercayaan yang baik terhadap BNI Syariah KCP Tomoni.

f. Sebagai Komunikator

Customer service sebagai Komunikator adalah orang yang

menghubungkan nasabah dan membuat penjelasan berkenaan seluruh entitas yang berkaitan dengan bank dan nasabah, hubungan penting agar terjadi hubungan yang kuat antara nasabah dan bank. Costumer service juga sebagai penyambung lidah antara bank dan nasabahnya.¹²

1) Tugas pokok dari *costumer service* diantaranya adalah sebagai berikut :

- a) Mengakomodasi nasabah menerima informasi.
- b) Mengakomodasi menyelesaikan penagduan atau keluhan nasabah.
- c) Memberikan informasi produk jasa bank.
- d) Memperkenalkan produk jasa bank.
- e) Memepertahankan nasabah agar tetap loyal dan mencari nasabah.¹³

2) Peranan *Costumer Service*

Costumer service memegang peranyang urgent dalam dunia perbankan dimana fungsi pokok costumer service yaitu memberi fasilitas dan membangun komunikasi yang baik dengan nasabah serta menjadi tempat nasabah untuk melakukan complain atau keluhan. Secara publik kewajiban costumer service suatu bank adalah :

- a) Menjaga nasabah lama supaya konsisten sebagai nasabah bank kita dengan melakukan komunikasi yang baik terhadap nasabah
- b) Berupaya untuk memperoleh nasabah baru, melalui bermacam

¹²Kasmir, Etika *Costumer Service*,(Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada,2005), 182.

¹³ Nina Rahmayanti, *Manajemn Pelayana Prima* ,(Yogyakarta : Graha Ilmu,2010),204.

pendekatan. Seperti menyakini calonnasabah agar menjadi nasabah kami dan dapat meyakinkan nasabah dengan tingkat mutu produk jasa yang kita tawarkan.

3. Pengertian Public Relation

Public relation ialah upaya yang dilakukan secara berulang dengan tujuan untuk membina dan memelihara hubungan timbal balik antara bank dengan masyarakatnya, atau hubungan masyarakat merupakan kegiatan yang bertujuan untuk membangun komunikasi antar organisasi di luar organisasi.

a. Tujuan *Public Relation*

Prospek utama dari *public relation* yaitu mempengaruhi orang selaku insan atau kalangan saat saling berkomunikasi atau berinteraksi lewat percakapan dengan segenap kalangan dimana pemahaman, keputusan, dan anggapannyaa penting bagi kesuksesan satu bank. Adapun arah selanjutnya dari *public relation* seperti menumbuh dan mengembangkan citra perusahaan yang positif, mendorong terbentuknya sikap pengertian antara *public target* dengan perusahaan, serta meningkatkan kekuatan penjualan.

Menurut Danandjaja, tujuan dari *public relation* dibagi berdasarkan aktifitasnya , adapun pembagian dari kegiatan public relation yaitu :

- 1) Berdasarkan kegiatan *internal public relation*

- a) Mewujudkan suatu penaksira tentang sikap perbuatan dan opini *public* terhadap bank, terkhusus pada kebijaksanaan bank sebagai perusahaan jasa.
- b) Mengadakan suatu analisa dan penyempurnaan terhadap kebijakan yang sementara dijalankan, demi menggapai harapan yang telah ditetapkan bank namu tetap memperhatikan kepentingan public.
- c) Memberikan penguraian terhadap karyawan mengenai suatu kebijaksanaan perusahaan yang bersifat obyektif serta menyangkut kepada berbagai aktifitas rutin bank.
- d) Merancang bagi penyusunan suatu staff yang efektif bagi penempatan yang bersifat internal *public relation* dalam bank.

2) *Eksternal public relation*

Tujuan dari public relation yang sesuai aktifitas eksternal antara lain yaitu:

- a) Untuk mengubah citra umum dimata nasabah dan masyarakat berkaitan dengan adanya aktifitas baru yang dilakukan oleh bank.
- b) Untuk meninggikan keterampilan karyawannya.
- c) Untuk memperkenalkan bank sebagai perusahaan jasa kepada nasabah dan masyarakat, dan memperluas pembukaan pencarian nasabah baru.
- d) Menyempurnakan kekerabatan antar bank dan nasabah,

sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian atau salah paham dikalangan masyarakat mengenai bank.

- e) Untuk menyebarluaskan aktivitas riset yang sudah dilakukan perusahaan, agar masyarakat umum memahami bagaimana bank memprioritaskan keunggulan dalam berbagi hal.
- f) Untuk menyakinkan nasabah bahwa bank berpengalaman bertahan dan bangkit sudah mengalami krisis, dan memajukan ketahanan bank dalam menempuh risiko pengambil alihan oleh pihak-pihak lain.

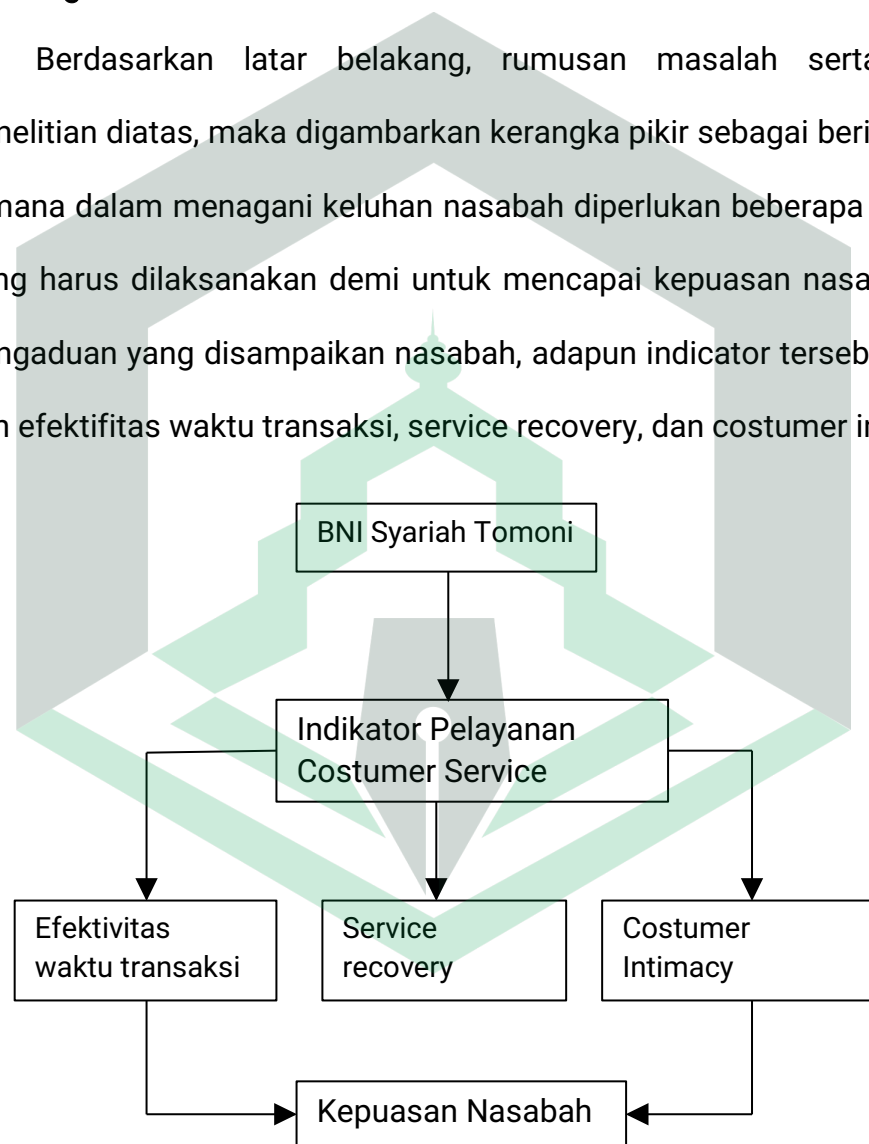
b. Fungsi public relation

- 1) Menjunjung tinggi manajemen utama untuk mencapai tujuan bersama (fungsi yang melekat dalam manajemen suatu lembaga atau organisasi).
- 2) Membentuk hubungan yang konsisten antara lembaga atau organisasi dengan masyarakat sebagai target calon nasabah.
- 3) Mengenali dan mengaitkan mana yang ,melibatkan komentar, pemahaman dan respon masyarakat tentang lembaga yang diwakilinya atau sebaliknya.
- 4) Memfasilitasi keuangan masyarakat dan memberikan kontribusi yang ditargetkan kepada pimpinan manajemen demi mencapai tujuan dan kemaslahatan bersama.
- 5) Menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik, dan

pengaturan arus keterangan, publikasi dan dari badan organisasi ke publik akan menjadi kebalikannya guna terwujudnya citra positif bagi kedua belah pihak.¹⁴

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah serta tujuan penelitian diatas, maka digambarkan kerangka pikir sebagai berikut, yang dimana dalam menagani keluhan nasabah diperlukan beberapa indicator yang harus dilaksanakan demi untuk mencapai kepuasan nasabah atas pengaduan yang disampaikan nasabah, adapun indicator tersebut antara lain efektifitas waktu transaksi, service recovery, dan costumer intimacy.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

¹⁴Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation Dan Media Komunikasi*:Konsepsi Dan Aplikasi ,(Jakarta : PT. Raja Grafindi Persada ,2007), 72.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ialah dokumentasi fakta pada satu konteks ilmiah, dengan mengaplikasikan mekanisme alami, dan dibuat oleh orang atau peneliti yang tertarik menurut alami..

Penelitian ini juga memanfaatkan metode rancangan manajemen, metode manajemen merupakan suatu rancangan melalui tinjauan fasilitas *customer service* BNI Syariah Tomoni.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini yaitu untuk mengetahui peran *customer service* sebagai *public relation* dalam mengatasi keluhan nasabah Bank BNI Syariah KCP Tomoni

C. Definisi Istilah

Guna mencapai deskripsi yang jelas tentang arah pembahasan, peneliti mendefinisikan istilah yang terdapat dalam rangkaian judul, sebagai berikut:

1. Peranan

Peranan berarti sesuatu yang menjadi bagian atau pemegang pimpinan tertentu.

2. *Costumer service*

Costumer service adalah setiap aktivitas pelayanan yang dilakukan atau mengarah untuk memberikan kepuasan nasabah. Atau *costumer service* merupakan karyawan perbankan yang besentuhan spontan dengan nasabah ataupun calon nasabah, oleh sebab itu *costumer service* harus senantiasa memberikan pandangan menyenangkan disetiap kesempatan.

3. *Public relation*

Public realtion merupakan upaya yang dilakukan untuk membangun dan memelihara hubungan timbal balik antara bank dan nasabah.

4. Keluhan nasabah

Keluhan nasabah merupakan tanggapan dari nasabah yang cenderung bersifat *negative* ditujukan kepada bank. Keluhan nasabah bisa dilakukan secara lisan maupun tulisan.

Keluhan nasabah juga berarti aspirasi nasabah yang terjadi karena adanya ketidakpuasan terhadap barang atau jasa, serta pelayanan yang diterima.

5. Nasabah

Nasabah merupakan bagian yang memanfaatkan jasa bank.

Penggalangan dana dan bantuan pinjaman adalah layanan utama dari kelembagaan perbankan. Berdasarkan pasal 1 angka (16) UU perbankan diintrodusikan rumusan nasabah, yaitu nasabah adalah pihak yang memanfaatkan jasa bank. Rumusan tersebut akhirnya didetailkan pada item berikutnya:

a. Nasabah penyimpan

Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menentukan modalnya pada bank dalam format simpanan berlandaskan permufakatan bank dan nasabah yang berkepentingan.¹⁵

b. Nasabah debitur

Nasabah debitur adalah nasabah yang mendapat kredit atau pembiayaan berlandaskan ajaran syariah atau yang setara berdasarkan kesepakatan dengan nasabah yang bersangkutan¹⁶.

D. Desain Penelitian

Desain penelitian deskriptif kualitatif yaitu penyelidikan dengan data deskriptif seperti kalimat tertulis atau lisan dari responden, pendekatan kualitatif diinginkan agar memperoleh informasi yang lebih mendalam.

E. Data dan Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini ialah bahan

¹⁵Pasal 1 Ayat (17) Undang- Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang- Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan.

¹⁶Pasal 1 Ayat (18) Undang- Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang- Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan.

darimana data didapatkan.¹⁷

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari lapangan melalui wawancara kepada *costumer service* dan nasabah BNI Syariah Tomoni.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu jenis data yang boleh dijadikan sebagai penunjang data utama.¹⁸ Dalam hal ini yang menjadi data sekunder yaitu berupa buku, foto, dan informasi tertulis yang diperoleh dari responden yaitu *costumer service* BNI Syariah Tomoni

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan bagian yang dapat membantu peneliti dalam memperoleh dan mengolah data agar hasilnya lebih baik dalam artian data tersebut untuk melengkapi hasil penelitian. Dalam penelitian ini instrument yang digunakan adalah wawancara.

G. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengimpunan data yakni strategi yang diambil penelaah yang dianggap paling penting.

Dalam penelitain ini peneliti menggunakan metode :

¹⁷ Kasiran, *Metode Penelitian*, Malang : UIN Malang Press, ce.ke-1, 2008,113.

¹⁸ Suryadi Suryabrata, *Metode Penelitian*,(Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada,1998), 39.

1. *Metode library researche* (penelitian kepustakaan) yaitu mengumpulkan data melalui sistem ,buku-buku, literatur, yang berkaitan pada penelitian.
2. *Metode field researche* (penelitian lapangan) yaitu metode yang dilakukan dilapangan melalui aturan penyatuan data yang sinkron dengan objek pembahasan dalam penelitian ini.

Adapaun teknik ketika mengakumulasikan data penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Wawancara ialah salah satu strategi penghimpunan data melaluicara berkomunikasi yaitu lewat kontak langsung pengumpul data (pewawancara) dengan sumber data (informan).¹⁹

Dimana penelitian ini, wawancara dilakukan guna mendapatkan informasi secara spontan dari responden.

Yang menjadi objek wawancara dari penelitian ini yaitu *costumer service* dan nasabah Bank BNI Syariah Tomoni.

2. Observasi

Observasi merupakan strategi penghimpunan data dengan cara mengkaji secara spontan objek penelitian. Observasi juga merupakan

¹⁹Rianto Adi, *Metode Penelitian Sosial Dan Hukum*,(Jakarta : Granit,2004), 72.

observasi penyusunan terpadu dari fenomena yang dipelajari.²⁰

Observasi dilaksanakan dengan sistematis mulai dari metode observasi hingga cara penyusunannya. Didalam penelitian ini observasi dilakukan secara langsung di Bank BNI Syariah Tomoni.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan teknik dengan menggali data terhadap hal-hal seperti berupa catatan, buku, transkrip, agenda dan lain sebagainya.

Dokumentasi difungsikan sebagai penunjang untuk mendapatkan data, disebabkan dengan metode dokumentasi ini data dapat diperoleh melalui bukti historis dan dokumen yang signifikan dengan penelitian ini.

H. Pemeriksaan Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data diperlukan untuk membuktikan apa yang dianggap dalam penelitian sehingga menyatakan bahwa subjek atau objek dalam penelitian sesuai dengan fakta sebagaimana yang terlihat pada keadaan sebenarnya.

Ada beberapa jenis uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif diantaranya yaitu :

1. *Credibility*(Kepercayaan)

²⁰Husaini Usman dan Purnomo Setiasi Akbar, *Metode Penelitian Sosial*, cet.ke-4(Jakarta :Bumi Aksara,2003), 54.

2. *Depandibility* (Kebergantungan)

3. *Confertibility* (Kepastian)

I. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah rancangan berharga dalam penelitian, karena analisis data dapat dimanfaatkan guna memperoleh menjawab pertanyaan yang telah diajukan. Penganalisisan data diawali dengan pengkajian data yang diperoleh dari bermacam sumber informasi .

Dalam penelitian ini menggunakan teknik penjabaran datanya kualitatif yaitu oleh pembatasan data serta penarikan ikhtisar atau kesimpulan.

1. Reduksi Data

Pengurangan data adalah mendalami dan belajar dan mengkaji semua data tersedia dari berbagai ekstrak sumber dan perbuatan dari masing-masing hasil yang menjadi peroleh.

2. Penyajian Data

Penyajian data ialah kumpulan keterangan data yang kemudian akan di tarik kesimpulannya. Pada tahap ini data di klasifikasikan dan di sajikan berdasarkan pokok permasalahan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan simpulan atau verifikasi ialah melakukan penyempurnaan terhadap bukti-bukti dilapangan.

BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

Perbankan Syariah ialah lembaga keuangan serta fasilitator jasa keuangan yang melakukan aktivitas usahanya sesuai aturan dan pandangan Islam, terkhusus yang bebas dari bunga(*riba*),terbebas dari aktivitas spekulatif, serta terbebas dari kegiatan yang meragukan, serta berprinsip keadilan dan hanya memberikan pembiayaan kepada usaha yang halal.

Perbankan syariah juga merupakan bentuk perbankan dalam perekonomian dalam Islam yang berlandaskan terhadap konsep bagi hasil dan kerugian, yang bearti bahwa setiap orang yang hendak mendapatkan hasil dari tabungan harus siap mengambil resiko.

Sesuai UU no.21/2008 mengenai perbankan syariah, Perbankan syariah merupakan bank yang mengaplikasikan aktivitas bisnisnya berasaskan pandangan syariah, dimana pandangan syariah dimaksud dalam undang-undang adalah prinsip hukum Islam dalam aktivitas perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki wewenang untuk menentukan fatwa disektor syariah.

Sesuai ketentuan Gubernur Bank Indonesia Nomor12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditunjukkan bahwa status Unit Usaha Syariah bersifat

temporer serta dilakukan spin off tahun 2009. Agenda tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off pada bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal yaitu aspek regulasi yang mendukung dengan diterbitkannya UU No. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Selain itu, komitmen pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran akan keunggulan produk perbankan syariah semakin meningkat.

Berkembangnya Unit Usaha Syariah terhadap Bank BNI membuahkan penetapan Unit Usaha Syariah untuk memilah diri dari Bank BNI konvensional. Sehingga pada 19 Juni 2010 Unit Usaha Syariah BNI formal berdiri sendiri, dan menjadi Bank Umum Syariah. Untuk memenangkan persaingan, BNI Syariah selalu berusaha untuk menafsirkan keinginan dan kebutuhan nasabahnya sehingga tercipta kepuasan nasabah yang berdampak pada penambahan jumlah nasabah. Sehingga pada Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.

Salah satu Kantor Cabang Pembantu BNI Syariah yaitu, BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Tomoni, Yang mulai didirikan dan beroperasi pada oktober 2014, karena melihat perputaran ekonomi di wilayah Kecamatan Tomoni itu signifikan ,dan mayoritas penduduk

Kecamatan Tomoni berkecimpung didunia Perdagangan dan pertanian,dan bisa dikatakan pusat perputaran ekomoni kabupaten luwu timur maka didirikanlah BNI Syariah KCP Tomoni.

1. Pimpinan Bank BNI Syariah KCP Tomoni

- a. Sudarman Tamrin sebagai pimpina pertama yang menjawab tahun 2014 sampai tahun 2015.
- b. Hamka sebagai pimpinan kedua yang menjabat tahun 2015 sampai tahun 2106.
- c. Nuryadin sebagai pimpinan ketiga yang menjabat tahun 2016 sampai 2018.
- d. Andi Pulana sebagai Pimpinan ke empat yang menjabat tahun 2018 hingga sekarang tahun 2020.

2. Visi dan Misi BNI Syariah

a. Visi

Menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

b. Misi

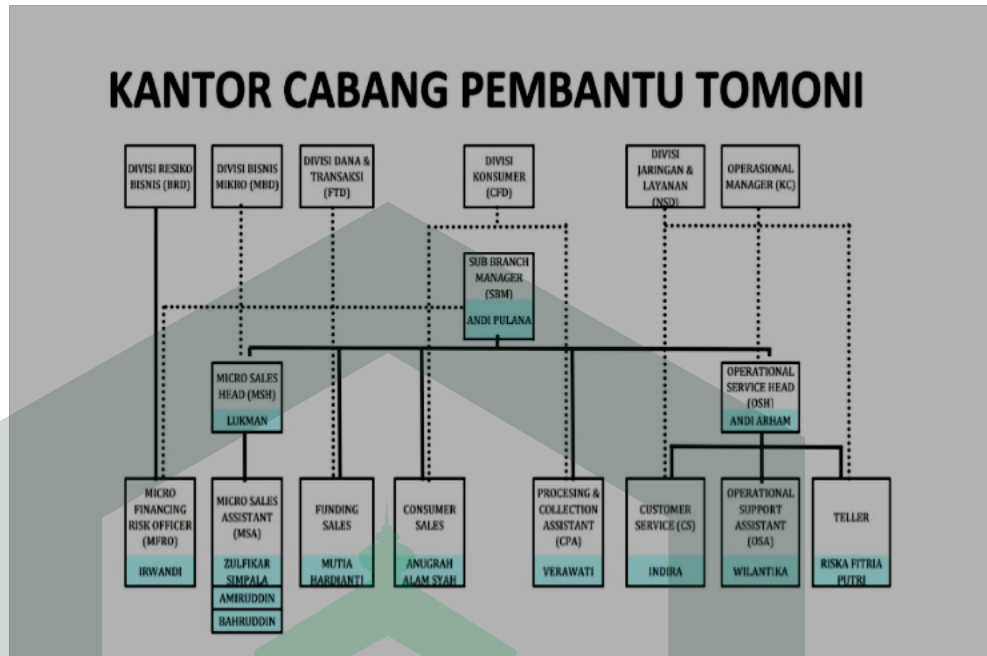
- a) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- b) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- c) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- d) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggan

untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai ibadah.

e) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.



3. Struktur organisasi BNI Syariah KCP Tomoni.



Gambar : 4.1 Struktur Organisasi BNI Syariah KCP Tomoni

Sumber : Data diperoleh dari divisi Bank BNI Syariah KCP Tomoni

Berikut adalah nama posisi jabatan yang diemban oleh divisi Bank BNI Syariah KCP Tomoni.

- a. SBM : Andi Pulana
- b. OSH : Andi Arham
 - 1) Costumer Service : Indira
 - 2) Operational support Assistant (OSA) : Wilantika
 - 3) Teller : Riska Fitria Putri
- c. Micro Sales Head : Lukman
- d. Micro Sales Assistant : Zulfikar, Amiruddin, Bahruddin

- e. Micro Financing Risk Officer (MFRO) : Irwandi
- f. Funding Sales : Mutia Hardianti
- g. Consumer Sales : Anugrah Alamsyah
- h. Proccesing & Collection Assistant (CPA) : Verawati²¹

B. Pembahasan

1. Peran *Costumer Service* Sebagai *Public Relation* dalam Mengatasi Keluhan Nasabah BNI Syariah KCP Tomoni

Salah satu cara bank syariah mempertahankan nasabah yaitu dengan menawarkan pelayanan yang terbaik dengan tujuan agar nasabah dapat puas dengan layanan yang diterima dan mampu bertahan menjadi nasabah. Kepuasan nasabah adalah salah satu aspek yang terpenting yang harus dilakukan dengan memberi pelayanan yang optimal dan maksimal, salah satunya dalam bentuk pelayanan menangani keluhan nasabah atau pengaduan pelayanan.

Pada dasarnya pelayanan yang terbaik patut dilakukan oleh semua pihak yang terkait dalam bank. Hanya saja dalam kegiatannya layanan sentral lebih banyak diberikan kepada fungsionaris yang berhubungan langsung dengan pelanggan seperti *costumer service*. *Costumer sevice* merupakan petugas bank yang memberikan layanan dan menjaga hubungan yang baik dengan nasabah, sehingga seorang *costumer service* waji betul menekuni dan bertanggung jawab atas pelayanan yang diberikan, terkhususnya pada pelayanan yang mengatasi keluhan nasabah.

²¹ Data diperoleh dari divisi BNI Syariah Tomoni

Menjadi seorang *costumer service* tentunya memiliki berbagai macam persyaratan dan metode pelayanan yang diberikan berdasarkan setiap dari keluhan yang diterima dari nasabah agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diterima dari permasalahan atau pengaduan yang dilakukan ke *costumer service*, dalam menghadapi keluhan nasabah hal yang paling utama harus dilakukan dari seorang *costumer service* yaitu memiliki rasa empati dan sabar yang tinggi dalam menghadapi nasabah, dikarenakan nasabah memiliki karakter yang berbeda disamping itu dari setiap keluhan yang diadukan nasabah, *costumer service* memiliki batas waktu tertentu dari setiap pengaduan keluhan. Oleh karena itu setiap bentuk pelayananyang diberikan harus bermutu agar nasabah merasa puas.

Seorang *costumer service* harus mampu menguasai *skill* penanganan pengaduan agar dapat mampu melayani pengaduan atau mengatasi keluhan nasabah sehingga nasabah menjadi puas atas pelayanan yang diterima dari masalah yang dihadapi, hal pertama yang harus dilakukan *costumer service* saat menghadapi nasabah yaitu, melakukan tahap *Active Listening* dimana pada tahap ini *costumer service* menayakan keluhanan nasabah dengan sopan dan ramah, kemudian pada saat nasabah menjelaskan keluhannya, *costumer service* mendengarkan dengan sangat seksama dan fokus

terhadap apa yang disampaikan nasabah tersebut tanpa harus memotong pembicaraan. Kemudian memberikan rasa empati atas kesulitan yang dialami nasabah, dimana *costumer service* disini harus memperhatikan ekspresi wajah, bahasa tubuh, serta mengucapkan permintaan maaf atas ketidaknyamanan yang terjadi atau yang dialami nasabah, serta melakukan kesesuaian konfirmasi petugas atas keluhan yang disampaikan nasabah. Setelah itu barulah kemudian melakukan tahap investigasi dengan menayakan kronologis kejadian dengan jelas. Kemudian meminta KTP, buku tabungan, kartu debit, dan bukti transaksi, dan dilakukan pengecekan data *mandatory* atau pengecekan melalui nama ibu kandung dan 3 transaksi terakhir. Setelah tahap investigasi dilakukan, maka dilakukanlah tahap solusi, ditahap solusi ini adalah peran *costumer service* sebagai *public relation* atau membina hubungan dengan masyarakat atau nasabah dilakukan sepenuhnya, dimana pada tahap solusi ini, hal yang dilakukan adalah memberikan solusi atas keluhan yang dialami nasabah, serta menginformasikan alternatif solusi dan melakukan konfirmasi terhadap solusi yang dipilih nasabah.

2. Syarat dan Kriteria menjadi seorang *Costumer Service*

Menjadi seorang *costumer service* tentunya memiliki persyaratan dan kriteria yang harus dipenuhi diantaranya yaitu ²²:

²² Nirwa, *Strategi Costumer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada PT. Bank Rakyat Indoneisa Tbk, Unit Batua Raya (Pendekatan Manajemen Islam)*, (Makassar : Universitas Aaluddin Makssar, 2008), 24

a. Persyaratan dari segi fisik

Seorang *costumer service* harus memiliki penampilan menarik, tidak terkecuali semua yang menjadi bagian dari bank harus selalu tampil menarik.

b. Syarat mental

Persyaratan mental ialah persyaratan dalam bentuk non fisik atau termasuk persyaratan mental. Seorang *costumer service* harus mampu memiliki mentalitas yang energik ketika menghadapi nasabah, karena dengan mentalitas yang energik akan menumbuhkan tingkat kepercayaan yang tinggi dalam menghadapi nasabah, bagaimana mungkin seorang *costumer service* dapat menyelesaikan masalah setiap nasabah jika dia tidak percaya diri dalam menghadapi nasabah.

Mental seorang *costumer service* harus ditunjukkan dalam bentuk percaya diri, sopan, ramah, baik serta menjunjung akhlakul karimah. Sikap yang kurang ramah yang diberikan oleh *costumer service* sangat tidak dianjurkan untuk dilakukan.

c. Syarat Sosial

Seorang *customer service* harus mempunyai jiwa sosial yang tinggi, *costumer service* harus mampu berbicara, serta tidak kaku dalam menghadapi nasabah dan pandai bergaul disemua kalangan atau harus mampu bersikap ramah terhadap nasabah.

3. Dasar- Dasar Pelayanan Nasabah

Menjadi customer service, ada bermacam point yang harus diperhatikan, salah satunya adalah memberikan pelayanan prima dalam menangani keluhan nasabah, jadi seorang *costumer service* wajib memiliki dasar pelayanan yang baik.

Berikut ini merupakan dasar-dasar pelayanan yang dimiliki *costumer service*.

a. Berpakaian dan berpenampilan menarik

Artinya seorang *costumer service* harus berpakaian yang bersih, pakaian yang sopan, atau menggunakan pakaian seragam.

b. Percaya Diri

Ketika melayani nasabah, *costumer service* harus mempunyai sikap kepercayaan diri yang tinggi, serta tidak menunjukkan sikap ragu-ragu, serta bersikap ramah dan tidak memasang wajah cemberut.

c. Menenegur dengan lembut dan berusaha memperkenalkan diri.

Pada saat nasabah datang, atau berada dihadapan *costumer service*, segera langsung menyapanya dan apabila sudah pernah ketemu diusahakan mungkin untuk menyebutkan nama dari nasabah, atau menyebut dengan sebutan Bapak atau Ibu.

d. Bersikap hormat, sopan, tenang, dan bersedia mendengar setiap apa yang disampaikan nasabah.

Dalam menghadapi nasabah *costumer service* harus bersikap tenang,tidak terkesan buru- buru, sopan dan santun, serta

menghormati, dan mendengarkan pembicaraan nasabah dengan baik dan berupaya mengerti kemauan nasabah.

e. Menggunakan aksen bahasa yang baik

Ketika berinteraksi dengan nasabah, orang Indonesia harus mampu berbahasa Indonesia yang baik dan benar serta dengan suara yang jelas, dalam arti pelanggan dapat dengan mudah memahami apa yang dikatakan.

f. Semangat melayani Nasabah

Artinya dalam melayani nasabah, *costumer service* harus kelihatan semangat, tidak dianjurkan untuk menampilkan sikap lemah lesu yang tampak tidak bersemangat. Tunjukkan pelayanan prima agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

g. Tidak memotong pembicaraan

Pada saat nasabah menginformasikan keluhannya atau melakukan pengaduan upayakan agar tidak menyalahi pembicaraan.

h. Meyakini nasabah atas solusi yang disampaikan

Setiap layanan yang diberikan harus bisa meyakini nasabah atas apa yang *costumer service* sampaikan, informasi solusi yang disampaikan harus diucapkan dengan jelas dan mudah, agar nasabah dapat mengerti dan menerimanya.

4. Sikap Melayani Nasabah

Dalam melayani nasabah pada saat melakukan pengaduan tentunya *costumer service* sangat memperhatikan sikap, bermacam tindakan yang perlu diperhatikan dalam melayani nasabah yakni

sebagai berikut.

- a. Memberi kesempatan kepada nasabah untuk berbicara.

Costumer service terlebih dahulu memeberikan kesempatan berbicara kepada nasabah. Pada saat nasabah berbicara *costumer service* harusmemeperhatikan apa yang disampaikan nasabah.

- b. Mengajukan pertanyaan

Pada saat nasabah selesai menyapiakan keinginannya , barulah kemudian *costumer service* mengajukan pertanyaan.

- c. Tidak mudah marah dan tersinggung.

Seorang *costumer service* tidak boleh mudah marah terhadap nasabah, terlebih lagi bagi nasabah yang memiliki sikap tepramental, diharapkan *costumer service* tetap sabar dalam melayani.

- d. Menunjukkan sikap perhatian atau empati.

Klien yang datang ke bank pada dasarnya ingin dibantu, terkhusus pada peran pelayanan *costumer service* dalam mengatasi keluhan nasabah. Oleh karena itu *costumer services*selalu berusaha memberikan pelayanan yang prima serta menunjukkan sikap peduli dan keinginan membantu.

5. Ciri – Ciri Pelayanan Yang Baik

Tiap Bank pastinya selalu mengedepankan layanan yang terbaik agar keinginan nasabah terpenuhi dan puas atas pelayanan yang

diberikan. berikut ini merupakan beberapa karatersitik pelayanan yang baik.

a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Setiapnasabah ingin dilayani dengan pelayanan prima, untuk melayani nasabah, satu hal yang perlu diperhatikan yaitu sarana dan prasarana yang disediakan bank. Kelengkapan dan kenyamanan prasarana yang disediakan bank akan membuat nasabah merasa nyaman dalam menyelesaikan setiap keperluan nasabah.

b. Karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah juga tergantung pada karyawan yang bersikap ramah dan baik. Salah satunya *costumer service* , seorang *costumer service* dalam melayani nasabah harus selalu bersikap ramah, selain itu *costumer service* juga harus cepat dan tanggap dalam, serta mampu memberi kenyamanan selama nasabah melakukan pengaduan.

c. Bertanggung jawab atas nasabah.

Ketika menjalankan tugas *costumer service* harus bertanggung jawab meyelesaikan keluhan nasabah sampai tuntas. Sehingga nasabah merasa aman dan nyaman jika *costumer service* bertanggung jawab atas pelayanan yang diiginkan nasabah.

d. Mampu melayani nasabah secara professional

Ketika melayani nasabah *costumer service* tetap memperhatikan prosedur pelayanan yang ada, serta menunjukkan sikap profesional.

Profesional (Fathanah, Profesional atau kompeten adalah bekerja dengan semaksimal mungkin penuh komitmen serta rasa tanggung jawab atas amanah yang diterima, sifat profesional telah dijelaskan pada QS.Al- Isra ayat 17:84

Terjemahannya :

“ Katakanlah : “ Tiap – tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing “. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapayang lebih benar jalannya.

e. Berikan kepercayaan terhadap nasabah

Memberikan kepercayaan terhadap nasabah agar nasabah merasa aman untuk menjadi bagian dari bank yang bersangkutan atau merasa aman selama menjadi nasabah bank.

6. Jenis – Jenis Keluhan Nasabah dan Cara mengatasinya

Peran *costumer service* pada Bank BNI Syariah KCP Tomoni merupakan suatu bagian dari unit pembinaan hubungan masyarakat, atau perantara antara nasabah dan bank dalam menerima pelayanan,

serta menjadi tempat pengaduan nasabah dalam menyampaikan keluhannya atau masalah yang dihadapi ketika mengalami beberapa gangguan saat menikmati atau memakai fasilitas layanan yang disediakan.

Adapun beberapa keluhan-keluhan nasabah yang biasa diadukan ke *costumer service* beserta cara mengatasinya antara lain sebagai berikut.

a. Penarikan tunai di ATM namun dana tidak keluar

Penarikan tunai di ATM merupakan satu dari beberapa masalah yang dialami nasabah, yang dimana ketika nasabah melakukan transaksi tunai namun dana atau sejumlah uang yang nasabah inginkan tidak keluar, namun tertera di layar monitor ATM bahwa transaksi yang dilakukan telah berhasil, dan resi transaksi telah berhasil dicetak oleh mesin ATM. Disitulah membuat nasabah menjadi bingung dan bertanya tanya, bahwa apa yang telah terjadi.

Hal yang pertama dilakukan nasabah ketika mengalami permasalahan tersebut adalah mendatangi bank tempat nasabah menerbitkan kartu ATM atau tempat nasabah terdaftar sebagai nasabah bank dari ATM yang digunakan, kemudian langkah selanjutnya adalah nasabah mendatangi *costumer service*.²³

Setelah nasabah bertemu *costumer service*, maka *costumer service* melakukan tahap *active listening* yang dimana memberikan

²³ Wawancara *Costumer Service* BNI Syariah Tomoni

isin berbicara kepada nasabah dan mendengarkan apa yang disampaikan nasabah dengan baik, serta kemudian *customer service* melakukan tahap *empathy*, yaitu pemberian rasa perhatian terhadap nasabah, serta kemudian melakukan tahap investigasi dengan menanyakan kronologi kejadian, kemudian setelah nasabah memceritakan kronologinya, barulah *customer service* meminta beberapa data, seperti buku rekening, kartu ATM, KTP, serta memberikan formulir pengaduan kepada nasabah.

Setelah nasabah mengisi formulir pengaduan, kemudian *customer service* melakukan pengecekan data dengan 3 transaksi terakhir, serta cek status terakhir seperti , mutasi rekening. Kemudian barulah nantinya dijelaskan penyebab kenapa dana nasabah tidak keluar, padahal saldo rekening telah berkurang.

Kemudian setelah proses investigasi dilakukan, maka dilakukanlah tahap penyelesaian nasabah, dimana *customer service* disini menayakan kembali proses transaksi agar tidak terjadi kesalahan yang berulang, serta mengedukasi nasabah terkait keamanan dan resiko dalam bertransaksi. Dan yang terakhir adalah berterimakasih atas keluhan yang diajukan nasabah, dan konfirmasi penyelesaian nasabah.

b. Melakukan transfer namun dana tidak masuk

Melakukan transfer dana namun tidak masuk ke rekening tujuan padahal saldo telah terdebit, kerap kali dialami nasabah, salah

satu penyebabnya yaitu nomor rekening tujuan nasabah salah, atau kesalahan jaringan.

Sama halnya dengan proses penarikan tunai di ATM namun tidak keluar, hal yang perlu dilakukan nasabah adalah mendatangi *costumer service*. Dan akan dilakukan proses penyelesaian masalah seperti tahap penyelesaian masalah terhadap pengaduan keluhan penarikan tunai yang danaya tidak keluar.

c. ATM Terblokir

Kartu ATM terblokir merupakan masalah yang paling sering dialami nasabah, dikarenakan nasabah salah menginput nomor pin ATM, batas dari salah menginput pin ATM adalah 3 kali penginputan, apabila lebih dari 3 kali kesalahan maka, jartu ATM nasabah akan terblokir.

Hal yang harus dilakukan nasabah adalah mendatangi bank tempat nasabah menerbitkan kartu ATM atau tempat nasabah terdaftar sebagai nasabah, perbaikan kartu ATM hanya biasa dilakukan di bank tempat ATM tersebut diterbitkan. Seperti nasabah Bank BNI Syariah KCP Tomoni yang mengalami kartu ATM terblokir, maka perbaikan kartu ATM tersebut hanya boleh dilakukan dilakukan di Bank BNI Syaiah KCP Tomoni.

Setelah nasabah berada di Bank, maka nasabah selanjutnya menemui *costumer service* dan melakukan pengaduan, kemudian *costumer service* akan melakukan proses penylesain nasabah,

dengan membuat pin ATM baru , tentunya dari pin baru, persetujuan nasabah, pin tersebut disarankan harus yang mudah diingat, dan mengedukasi nasabah untuk tidak menggunakan pin berdasarkan tanggal lahir.

d. Kartu ATM Hilang

Langkah pertama yang harus dilakukan nasabah apabila mengalami kehilangan ATM yaitu dengan mendatangi *costumer service* untuk melakukan pengaduan keluhan nasabah, selanjutnya akan dilakukan pembuatan ATM baru dengan syarat dan beberapa ketentuan.²⁴

7. Efektivitas Waktu Transaksi

Efektifitas waktu transaksi merupakan tingkat atau batas standar pelayanan yang dilakukan *costumer service* dalam melayani nasabah.

Waktu transaksi maksimal 15 menit (waktu yang dibutuhkan *costumer service* untuk melaynai nasabah sejak nasabah menyampaikan keluhan atau melakukan pengaduan, sampai dengan seluruh proses selesai dan menawarkan bantuan kembali). Mislanya waktu layanan 14 menit maka skor 50 point, waktu layanan 19 menit maka pengurangan skor – 80 point, dan waktu layanan 56 menit maka pengurangan skor- 100 point.

Selajutnya interupsi maksimal 1 kali dan konfirmasi *costumer service* 3 kali. Dan menggunakan sales kit dalam menjelaskan

²⁴SOP *Costumer service* BNI Syariah Tomoni

kebutuhan nasabah serta menuntun saleskit ke arah nasabah dan menunjuk point yang dijelaskan.

Kemampuan *costumer service* menanggapi pertanyaan, memimpin, serta menyediakan produk yang sesuai dengan keperluan nasabah. Kemampuan *costumer service* memberikan solusi yang tepat atas keluhan nasabah.

Dalam menangani dan menyelesaikan pengaduan keluhan nasabah *Costumer service* harus memiliki jangka waktu seberapa lama pengaduan yang disampaikan nasabah harus diselesaikan.

Penyampaian pengaduan yang dilakukan oleh nasabah dapat disampaikan secara lisan maupun tulisan, untuk penyampaian keluhan nasabah yang dilakukan secara tertulis maka bank akan menyelesaikan pengaduan paling lambat 20 hari kerja, terhitung mulai dari hari penyampaian keluhan dengan melampirkan identitas diri serta dokumen pendukung.

Sedangkan penyampaian keluhan nasabah secara lisan dapat dilakukan dengan 2 hari kerja dengan melampirkan identitas diri serta dokumen pendukung.²⁵

8. Service Recovery

Service Recovery merupakan pemulihan layanan, atas pelayanan yang kurang baik yang dialami nasabah. Dimana *costumer service* disini meminta maaf atas ketidaknyaman yang dialami nasabah dan mengucapkan terimakasih kepada nasabah karean telah

²⁵ Sop *Costumer Service* BNI Syariah Tomoni

melakukan pengaduan, tindakan pemulihan layanan dilakukan untuk bertujuan agar nasabah tetap setia atau tidak berpaling, dan tetap kembali ke bank, disinilah peran *costumer service* sebagai *public relation* atau yang membina hubungan baik dengan baik nasabah.

Service Recovery meliputi, dimana *costumer service* disini memberitahukan kepada nasabah bahwa keluhan dapat diselesaikan oleh kantor cabang, menyarankan nasabah mengisi formulir keluhan serta melengkapi dokumen keluhan. Selanjutnya menginformasikan waktu untuk penuntasan serta menjanjikan akan menghubungi nasabah untuk komplain yang solusinya berkaitan dengan divisi lain. Dan menindak lanjuti *follow up* dari keluhan yang belum terselesaikan serta membutuhkan waktu lebih sesuai dengan yang sepakati dengan *costumer service*.

9. Costumer Intimacy

Costumer Intimacy merupakan strategi atau cara yang digunakan Bank BNI Syariah KCP Tomoni untuk menarik dan menjaga hubungan yang baik dengan nasabah, sama halnya dengan *public relation* yang membina hubungan baik dengan nasabah.

Costumer Intimacy meliputi *cross selling*, *cross selling* merupakan proses atau teknik penjualan produk barang dan jasa dengan cara menawarkan. Adapun tata cara untuk melakukan *cross selling* yaitu melakukan *cross selling* kepada nasabah produk sesuai dengan hasil *costumer intimacy* di awal. Selanjutnya mendorong dan membujuk pengguna jasa bank dengan produk yang *di cross selling* dan

menawarkan *follow up* (apabila nasabah belum berkenan). Selanjutnya yaitu memberikan brosur (sesuai dengan produk yang dibuka dan ditawarkan) untuk dibawa nasabah²⁶

10. Faktor Pendukung Costumer Service Dalam mengatasi Keluhan Nasabah

Faktor pendukung dalam melayani keluhan nasabah yang dilakukan *costumer service* merupakan juga, satu bagian hal yang penting dalam pelayanan mengatasi keluhan nasabah, karena tanpa adanya faktor pendukung juga akan berdampak pada pelayanan. Salah satu bentuk faktor pendukung dalam pelayanan keluhan nasabah ialah, kesiapan mental dalam menghadapi bermacam karakter nasabah, selain hal tersebut juga adanya bentuk komunikasi persuasif yang melibatkan *costumer service* sebagai selaku *persuader*/komunikator, pesan berupa wujud penanganan keluhan yang sifatnya informatif, solutif dan persuasif, serta nasabah selaku *persuade*/komunikasikan yang nantinya akan menerjemahkan pesan atau informasi yang diterima dari *costumer service*. Proses komunikasi persuasif dimulai dengan memberikan perhatian berupa bentuk senyuman dan mengutarakan hal-hal yang menyangkut kepentingan nasabah.

Selain itu faktor pendukung ketika terjalinnya komunikasi antara seluruh pihak Bank dalam mempersiapkan penanganan

²⁶ Sop *Costumer Service* BNI Syariah Tomoni

keluhan nasabah dan penyampain informasi yang disertai bukti dan fakta.

Pemberian perhatian khusus mengenai proses komunikasi persuasif atau pemberian informasi dalam mengatasi keluhan nasabah akan memberikan dampak yang baik terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.

11. Faktor Penghambat Yang Dialami Costumer Service Dalam Mengatasi Keluhan Nasabah

Adapun faktor penghambat dalam pelayanan mengatasi keluhan nasabah antara lain yaitu :

a. Hambatan Mengenai System

Kelambatan atau terkendala dengan system serong kali dialami dalam pelayanan .

b. Adanya nasabah baru yang biasanya dilayani terdahulu dengan alasan terburu-buru.

Hambatan lain yang sering dialami biasanya terjadi karena urusan *costumer service* dengan karyawan lain yang sifatnya urgent dan hal tersebut membuat *costumer service* menunda pekerjaannya.²⁷

12. Kepuasan Nasabah BNI Syariah KCP Tomoni

Kepuasan nasabah Bank BNI Syariah KCP Tomoni, merupakan salah satu bentuk tujuan pencapaian dari pelayanan *costumer service*

²⁷ Wawancara *Costumer Service* BNI Syariah Tomoni

dalam mengatasi keluhan nasabah.

Kepuasan nasabah merupakan bentuk dari penilaian dan kenyamanan atas apa yang diterima nasabah baik dalam bentuk produk atau pelayanan yang diberikan oleh BNI Syariah Tomoni, kepuasan nasabah juga bisa diartikan sebagai bentuk perasaan nasabah terhadap kinerja dan harapan yang diinginkan nasabah pada saat berada diruang lingkup BNI Syariah Tomoni.

Berdasarkan wawancara yang sudah dilakukan pada beberapa nasabah BNI Syariah Tomoni BNI Syariah Tomoni, para nasabah telah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh BNI Syariah Tomoni, terkhususnya *costumer service* yang menangani keluhan nasabah.

Hal tersebut ditunjukkan dengan terpenuhinya kebutuhan penciptaan suatu kenyamanan, sementara kenyamanan merupakan salah satu bentuk dari kepuasan. Sikap pelanggan dan tingkat kepuasan memang berbeda-beda, dikarenakan nasabah memiliki permasalahan yang berbeda dan tentunya juga bentuk pelayanan pengaduan yang berbeda, serta cara penyelesain dari keluhan atau *complain* nasabah.

Oleh karena itu, untuk memberikan kepuasan terhadap nasabah, *costumer service* perlu mengetahui serta mampu menerjemahkan hal apa saja yang para nasabah perlukan dan butuhkan. Bank perlu berupaya memenuhi harapan-harapan yang mendasar. Kebutuhan nasabah tidak hanya berfokus terhadap barang dan jasa.

Hasil wawancara dengan nasabah BNI Syariah Tomoni

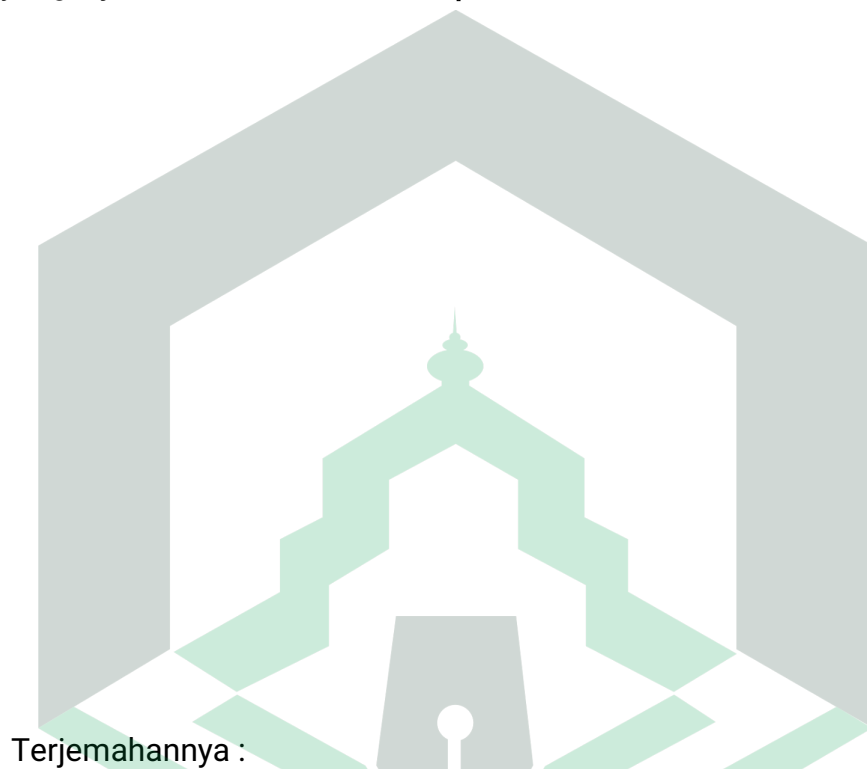
1. Hasil wawancara dengan saudari Nur Annisa, yang beralamat di Desa Tarengge, Kecamatan Wotu. Yang dimana saudari Nur Annisa mengalami kendala ketika ingin melakukan transfer pembayaran barang online melalui ATM BNI Syariah, dengan menggunakan Briva, namun ATM BNI Syariah Belum tersedia layanan Briva. Dan saudari Nur Annisa kemudian menghubungi Costumer Service BNI Syariah Tomoni, dan Saudari Nur Annisa diarahkan untuk melakukan pembayaran secara mobile banking. Dan Saudari Nur Annisa Merasa puas atas jawaban dari keluhan yang ia alami, dikarenakan *Costumer Service*, cepat dalam melayani keluhan saudari Nur Annisa, selain itu *costumer service* juga ramah terhadap sadari nasabah yang mengalami keluhan.²⁸
2. Hasil wawancara dengan saudara Sarwan, Yang dimana keluhan yang dialami saudara Sarwan yaitu tidak aktifnya kartu ATM , dikarenakan tidak pernah dilakukan trsnasaksi selama 3 bulan, dana proses penyelesaian keluhan dari saudara Sarwan yaitu dengan melakukan stor tunai di teller agar ATM nasabah tersebut bisa digunakan kembali, nasabah tersebut merasa puas atas pelayanan yang diterima karena *Costumer service* dari BNI syarah selalu bersikap ramah dan bekerja secara kompoten sesuai standar operasional prosedur *Costumer Service*.²⁹

Kualitas pelayanan dalam perspektif Islam yang berfaedah

²⁸ Wawancara dengan nasabah BNI Syariah Tomoni 21 Maret 2020

²⁹ Wawancara dengan nasabah BNI Syariah Tomoni 20 Maret 2020

dilakukan tidak hanya berfokus pada tujuan mempertahankan nasabah dan meninggikan jumlah nasabah, namun didalam ajaran Islam mempersembahkan penyajian layanan yang baik pada setiap insan manusia adalah hal yang telah diperintahkan Allah SWT, sebagaimana yang dijelaskan dalam **Qs. Albaqarah/2:267**



Terjemahannya :

Wahai orang-orang yang beriman,infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah maha Kaya, Maha Terpuji.

Berdasarkan ayat Alquran diatas, penyajian layanan yang baik harus diberikan pada segala aktifitas termasuk dalam kegiatan

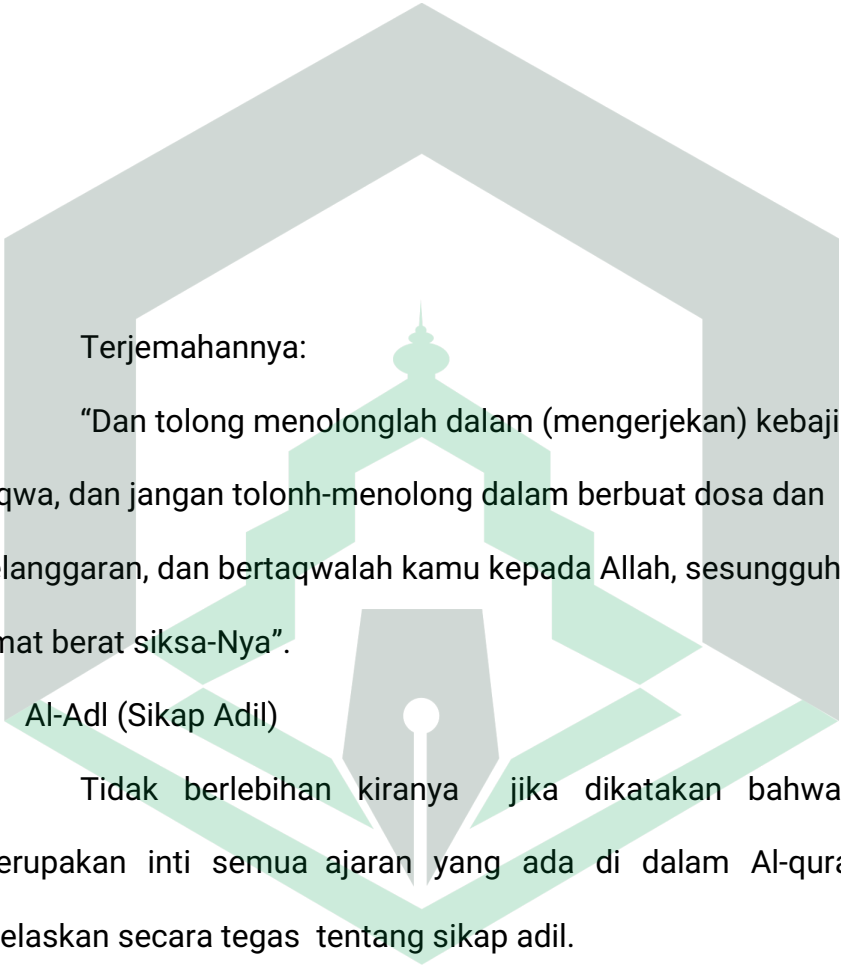
ekonomi (muamalah). Diantaranya yaitu :

a. Tata Krama

Ketika meingimplementasikan segala aktifitas terutama kegiatan berbisnis maka diamanhkan untuk orang yang beriman agar menjaga tata karma seperti bermurah hati , sopan dan santun saat menunaikan kesepakatan dengan nasabah. Termasuk dalam murah hati dalam kualitas penyajian *service* diantaranya adalah kompensasi, dengan artian memberikan bantuan kapan saja tanpa berpikir adanya kompensasi dan menghilangkan kesulitan disetiap kesempatan, atau memberikan jalan keluar dengan kemudahan pada komsumen atau nasabah.

b. Tauhid dan Ketaqwaan

Tauhid serta ketaqwaan ialah kunci dari segala amal ibadah kepada Allah SWT termasuk dalam hal bermuamalah. Dengan agar segala bentuk aktivitas ibadah dapat menjadi berkah dan dapat meningkatkan ketaqwaan. Sebagaimana yang dijelaskan pada Qs.Almaidah:5/2



Terjemahannya:

“Dan tolong menolonglah dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran, dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya”.

c. Al-Adl (Sikap Adil)

Tidak berlebihan kiranya jika dikatakan bahwa keadilan merupakan inti semua ajaran yang ada di dalam Al-quran sendiri dijelaskan secara tegas tentang sikap adil.

Tingkat kepuasan nasabah dapat dilihat dengan beberapa cara sebagai berikut :

a. Sistem keluhan dan saran

Melalui metode ini kepuasan nasabah dapat dipantau dengan

cara memberikan keleluasan terbuka kepada nasabah untuk menyampaikan saran, pendapat serta keluhannya.

b. Survei Kepuasan Nasabah

Survei umumnya dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada para nasabah, dengan metode tersebut maka akan diperoleh umpanbalik secara langsung dari para nasabah dan sebagai simbol positif bahwa bank sebagai perusahaan jasa mampu menaruh dan member perhatian kepada para nasabahnya.

13. Faktor –Faktor yang Menentukan Kepuasan Nasabah

Kepuasan atau tidak puas nasabah diteguhkan oleh kualitas produk, yang dikehendaki nasabah. Sehingga anggungan kalitas menjadi prioritas sentral bagi setiap bank sebagai tolak ukur keunggulan daya saing antar bank. Mutu pelayanan dalam bank merupakan hal yang amat penting dari setiap sudut pandang konsumen. Komsumen tidak hanya menilai dari produk jasa barang, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut.

Nasabah yang merasa puas atas pelayanan bank, tentunya akan bersifat ramah dan merasa senang dan nyaman .Namun terkadang pula ada nasabah yang merasa tidak puasa atas pelayanan yang diterima.

Ketika menentukan kepuasan nasabah ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh pihak bank, antara lain :

a. Mutu produk

Nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan

bahwa produk yang mereka gunakan adalah produk yang berkualitas. Nasabah akan selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal tersebut, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah yang lebih terhadap persepsi nasabah.

b. Mutu pelayanan

Nasabah akan merasa puas terhadap tindakan *customer service* dalam melayani nasabah ketika menyampaikan keluhannya, yaitu pelayanan yang baik dan sinkron dengan apa yang diharapkan nasabah. Nasabah yang puas akan hasil pelayanan dari pengaduan yang dilakukan akan memberikan persepsi terhadap produk, jasa, serta kualitas pelayanan yang diterima.

c. Perasaan

Yaitu nasabah akan merasa senang dan memperoleh kepercayaan bahwa orang lain akan kagum terhadap dirinya apabila menggunakan produk jasa barang yang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi.

d. Harga

Harga yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama namun menetapkan harga relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabah.

e. Biaya

Biaya adalah nasabah yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa

14. Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah

Bagi sebuah bank syariah sebagai lembaga keuangan yang melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan memprioritaskan klien sebagai tujuan kesuksesan kegiatan usahanya, harus memiliki strategi dalam mewujudkan sistem pelayanan nasabah yang baik. Karena dari sistem pelayanan yang baik dalam menangani keluhan-keluhan nasabah itulah yang nantinya dapat menjadi pengukuran tingkat kepuasan nasabah akan mudah dilakukan.

Adapun strategi yang dapat digunakan dalam menciptakan kepuasan nasabah dalam menyampaikan keluhannya antara lain sebagai berikut :

a. Hubungan Penjualan

Hubungan penjualan adalah strategi pertukaran antara pembeli dan penjual yang terjadi dalam jangka panjang, yang tidak hanya berakhir setelah proses penjualan selesai. Sehingga akan terjalin kemitraan dan akan menimbulkan loyalitas yang akan berdampak pada terjadinya hubungan bisnis.

b. Kekuatan Pelayanan

Kekuatan pelayanan merupakan strategi yang menawarkan pelayanan yang lebih unggul dari bank lain dan sekaligus menjadi pembeda dari bank lain. Bank yang melaksanakan strategi ini haruslah memiliki dan yang cukup besar dan kemampuan sumber daya insane yang unggul, serta memilikiusaha yang gigih untuk menciptakan suatu pelayanan yang *superior*.

c. Kondisi Jaminan

Strategi ini menggunakan garansi untuk mengurangi resiko konsumen sebelum atay sesudah pembelian barang atau jasa, sekaligus mewajibkan perusahaan yang bersangkutan untuk memberikan yang terbaik dalam meraih loyalitas konsumen atau nasabah. Sehingga bank akan selalu dinamis demi menyempurnakan mutu produk atau jasa dan kinerja yang ada.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan uraian pembahasan tersebut diatas yang telah diuraikan penulis mengenai Peran *Costumer Service* Sebagai Public Relation Dalam Mengatasi keluhan Nasabah BNI Syariah KCP Tomoni, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Pelayanan yang diberikan *costumer service* antara lain yaitu membagikan penjelasan kepada nasabah mengenai produk bank BNI Syariah, dan menerima pengaduan keluhan nasabah.
2. Kendala yang sering kali dialami pada saat melayani nasabah yaitu permasalahan pada jaringan, yang berakibat akan memperlambat proses penyelesaian pengaduan, serta kerap kali *costumer service* mengalami kewalahan apabila nasabah yang datang sedang ramai sehingga *costumer service* sedikit mengalami stress kerja.
3. Penilaian kepuasan nasabah berkaitan dengan persepsi yang dirasakan setiap nasabah, sehingga tingkat kepuasan nasabah berbeda-beda sesuai dengan pelayanan yang diterima dalam menyampaikan keluhannya, dan keluhan yang dialami nasabah juga berbeda.

Penilaian kepuasan nasabah terhadap peran pelayanan *costumer service* dalam menangani keluhan nasabah cukup baik. Tidak hanya itu

seluruh komponen staff BNI Syariah Tomoni juga berupaya memberikan pelayanan yang baik . Namun pada umumnya kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diterima tidak lepas dari sikap dan peran *costumer service* dalam pelayanan mengatasi keluhan nasabah BNI Syariah Tomoni.

B. Saran

Setelah dilakukan penelitian dan menganalisis permasalahan yang terjadi dalam peran *costumer service* sebagai *public relation* dalam mengatasi keluhan nasabah BNI Syariah Tomoni adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya bagi *costumer service* memepertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya.
2. Apabila pada saat nasabah yang melakukan pengaduan sedang ramai, maka sebaiknya nasabah tersebut diperintahkan untuk tetap antri. Dan lebih mendahulukan yang nasabah yang lebih dahulu datang.

DAFTAR PUSTAKA

Alquran dan terjemahannya.

Adi Rianto, *Metode Penelitian Sosial Dan Hukum*, Jakarta : Granit,2004.

Awaluddin, *Manajemen Bank Syariah* , Makassar : Universitas Alauddin Makassar ,2011

Faisal, Afif,et a.l., *Strategi Dan Operasional Bank*, Bandung : PT. Ereesco,1996.

Firdaus Muhammad N.H,et al., *Konsep dan Implementasi Bank Syariah* , Jakarta : PT.Renaissance,2005.

Harun Risdianti, *Pengaruh Pelayanan Costumer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa*. Skripsi,Makassar : Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar,2016.

Kasiran, *Metode Penelitian* ,Malang: UIN Malang Press,cet.ke-1,2008.

Kasmir, *Etika Costumer Service*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada,2005.

Kamal Mustafa Yusran, *Strategu Pelayanan Costumer Service Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Rawamangun*. Skripsi, Jakarta : Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Negeri Jakarta,2016.

Nirwa, *Strategi Costumer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Batua Raya (Pendekatan Manajemen Islam)*, Makassar Universitas Alauddin Makssar,2008.

Novita Krsini Dina, *Peran Costumer Sevice Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, Skripsi, Tulungagung : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Tulungaagung, 2004.

Pasal 1 angka 12 Undang – Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

Pasal 1 angka 6 Undang – Undang No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

Pasal 1 ayat (17) Undang – Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang – Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.

Pasal 1 ayat (18) Undang - Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang – Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.

Rahmayanti Nina, *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010.

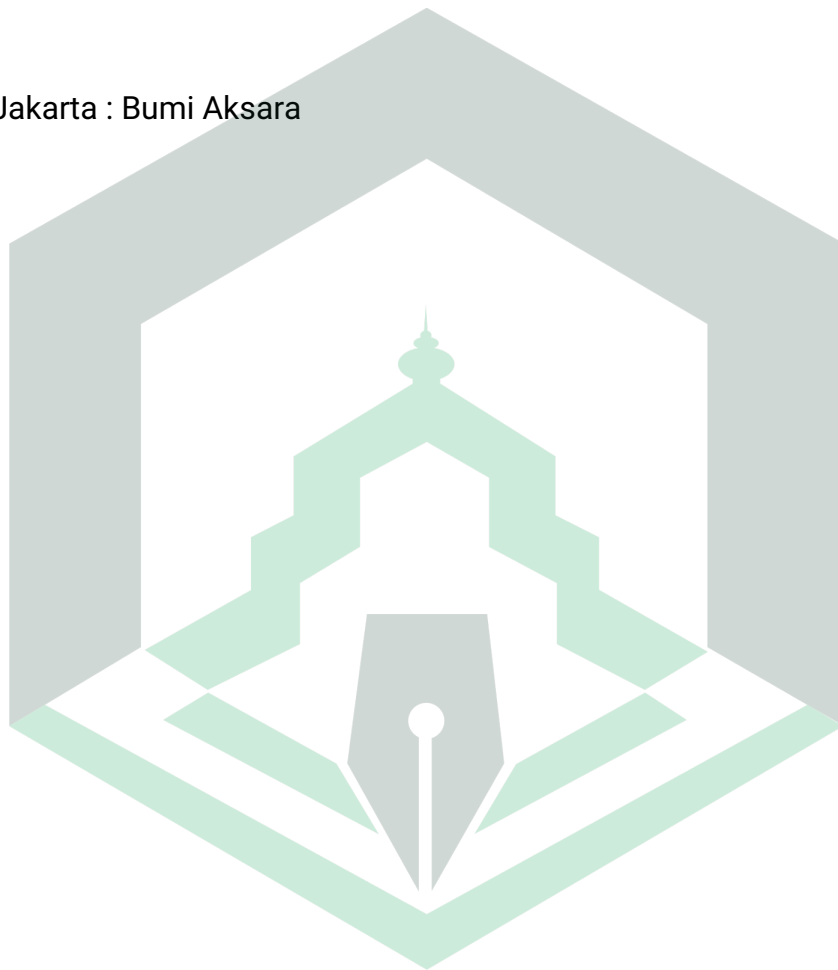
Ruslan Rosady, *Manajemen Public Relation Dan Media Komunikasi :*

Konsepsi dan Aplikasi, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 1998.

Suryabrata Suryadi, *Metode Penelitian* ,Jakarta : Raja Grafindo Persada
,1998.

Usman Husaini dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metode Penelitian Sosial*, cet,
ke-4,

Jakarta : Bumi Aksara



L

A

M

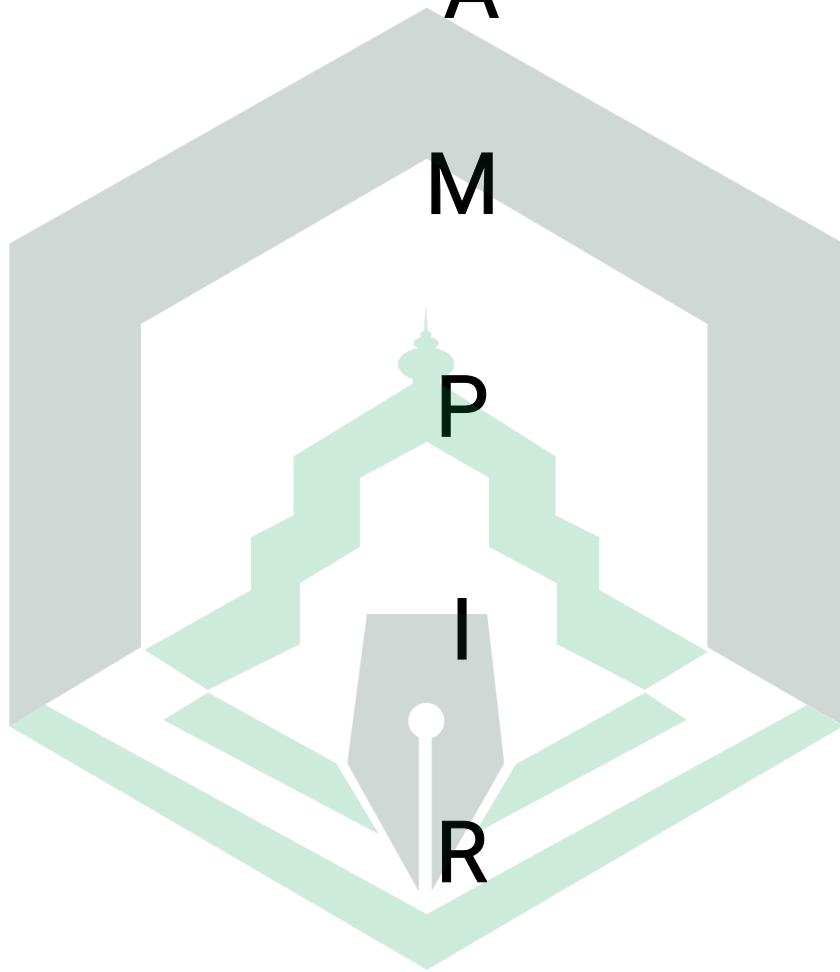
P

I

R

A

N



Lampiran 1



Dokumentasi wawancara dengan Customer service BNI Syariah Tomoni

DdD



Dokumentasi wawancara dengan HRD Bni syariah Tomoni