

**PERANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI
KOTA PALOPO**



IAIN PALOPO

S KRIPSI

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 (IAIN) Palopo

Diajukan Oleh:

ISNAWATI

NIM.15.0402.0081

Dosen Pembimbing:

1. Zainuddin S, SE., M.Ak
2. Dr. Takdir, SH., MH

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITU AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO**

2019

**PERANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI
KOTA PALOPO**



IAIN PALOPO

S K R I P S I

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 (IAIN) Palopo

Oleh:

**ISNAWATI
NIM.15.0402.0081**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITU AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO**

2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Isnawati
Nim : 15.0402.0081
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

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 skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

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

Palopo, 15 Oktober 2019
Yang Membuat Pernyataan



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Pemasaran Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Toko Bangunan Anugrah Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara yang ditulis oleh RUSNIATI Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 15 0402 0046, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis tanggal 23 Mei 2019 Miladiyah bertepatan dengan 18 Sya'ban 1440 Hijriyah telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 03 Mei 2021

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Dr. Haris Kulle, Lc., M.Ag | Penguji I | (.....) |
| 4. Dr. H. Muammar Arafat Yusmad, S.H., M.H | Penguji II | (.....) |
| 5. Dr. Rahmawati, M.Ag | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Dr. Fasiha, M.El | Pembimbing II | (.....) |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP 196102081994032001

Hendra Safri, S.E., M.M.
NIP 198610202015031001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Puji dan Syukur kehadiran Allah swt. Atas Rahmat dan Hidayah-Nya telah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini walaupun dalam bentuk yang sederhana. Shalawat dan salam atas junjungan Rasulullah saw, yang merupakan suru tauladan bagi seluruh ummat Islam selaku para pengikutnya, keluarganya, para sahabatnya, serta orang-orang yang senantiasa berada di jalannya. Dimana nabi yang terakhir diutus oleh Allah swt. Di permukaan bumi ini untuk menyempurnakan ahlak

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, Alhamdulillah doa, ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dan berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Terkhusus yang istimewa ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta “Ayahanda Untang dan Ibunda Hayati” yang senantiasa memanjatkan doa kepada Allah SWT. Memohon keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya dan telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu pula selama penulis mengenal pendidikan dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi, begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara materi maupun non materi. Sungguh penulis sadar

bahwa usaha semaksimal apapun tidak mampu untuk membalas semua itu, hanya doa dan bakti terbaik akan coba penulis persembahkan untuk mereka berdua.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimah kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yaitu:

1. Rektor IAIN Palopo Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Bapak Dr. H. Muammar Arafat, M.H., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan; Bapak Ahmad Syarif Iskandar S.E., M.M., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan; Bapak Dr. Muhaemin, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Ramlah Makulasse, M.M. Bapak Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI.,M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik; Bapak Tajuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Wakil Dekan Bidang Adminitrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan; Bapak Dr. Takdir, S.H., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama. Dan Ketua studi Perbankan Syariah Hedra Safri, SE., M.M. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Zainuddin S, SE., M.Ak selaku Pembimbing I dan Dosen Dr. Takdir, SH., MH selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Dr. Helmi Kamal, M.HI. selaku Penguji I dan Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy.,MA.Ek. selaku Penguji II yang telah memberikan arahan dan koreksi kepada penulis guna menyempurnakan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen IAIN Palopo yang sejak awal perkuliahan telah membimbing dan memberi pengetahuan kepada peneliti.
6. Ketua Program Studi Perbankan Syariah Hedra Safri, SE., M.M. beserta staf dosen IAIN Palopo yang telah banyak memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan yang berharga.
7. Kepada staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo yang telah memberikan layanan yang baik sehingga peneliti bisa sampai ke tahap ini.
8. Bank Syariah Mandiri Kota Palopo yang telah memberikan penulis wadah untuk melakukan penelitian.
9. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Sulfiani, S. Pd., M.Pd, beserta stafnya yang telah banyak membantu khususnya dalam mengumpulkan literatur-literatur yang berkaitan dalam pembahasan skripsi ini.
10. Teman-teman Seperjuangan mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Palopo angkatan 2015 yang telah membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
11. Kepada saudara kandung (Tawakkal Pakolo dan Ilham Pakolo dan seluruh keluarga yang tak sempat penulis sebutkan yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis baik dari segi materi dan non materi serta motivasi kepada penulis selama skripsi ini.

12. Kepada Cecep Landung, ST, yang selama ini memberi semangat dan menjadi tempat curhat serta tempat keluh kesah selama ini, dan memberi saran penulis selama menyusun skripsi ini.
13. Sahabat seperjuangan (Juminah, Puji wahyuningsih, dan Hasti) yang selama ini menjadi teman berbagi suka dan duka, membantu, memotivasi, mengkritik, dan kerja samanya selama dalam menyusun skripsi ini.
14. Teman-teman seperjuangan terutama angkatan 2015 Perbankan Syariah F, teman Posko KKN Desa Cendana Putih II XXXIV, teman satu Grup Bimbingan yang selama ini selalu bersedia membantu serta senantiasa memberikan dukungan selama penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan segala partisipasi semua pihak yang tidak sempat tertuang namanya dalam skripsi ini mendapat imbalan yang berlipat ganda di sisi Allah swt, Aamiin.

Palopo , Desember 2019

Isnawati
NIM.15.0402.0081

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTADINAS PENGUJI	v
PERSETUJUAN PENGUJI	vi
SURAT PERNYATAAN	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Oprasional Variabel.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
B. Tinjauan Pustaka	11
1. <i>Bank Syariah</i>	11
a. Pengertian Bank Syariah	11

b. Peran Bank Syariah	13
c. Produk-produk Perbankan Syariah.....	14
2. <i>Customer Service</i>	16
a. Pengertian <i>Customer Service</i>	16
b. Sikap <i>Customer Service</i>	18
c. Penampilan <i>Customer Service</i>	19
d. Syarat <i>Customer service</i> yang baik	19
e. Tahapan-tahapan <i>Customer service</i> dalam Melayani Nasabah.....	20
f. Peranan <i>Costumer Service</i>	22
g. Fungsi <i>Costumer Service</i>	22
h. Kualitas Pelayanan	25
i. Manajemem Komplain.....	28
3. Nasabah	29
a. Pengertian Nasabah	29
b. Sifat-sifat Nasabah	31
c. Kepuasan Nasabah	33
4. Loyalitas	35
a. Pengertian Loyalitas	35
b. Faktor-faktor Terbentuknya Loyalitas.....	36
c. Keuntungan Memiliki Nasabah Loyal	37
d. Karakteristik Loyalitas pelanggan.....	38
e. Tingkatan Loyalitas	39
C. Kerangka Pikir.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
C. Sumber Data.....	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Teknik Analisis Data.....	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	45
1. Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri (BSM).....	45
2. Visi dan Misi.....	46
3. Stuktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Palopo.....	47
B. Temuan Hasil Penelitian	48
1. Tugas dan fungsi <i>Customer Service</i>	48
2. Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.....	49
3. Peran <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan Loyalitas Nasabah ...	55
C. Pembahasan Hasil Penelitian	58
1. Fungsi dan Tugas <i>Customer Service</i>	58
2. Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.....	59
3. Peran <i>Customer service</i> dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung di BSM Kota Palopo.....	60

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan..... 61

B. Saran..... 62

DAFTAR PUSTAKA 63



ABSTRAK

Isnawati, 2019 “Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo”, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Pembimbing (I) Zainuddin S.SE.,M.Ak Pembimbing (II) Dr. Takdir, M.H

Kata kunci: *Customer service*, Loyalitas, Bank Syariah Mandiri

Permasalahan pokok yang diteliti adalah: 1. Bagaimana tugas dan fungsi *Customer service* di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo, 2. Bagaimana Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo, 3. Bagaimana Peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan pendekatan Yuridis, empiris dan Normatif. Sumber data penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan *library research dan Field research*. Teknik pengelolaan data penelitian ini yaitu editing dan organising. Analisis data yang digunakan penelitian ini yaitu reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan bahwa *Customer Service* berfungsi sebagai sumber informasi terhadap masalah perbankan, sedangkan tugas *Customer service* yaitu membantu pelayanan kepada nasabah baik dalam bentuk informasi maupun dalam bentuk pelayanan dalam aktifitas perbankan. Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo yaitu sudah dapat dikatakan loyal dimana nasabah yang sudah loyal yaitu 50%. peran *Customer service* yaitu mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank dan membina hubungan yang lebih akrab dengan nasabah serta berusaha untuk mendapatkan nasabah baru melalui pendekatan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan Agama yang sempurna dan mengatur semua aspek dalam kehidupan manusia, seperti aqidah, ahlak maupun muamalah. Sumber utama Islam adalah kitab suci Alquran dan Sunnah Rasulullah saw, serta pendapat para sahabat dan ulama. Islam dalam perspektif adalah untuk mengilmiahkan pandangan dan wawasan mengenai pengetahuan dalam hal keislaman dan bantuan dari para sahabat dan ulama muslim yang terdapat didalam pokoknya.¹

Bank adalah suatu lembaga keuangan yaitu dimana tugas pokoknya yaitu mengumpulkan dana dari masyarakat serta menyalurkannya kembali ke masyarakat, selain dari itu bank juga memberikan jasa-jasa keuangan, pembiayaan dan pembayaran lainnya kepada masyarakat atas adanya bank-bank berusaha semaksimal mungkin melakukan daya tarik ekonomi berupa hadiah serta bonus menarik. Berbagai cara dilakukan dengan tujuan menghimpun dana masyarakat, dimana salah satu tujuan yang dilakukan perbankan yaitu meningkatkan jumlah nasabah.²

Perbankan syariah atau perbankan Islam merupakan suatu sistem perbankan dalam kegiatan keuangan dengan dilandasi syariah (hukum) Islam. Usaha pembentukan sistem ini dilandasi dengan larangan-larangan yang ada dalam Islam dalam melakukan kegiatan transaksi seperti memungut meminjam

¹Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), h. 45.

²M Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), Cet Ke-, h. 129

dengan bunga atau yang biasa disebut dengan ribah serta larangan transaksi investasi untuk kegiatan atau usaha-usaha yang dikategorikan haram (misal: usaha yang berhubungan dengan produksi/makanan yang haram), dimana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional.

Saat ini kita ketahui bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak pada persaingan usaha yang semakin meningkat, seperti perusahaan yang bergerak dalam bidang industri, perdagangan maupun jasa, terlebih pada perusahaan perbankan. Kesuksesan dalam suatu persaingan akan dapat terpenuhi apa bila suatu perusahaan tersebut dapat menciptakan serta mempertahankan nasabah. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut maka perusahaan perbankan harus memerlukan berbagai usaha sehingga tujuan yang telah di rencanakan dapat tercapai dengan baik sesuai yang diinginkan. Salah satu diantaranya yaitu dengan memanjakan nasabahnya melalui pelayanan yang diberikan. Nasabah dibuat nyaman mungkin dengan keramah tamahan dan sopan santun.

Semakin berkembangnya teknologi dan kegiatan ekonomi terutama dalam kegiatan keuangan, dimana terjadi persaingan antara bank. Berbagai cara dilakukan oleh perusahaan untuk menarik minat nasabah dalam bertransaksi pada perusahaan tersebut. Kemunculan bank-bank syariah merupakan kabar gembira bagi masyarakat Indonesia terutama bagi umat Islam. Karena bank-bank syariah dalam kegiatannya menggunakan sistem bagi hasil bukan bunga seperti bank konvensional.

Nasabah juga di buat merasa nyaman dalam ruangan yang tidak membosankan dengan fasilitas ruangan yang menyenangkan. Sebagai lembaga

keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui simpanan, peminjam uang, dan jasa-jasa keuangan lainnya.³

Faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan menurut Jhon Svikoli salah satunya adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada konsumennya, pencapaian bangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan profit perusahaan.⁴

Kebanyak perusahaan mengklaim *Customer Service* tetapi sedikit saja yang mempraktikannya. *Managing director* sering berbicara tentang pentingnya fokus pada *Customer service*. Namun, pesannya tidak terserap dalam pemikiran manajemen ini dibawah dan menegah karena waktu mereka sudah banyak tersita dan mereka dinilai berdasarkan kriteria performa yang berbeda-beda. Perusahaan yang menerima permintaan kuat atas produk dan jasa mereka harus menghindari menjadi kurang responsif. Dapat diperkirakan, persaingan dengan reputasi superior semi kepentingan *Customer* akan muncul mengambil alih bangsa pasar dari tangan pemimpin.⁵

Loyalitas terdiri dari kata dasar “loyal” yang berarti setia. Loyalitas pelanggan adalah suatu komitmen pelanggan untuk bertahan secara terus menerus untuk tetap kembali berlangganan atau melakukan pembelian ulang barang/jasa secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun banyak usaha-usaha lain yang menawarkan barang/jasa yang sama. Loyalitas pelanggan merupakan suatu

³Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 201.

⁴Rambat Lupiyaodi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salamba Empat, 2001), h. 148.

⁵Philip Kotler, *Pemasaran Menjawab Pertanyaan Anda*, (Jakarta: 2006) h.29.

kunci sukses usaha dalam menjalin kerjasama antara pelanggan dengan perusahaan. Hal inilah yang dilakukan oleh Bank Byariah Mandiri Kota Palopo untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui *customer service*.⁶

Customer Service merupakan wajah terdepan bagi sebuah bank. *Customer service* mampu menyelesaikan keluhan dan permasalahan nasabah dan mampu menjelaskan secara detail beragam produk dan informasi bank. Untuk dapat mengetahui sikap bank dalam memberikan layanan kepada nasabahnya yaitu dapat dilihat dari baik buruknya pelayanan yang diberikan oleh *customer service*. Sehingga dapat memengaruhi loyalitas nasabah dan persepsi bank tersebut.

Perusahaan mengiginkan bahwa konsumen (nasabah) yang di ciptakan dapat dipertahankan selamanya, karena konsumen yang loyal perusahaan harus menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen, berbagai keinginan dan kebutuhan harus dipenuhi. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan yaitu dengan meningkatkan kualitas *customer service* dalam melayani nasabah untuk meningkatkan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi. Dimana *customer service* sangat berperan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Dalam perkembangannya fungsi *Customer Service* memang semakin lama semakin penting. Apalagi dengan semakin tingginya persaingan dan keinginan pelanggan yang semakin sulit terpuaskan, maka pekerjaan *Customer Service* pun semakin lama semakin tidak ringan.

Customer service juga harus meningkatkan loyalitas nasabah dan menjaga nasabah lama pada bank yang bersangkutan. Faktor yang memengaruhi loyalitas

⁶Krisni D N . *Peranan Costumer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung* (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2014).

nasabah adalah kepuasan, komitmen dan kepercayaan nasabah. Salah satu terbentuknya loyalitas dapat dilihat dari kepuasan nasabah. Jadi mempertahankan nasabah sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan terutama dalam dunia perbankan.

Untuk meningkatkan kinerja perbankan dan kepercayaan nasabah, dikarenakan perbankan merupakan bank jasa, maka pelayanan jasa yang diberikan harus dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya. Pelayanan merupakan suatu jalan untuk mempertahankan bank agar selalu didekat dan di angkat oleh nasabah yang diberikan adalah pelayan terbaik sehingga nasabah tersebut tidak akan pindah ke bank lain. Selanjutnya pelayanan yang baik juga harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang dimiliki harus dioprasikan manusia yang berkualitas pula.⁷

Atas dasar latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melukan penelitian yang berjudul **“Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tugas dan fungsi *Customer Service* di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo?
2. Bagaimana Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo ?

⁷ A. Hasyimi All, *American Institute Of Banking, Dasar-Dasar Operasi Bank*, (Jakarta, Media, 1997), h. 130.

3. Bagaimana Peran *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana tugas dan fungsi *customer service* di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.
2. Untuk mengetahui bagaimana loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.
3. Untuk mengetahui bagaimana peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Mandiri Syariah.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang terkait, yaitu:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu instrumen pelatihan intelektual dan pengasah daya pikir ilmiah untuk menerapkan seluruh teori dan pengetahuan yang telah didapat dibangkuh kuliah untuk memecahkan suatu permasalahan empiris melalui sistematika dan metode berpikir yang dapat dipertanggung jawabkan.

2. Bagi Bank BSM Kota palopo

Sebagai bahan masukan atau pertimbangan oleh perusahaan perbankan khususnya *customer service* untuk meningkatkan loyalitas nasabah penabung dan sebagai kontribusi pengetahuan tentang peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung untuk masyarakat.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang berkaitan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut. Untuk mengetahui deskripsi yang jelas tentang arah pembahasan, maka penulis menguraikan deskripsi yang jelas tentang arah pembahasan, maka penulis menguraikan secara singkat definisi operasional variabel yaitu :

1. Peranan *Customer Service* yaitu membantu perusahaan untuk dapat mempertahankan pelanggan mereka. Pilihan yang banyak tersedia membuat pelanggan mudah berpindah ke penyedia yang lain. *Customer Service* juga membantu perusahaan dalam membentuk image yang baik di mata pelanggan.
2. *Customer Service* (CS) adalah memberikan layanan terhadap setiap nasabah seperti layanan pada nasabah dapat berlangsung dengan baik. Apabila ada pedoman operasional yang benar agar kedua belah pihak merasa puas.
3. Loyalitas adalah keinginan nasabah untuk tetap setia dalam berlangganan atau melakukan pembelian ulang jasa/produk terpilih secara konsisten di

masa yang akan datang, meskipun adanya persaingan usaha-usaha pemasaran lain mempunyai potensi yang mengakibatkan perubahan perilaku.

4. Nasabah yaitu badan atau orang yang mempunyai pinjaman atau rekening simpanan pada bank.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dina Novita Krisni dengan judul “Peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung pada bank muamalat indonesia kantor cabang pembantu tulungagung”. Rumusan masalah: Bagaimana peranan *Customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu tulungagung dan bagaimanakah loyalitas nasabah penabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu tulungagung.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis data induktif. Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti, peneliti menyimpulkan bahwa peran *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah sangatlah penting melalui peran pelayanan yang diberikan oleh bagian *Customer Service*. Layanan *Customer Service* berupa memberikan kemudahan kepada para nasabah, karena *Customer Service* merupakan jembatan penghubung atau perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk bank yang tersedia. Loyalitas nasabah dapat diketahui dengan keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari bank muamalat Indonesia KCP

tulungagung, itu bisa di tunjukkan dari adanya kepuasan mereka atas layanan yg di berikan selama ini.⁸

Elpi Melinda Wati dengan judul “Pengaruh Kualitas *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri Kantor Cabang Cipanas”. Rumusan masalah: bagaimanakah kualitas *Customer service* pada PT Bank Mandiri kantor cabang pembantu cipanas, bagaimanakah tingkat kepuasan nasabah PT Bank Mandiri kantor cabang pembantu cipanas dan apakah kualitas *Customer service* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah PT Bank Mandiri kantor cabang pembantu cipanas.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu studi dokumentasi dan teknik angket. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif berdasarkan hasil yang peneelitian yang diteliti, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan pelanggan (*Customer service*) pada PT Bank Mandiri Tbk. Kantor cabang pembantu cipanas dilakukandengan cukup baik. Hal ini di tunjukkan oleh tanggapan yang diberikan oleh responden sebesar 75,22%, tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri Tbk. Kantor Cabang Pembantu Cipanas dilakukan dengan cukup baik yang ini ditunjukkan dengan tanggapan responden sebesar 70,93% dan Kualitas *Customer Service* berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri Tbk. Lantor Cabang Pembantu Cipanas.

⁸ Krisni D N . *Peranan Costumer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung* (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2014)

Pengaruh tersebut ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} (2,532) yang lebih besar dari pada nilai t_{tabel} (2,120) pada tingkat kekeliruan 5% dan $db = 18-2=16$.⁹

Berdasarkan kedua penelitian terdahulu terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini.

B. Tinjauan Pustaka

1. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Perbankan adalah lembaga yang mempunyai peran utama dalam pembangunan suatu negara. Peran ini terwujud dalam fungsi bank sebagai lembaga intermediasi keuangan (*Finansial Intermediary*), yakni menghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.¹⁰

Bank syariah adalah suatu badan usaha yang dimana memberikan jasa penyimpanan uang, penawaran serta permintaan pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang dalam kegiatannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang berlaku.¹¹

Bank syariah adalah suatu bank yang dalam kegiatan usahanya tidak menggunakan bunga (kredit). Bank islam atau yang sering di sebut dengan tanpa bunga yaitu lembaga keuangan yang beroprasional dan produknya dikembangkan.

⁹ Elpi Melinda Wati. “Pengaruh Kualitas Costumer Service Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri Kantor Cabang Cipanas”.

¹⁰ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah*, (Cet, 1.Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.1

¹¹ Harun Yahya, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: DZikra,2005), h. 13

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang dalam kegiatan pokoknya memberikan jasa-jasa dan pembiayaan lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.¹²

Perbankan Syariah adalah suatu usaha yang dalam kegiatannya memberikan pelayanan berdasarkan prinsip syariah. Sedangkan yang diketahui bahwa Prinsip syariah yaitu prinsip hukum Islam yang dimana dalam kegiatan perbankan yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam menetapkan fatwa dibidang syariah.¹³

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹⁴ Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa bank merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, artinya usaha perbankan selalu berkaitan masalah bidang keuangan. Perbankan meliputi tiga kegiatan utama yaitu:

- a. Menyalurkan dana
- b. Menghimpun dana
- c. Memberikan jasa bank lainnya.

¹² Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta : Rajawali Pers 2014) hal.2

¹³ Khotib Umam, *Perbankan Syariah*, h.2

¹⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Ed.1 Cet.IV. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), h.12

Kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok perbankan. Sedangkan kegiatan dalam memberikan jasa-jasa bank lainnya hanyalah merupakan suatu pendukung dari kedua kegiatan diatas.¹⁵

Menyalurkan dana adalah pengertian menyalurkan dana adalah melempar kembali dana yang diperoleh lewat tabungan, simpanan giro dan deposito. kemasyarakatan dalam bentuk pembiayaan bagi bank berdasarkan prinsip syariah dan berdasarkan prinsip konvensional yaitu dalam bentuk pinjaman(kredit).¹⁶

Kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok dalam perbankan. Sedangkan memberikan jasa-jasa bank lainnya hanyalah merupakan pendukung dari kedua kegiatan diatas.

Sedangkan menyalurkan dana yaitu melempar kembali dana yang diperoleh lewat tabungan, simpanan giro dan deposito ke masyarakat dalam bentuk pembiayaan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah dan berdasarkan prinsip konvensional yaitu dalam bentuk pinjaman (kredit).¹⁷

b. Peranan Bank Syariah

Ummat Islam Indonesia telah dapat memanfaatkan layanan jasa perbankan syariah itu sejak didirikannya yang mulai beroperasi sejak bulan Mei 1992 yang lalu, yang hingga saat ini masih merupakan satu-satunya bank umum syariah di Indonesia.

¹⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, h. 12.

¹⁶ Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabeta 1990) h. 139

¹⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Ed.1 Cet.IV. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), h.12

Perkembangan volume usaha bank Muamalat Indonesia dan Bank-bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) hingga saat ini telah menunjukkan semakin besarnya per animo umat Islam untuk memanfaatkan jasa layanan bank syariah.¹⁸

Fungsi dan peranan bank syariah diantaranya tercantum dalam pembukuan standar akuntansi yang dikeluarkan AADIFL (*Accounting and Aditing Organition For Islamic Financial Institutodon*), sebagai berikut?

- a. Manajemen investasi, bank syariah dapat mengololah investasi dan nasabah.
- b. Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang di miliknya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
- c. Penyedia jasa keuangan dana lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan jasa-jasa layanan sebagai mana lazinnya.

Pelaksanaan kegiatan social, sebagai ciri yang melekat pada intensitas keuangan syariah, bank islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengolah zakat serta dana-dana sosial lainnya. Jadi dalam system operasionalnya tidak hanya menerima kegiatan yang bersifat sosial yang menyangkut kepentingan banyak orang.¹⁹

c. Produk-produk Perbankan Syariah

Diantara keluhan perbankan syariah disebabkan karena sedikitnya produk yang dapat mengakomodasi bagi kebutuhan masyarakat, sangat jauh berbeda dengan perbankan konvensional yang dimana terlihat sangat aktif dalam merekayasa suatu produknya. Ini disebabkan oleh beberapa kendala, seperti

¹⁸ Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah*, (Jakarta : Alvabet 1990) hal. 139.

¹⁹ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UUP AMPYEK 2002), h. 131.

masalah regulasi, perlakuan yang cenderung menyamaratakan semua bank, sumber daya, dan sebagainya.²⁰

Disamping itu, produk perbankan syariah yang tidak mengambil bunga sebagai ukuran, berdampak pada stabilitasi nilai mata uang, karena perbankan syariah tidak bisa dipisahkan dari transaksi riil. Padahal jika perbankan syariah dibebaskan untuk mengembangkan produknya sendiri menurut teori perbankan Islam, maka produknya akan sangat variatif mengikuti produk-produk syariah.²¹

Adapun produk-produk perbankan syariah yaitu sebagai berikut:

1. Ideal
 - a. Spesifikasi ideal produk perbankan syariah
 1. Diangkat dari akad-akad syariah muamalah
 2. Integral dengan transaksi riil
 3. Akomodatif terhadap keperluan nasabah
 4. Kompetitif dalam dunia perbankan
 5. Dapat mengakses teknologi yang berkembang.²²
 - b. Manfaat ideal yaitu untuk meningkatkan produktivitas dengan menyimpan uang di bank maka uang tersebut dipinjamkan kepada nasabah yang membutuhkan yang di dalamnya terdapat:
 1. Memelihara aspek keadilan untuk para pihak yang bertransaksi
 2. Lebih murah di banding produk konvensional

²⁰ Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah*, (Cet, II, Maret 2000; Jakarta : Alvabet). H. 198

²¹ Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah*., h. 198

²² Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah*., h. 198

3. Memelihara nilai mata uang, karena tergantung pada transaksi riil, bukan sebaliknya.
 4. Transparansi yang menjadi sifat interen
 5. Nasabah tidak perlu khawatir akan kenaikan cicilan
 6. Meluaskan aplikasi syariah dalam kehidupan muslim.²³
2. Kendala yaitu permasalahan yang dihadapi dalam perkembangan bank syariah yang berkaitan dengan suatu sistem perbankan yang baru yang mempunyai aspek penilaian yang menyamakan perbankan syariah.

2. *Customer Service*

a. *Pengertian Costumer Service*

Pelayanan nasabah atau sering kita dengar sebagai *Customer Service* berasal dari dua kata yaitu *Customer* berarti pelanggan dan *Service* yang berarti pelayanan.

Pemasaran jasa telah meningkat dalam kepentingannya seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis di bidang jasa. Namun, daya saing pada hampir semua sektor jasa telah sampai pada tingkat perkembangan yang mengkhawatirkan. Salah satu faktor yang paling berpengaruh adalah perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadi dinamis dan bergerak serba cepat serta lebih menghargai waktu.

Demikian halnya, sebagian besar produk dan proses pelayanan perbankan dialami dan dikonsumsi ketika pelayanan berlangsung. Produk-produk dan jasa perbankan yang ditawarkan oleh berbagai bank bisa jadi sama, tetapi perbedaan

²³ Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah.*, h. 198

dapat ditunjukkan melalui cara yang diterapkan oleh bank yang melayani nasabah. Dalam hal ini, kendala sistem pelayanan sering menjadi penentu kepercayaan nasabah terhadap bank dan produk-produknya. Dunia perbankan menyadari betapa pentingnya memperoleh dan mempertahankan kepercayaan nasabah bagi keberhasilan bisnis bank. Perbankan berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai nasabah mengembangkan pelayanan yang unggul.²⁴

Seperti yang kita ketahui lembaga keuangan, tugas bank diantaranya meminjam uang (kredit), memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan) dan jasa-jasa keuangan lainnya. Bank juga harus bisa menjaga kepercayaan nasabahnya. Karena tanpa kepercayaan nasabah, sangat mustahil bank dapat berjalan dan berkembang.

Menurut Kasmir *Customer service* adalah sebagai perbuatan atau tindakan organisasi atau seseorang dalam memberikan kepuasan kepada nasabah atau pelanggan.

Kepuasan nasabah semakin di yakini sebagai kunci sukses pemasaran jasa bank. Oleh karena itu, upaya kalangan perbankan untuk memperoleh kepercayaan nasabah diwarnai oleh fenomena persaingan yang makin ketat dalam era kedaulatan konsumen ini.

Seperti kita ketahui bahwa sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), peminjam uang (kredit), serta jasa-jasa keuangan lainnya. Bank harus dapat menjaga

²⁴ Sentot Imam Wahyono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta; Graha Ilmu 2013), h. 178.

kepercayaan dari nasabahnya karena tanpa kepercayaan masyarakat, mustahil bank dapat hidup dan berkembang.

Customer service merupakan penghubung antara nasabah dengan bank, sehingga keperluan dan permasalahan yang dihadapi nasabah dapat di atasi, maka dirumuskan pengertian dari *customer service* dalam memberikan layanan terhadap setiap nasabah, yakni “layanan terhadap nasabah dapat berlangsung dengan baik, apabila ada sistem pedoman operasional yang benar agar kedua belah pihak merasa puas.”²⁵

Pada pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui layanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.²⁶

b. Sikap *Customer service*

Customer Service dalam hal sikap harus memenuhi standar operasional prosedur yang sudah ada dari pusat yaitu waktu tungguanya itu 1 menit, sebelum nasabah datang *Customer Service* harus bersiri disamping meja dan memanggil nomor antrian, tidak lupa juga *customer service* harus tersenyum saat melayani nasabah, mengucapkan salam, mempersilahkan duduk kepada nasabah, meminta nomor antrian yang sudah diberikan oleh satpan, lalu *Customer Service* menanyakan nama nasabah setelah semua dilakukan selama melayani nasabah lalu diucapkan dengan salam. Dan *Customer Service* pun berdiri di samping meja setelah nasabah berdiri.

²⁵Binti Nur Asiyah, *Modul Praktek Mini Bank Syariah I*, (Tulungagung: Diktat tidak di terbitkan, 2013), h.2.

²⁶Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Prenada Media, 2004), h.202.

c. Penampilan *Customer Service*

Penampilan tempat kerja meja rapih dan bersih, harus memakai *ID Card* sesuai dengan papan nama, menggunakan PIN ketentuan unit layanan, menggunakan pakaian sesuai ketentuan.

d. Syarat *Customer Service* yang baik

Memberikan layanan yang terbaik kepada nasabah yang paling utama adalah mutu layanan. *Customer service* memiliki peran yang sangat penting. Ada beberapa persyaratan bagi seseorang untuk menjadi *customer service* yaitu:

1. Persyaratan fisik

Sebagai Seorang *customer service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik seperti berat badan yang ideal dan juga tinggi. Petugas *customer service* juga harus jasmani dan rohaninya serta memiliki wajah yang menarik. Selain dari itu *Customer Service* memiliki penampilan yang menarik, berpakaian rapih dan bersih serta badan yang profesional.

2. Persyaratan kepribadian

Customer Service harus memiliki keperibadian yang baik, sopan, simpatik, murah senyum lincah dan lemah lembut. Kesan pertama yang mengesankan perlu ditonjolkan dalam melayani nasabah. Tidak terpancing untuk berkata kasar serta tidak mudah marah.

3. Persyaratan mental

Sebagai *Customer Service* harus murah senyum serta harus memiliki perilaku yang baik seperti ramah dan sabar. *Customer Service* juga harus inisiatif,

cermat, jujur, serius dan harus punya percaya diri yang tinggi dan juga tidak minder serta rasa tanggung jawab yang tinggi.

4. Persyaratan sosial

Seorang *Customer Service* harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, berbudi pekerti yang halus pandai bergaul, dan pandai berbicara. *Customer Service* juga harus cepat menyesuaikan diri, tenang dan tabah serta mudah bekerja sama.²⁷

e. Tahapan-Tahapan *Customer Service* dalam Melayani Nasabah

Melayani dalam hal ini terbagi dalam tiga tahap yaitu mengawali layanan, selama melayani, mengakhiri layanan.

1. Mengawali layanan

Yang dilakukan dilakukan *Customer Service* saat mengawali layanan adalah sebagai berikut:

- a. Berdiri pada saat menyambut nasabah
- b. Tersenyum pada saat menyambut nasabah
- c. Ada kontak mata pada saat menyambut nasabah
- d. Mengucapkan Assalamu'alaikum
- e. Menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu
- f. Menawarkan bantuan
- g. Menggunakan nama nasabah selama melayani

²⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan* ,(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), h.234-235

2. Selama melayani

Yang dilakukannya customer service selama melayani nasabah adalah sebagai berikut:

- a. Menanyakan nasabah sebelumnya telah memiliki rekening di bank BSM Kota Palopo.
 - b. Menanyakan nasabah sudah punya pilihan produk yang diinginkan
 - c. Menanyakan nasabah jenis rekening yang dibuka (simpan, investasi, atau bisnis)
 - d. Menjelaskan persamaan dan perbedaan produk yang ditawarkan
 - e. Menunjukkan dan menerangkan persyaratan sesuai produk yang ditawarkan.
 - f. Menerangkan transaksi online 24 jam
 - g. Menunjukkan dan menerangkan tentang adanya bagi hasil
- ## 3. Mengakhiri layanan

Yang dilakukan oleh *customer service* pada saat mengakhiri layanan dapat memiliki 5 cara yaitu:

1. Menanyakan apakah masih ada yang bisa dibantu
2. Mengucapkan terimah kasih
3. Mengucapkan salam (dengan tetap menyebut nasabah)
4. Ikut berdiri saat nasabah berdiri
5. Duduk kembali setelah nasabah meninggalkan meja *customer service*.²⁸

²⁸ Kasmir, *Etika Customer Service*

f. Peranan *Customer Service*

Customer service sangat berperan dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah yang ingin bertransaksi dengan bank. Secara umum peranan *customer service* bank adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan nasabah agar tetap setia serta lama menjadi nasabah bank melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
2. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan, misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk.²⁹

g. Fungsi *Customer Service*

Kasmir menyatakan bahwa *Customer Service* mempunyai fungsi dan tugas sebagai *resepsionis*, sebagai *deksman*, sebagai *salesman*, sebagai *Customer relation officer* dan sebagai komunikator.

Sebagai resepsionis, fungsi *Customer Service* adalah menerima nasabah yang datang ke bank dengan ramah, simpatik, sopan, hangat, menarik, menyenangkan dan membantu. Sikap yang harus dilakukan sebagai seorang *Customer Service* saat melayani nasabah yang datang ke bank adalah berbicara dengan suara yang lembut, perhatian, jelas, tegas, menghargai dan tidak membingungkan nasabah.³⁰

Sebagai deksman, *Customer Service* senantiasa siap melayani nasabah termasuk permintaan dan pengisian aplikasi dan formulir bank untuk bertransaksi.

²⁹Kasmir, *Etika Customer service...*, h. 181

³⁰Sentot Imam Wahyono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta; Graha Ilmu, 2013), h.180

Bantuan menunjukkan tempat dan juga bantuan dalam bentuk panduan pengisian aplikasi adalah sangat bermanfaat. Seperti *Customer Service* harus menjaga kerahasiaan nasabah.

Sebagai salesman, *Customer Service* sebagai jasa bank dan tenaga penjual produk. *Customer Service* harus mempunyai kemampuan mampu menjelaskan. Agar calon nasabah menggunakan produk dan jasa bank. Kegiatan salesman seringkali dengan menggunakan teknik membujuk dan merayu. Dalam kaitan ini *Customer Service* tetap harus menjaga integritasnya, bahwa tugas *Customer Service* menjual produk. Sehingga harus di batasi, sehingga kontak dengan calon atau nasabah adalah tidak sampai menjadi permasalahan pribadi, termasuk diantaranya bila nanti terjadi masalah karena adanya wanpretasi bank terhadap nasabah,

Sebagai *Customer Relation Officer (CRO)*, sebagai pejabat yang bertugas membina hubungan baik dengan pelanggan, *Customer Service* harus menempatkan diri dan menjaga *image* bank yang diinginkan. Manakala bank berharap sebagai bank yang terpercaya dan selalu memenuhi janji-janjinya, maka *Customer Service* juga harus bisa menjaga janji-janjinya agar senantiasa terpenuhi meski untuk itu memerlukan upaya dan pengorbanan yang luar biasa beratnya. Namun, manakala upaya kerja keras dan pegorbanan tinggi untuk memenuhi janji itu dilihat dan dirasakan oleh nasabah, maka bisa di harapkan rasa hormat dan percaya diri nasabah akan berwujud dalam jangka panjang perwujudan rasa

percaya dan hormat nasabah lama ini akan tersebar ke masyarakat sehingga menimbulkan potensi bertambahnya nasabah baru.³¹

Sebagai komunikator, *Customer Service* berfungsi untuk memberikan komunikasi semua berita baik dan perlu kepada masyarakat dan nasabah yang lebih luas. Kebijakan baru atau berita-berita perlu dikomunikasikan dalam rangka mengetahui kebutuhan dan keinginan untuk mendapat respon dari nasabah yang sesungguhnya. Dalam konteks komunikasi timbal balik, maka *Customer Service* juga berfungsi menerima saran dan kritik, menerima informasi tentang praktik bisnis bank pesaing, dan tentu saja *Customer Service* menerima keluhan (*Complaint*) dari nasabah.³²

Sebagai seorang *customer service* memiliki tugas dan fungsi yang sudah ditetapkan dan dilaksanakannya. Tugas dan fungsi tersebut harus dilakukan sebaik mungkin atau dapat dilaksanakan sebaik-baiknya. Fungsi dan tugas-tugas seseorang *Customer Service* harus benar-benar memahami tugas yang dijalankannya dengan sebaik mungkin. Mempertahankan nasabah agar tetap setia dan lama menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.

³¹Sentot Imam Wahyono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta; Graha Ilmu, 2013) h. 181

³²Sentot Imam Wahyono, *Manajemen Pemasaran Bank* , (Yogyakarta; Graha Ilmu, 2013) h.82

h. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian pelayanan

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh perorangan atau organisasi kepada konsumen yang tidak dapat di miliki dan bersifat tidak terwujud.

Ada beberapa macam pengertian pelayanan menurut para pakar yaitu sebagai berikut:

- a. Menurut Kotler pelayanan yaitu aktifitas atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun kepada yang menerimanya.
- b. Gronross berpendapat pelayanan adalah aktifitas yang bersifat tidak dapat dirabah (tidak kasat mata) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/nasabah.

2. Ciri-ciri pelayanan yang baik

Dalam melayani nasabah, hal-hal yang harus diperhatikan yaitu kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Ada beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik yaitu:

- a. Terjadinya sarana dan prasarana yang baik. Nasabah ingin dilayani secara baik atau berkualitas. Dalam melayani nasabah paling penting yang harus diperhatikan yaitu sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Kursi dan meja

nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan harus tetap tenang, sejuk dan tidak berisik.

- b. Kenyamanan nasabah juga tergantung dari petugas *customer service* yang melayaninya. Petugas *Customer Service* harus ramah, sopan dan menarik. Petugas *Customer Service* juga harus mampu mengikat dan mengambil hati nasabah, sehingga semakin tertarik.³³
- c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai dalam menjalankan kegiatan pelayanan. Petugas *customer service* harus mampu melayani sampai tuntas.
- d. Mampu melayani secara tepat dan cepat. Seorang *Customer service* dalam melayani nasabah diharapkan harus melakukan sesuai prosedur.
- e. Mampu berkomunikasi. Petugas *Customer Service* harus mampu berbicara kepada setiap nasabah dan petugas *customer service* pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah.³⁴

3. Pelayanan dalam perspektif Islam

Pelayanan adalah suatu bagian tindakan organisasi atau seorang untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Dalam pandangan Islam, pelayanan mempunyai nilai-nilai islam yang perlu diterapkan untuk memberikan pelayanan maksimal di antaranya:

³³ Ivone Wood, *Layanan Pelanggan*, h. 6

³⁴ Ivone Wood, *Layanan Pelanggan*, h.8

- a. *Profersional (fathanaah*, Profersional yaitu bekerja penuh komitmen, kesungguhan serta dengan maksimal.³⁵ Sifat profesionalisme digambarkan dalam Alquran. Allah swt. Berfirman QS. Al-Isra ayat/17:84

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Terjemahannya:

Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.³⁶

- b. Kesopanan dan keramahan (*Tabligh*)

Tabligh artinya komunikatif dan argumentatif. Orang memiliki sifat tabligh akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat.³⁷ Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain.

- c. Jujur (*Sidik*)

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Jujur juga merupakan kesesuaian antara berita yang disampaikan dan fakta, antara fenomena dan yang diberitakan, serta bentuk dan substansi.³⁸

- d. Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Allah swt. Berfirman dalam QS. An-Nisa/4:5

³⁵ Didin Hafifuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik* (Jakarta: Gramedia Insani Imprees, 2003) h.63

³⁶Kementrian Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*. (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2015).

³⁷ Hermawan Kartajaya dan M.Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan,2006) h.98

³⁸ Hermawan Kartajaya dan M.Syakir Sula, *Syariah Marketing*, h. 98

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ
وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ﴿٥٠﴾

Terjemahannya:

Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum Sempurna akal nya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan.berilah mereka belanja dan Pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.

i. Manajemen Komplain

Konsep manajemen komplain (*Complaint management*) merupakan sebuah sarana yang dapat digunakan untuk membangun komunikasi dengan pelanggan dan memperoleh umpan balik tentang tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan bank. Komplain yang diajukan oleh pelanggan ini kemudian akan ditindak lanjuti dengan perbaikan atau klarifikasi dari pihak bank dengan sasarannya adalah mengurangi kekecewaan nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah.³⁹

Komplain pada hakikatnya adalah suatu pernyataan formal yang di buat oleh nasabah kepada pihak tertentu dalam organisasi produsen tentang ketidakpuasan atas salah satu unsur pelayanan yang dialami. Ketidak-puasan ini berhubungan dengan kegagalan pelayanan, yaitu persepsi pelanggan tentang ketidak mampuan aspek-aspek tertentu dari pelayanan untuk memenuhi harapan-harapan dari pelanggan.

Sejumlah peneliti menunjukkan bahwa komplain berdampak strategis terhadap perusahaan adalah:

³⁹Sentot Imam Wahyono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta; Graha Ilmu, 2013) h. 182

- a. Setiap pelanggan menyampaikan masalahnya dan tidak puas kurang lebih 8-10 orang
- b. Untuk memperbaiki suatu insiden layanan negatif dibutuhkan dua belas insiden layanan positif
- c. Apabila komplain terselesaikan dengan baik maka pelanggan yang melakukan komplain tujuh dari sepuluh akan membeli produk dan jasa.
- d. Sekitar 96% pelanggan yang tidak puas beralih ke perusahaan lain dan 96% dari mereka tidak akan kembali lagi.
- e. Biaya mempertahankan pelanggan lama lebih murah dari mempertahankan pelanggan baru.⁴⁰

3. Nasabah

a. Pengertian Nasabah

Pada lembaga perbankan, nasabah memiliki peran penting. Nasabah bagai nafas yang menentukan apakah siklus perbankan tetap berlanjut atau tidak. Undang-Undang Perbankan merumuskan bahwa “Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank”.

Menurut undang-undang No. 12 tahun 2008 pasal 1 ayat 16 “Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan/atau UUS”. Berdasarkan pengertian tersebut, menurut UU No. 12 tahun 2008 nasabah terdiri dari 3 jenis yaitu:

⁴⁰Sentot Imam Wahyono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta; Graha Ilmu,2013)
h.13

- a. Pasal 1 ayat 17 menyatakan bahwa nasabah menyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara bank syariah atau UUS dan nasabah yang bersangkutan.
- b. Pasal 1 ayat 18 menyatakan bahwa nasabah investor adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank berdasarkan akad antara bank syariah atau UUS dan nasabah yang bersangkutan.
- c. Pasal 19 menyatakan bahwa nasabah penerima fasilitas adalah nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan prinsip syariah.⁴¹

Menurut kamus perbankan, nasabah merupakan badan atau orang yang mempunyai pinjaman atau rekening simpanan pada bank. Dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan. Nasabah adalah seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan.⁴²

Nasabah merupakan sebagai perantara bagi keperluan pihak lain atau yang menggunakan jasa bank untuk keperluannya sendiri.⁴³

Dan maka dari itu nasabah sebagai penabung termasuk juga nasabah bank yang harus dipenuhi keinginan dan kebutuhannya. Nasabah penabung disini merupakan nasabah yang mendapatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.⁴⁴

⁴¹ Andi Julita, *Analisis Pengaruh Citra, Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*, (Skripsi;STAIN Palopo,2004), h. 15

⁴² Rambat Lopyodo, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Rajawali pers, 2010), h. 113.

⁴³ <http://id.wikipedia.org/wiki/nasabah>, diakses 10 April 2014.

⁴⁴ Undang-Undang No.10 Tahun 1998.

Jadi nasabah menitipkan sebagian dana yang dimilikinya untuk di olah oleh bank yang bersangkutan dan dengan cara menabung ini nasabah akan merasa aman.

Dalam praktiknya nasabah di bagi menjadi tiga kelompok:

1. Nasabah baru

Artinya nasabah baru pertama kali datang ke perusahaan, yang kedatangannya untuk memperoleh informasi dan ingin mau melakukan transaksi, jika pertama kedatangannya hanya ingin memperoleh informasi namun karena sikap kita yang baik akan membuat nasabah melakukan transaksi.

2. Nasabah biasa

Artinya nasabah yang sudah pernah bertransaksi atau berhubungan dengan bank, namun kedatangannya tidak sering.

3. Nasabah utama

Nasabah yang sudah sering berhubungan dengan kita pelanggan atau nasabah primer selalu menjadikan kita nomor satu dalam berhubungan. Pelanggan ini tidak diragukan loyalitasnya dan sikap kita terhadap mereka selalu dipupuk.⁴⁵

b. Sifat-sifat Nasabah

Agar dalam pelayanan yang di berikan benar-benar baik sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka seorang nasabah harus mengenal betul perilaku nasabah secara umum. Disamping itu juga seorang *customer service* harus memperlakukan nasabah secara benar.

⁴⁵ Kasmir, *Etika Costumer Service*,h. 67-68.

Berikut ini adalah perilaku atau sifat-sifat seorang nasabah:

1. Nasabah merupakan raja

Petugas *Customer Service* harus menggap bahwa nasabah sebagai raja, artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti meayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat bank atau derajat *Customer Service* itu sendiri.

2. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

Kedatangan nasabah ke bank adalah keinginan memenuhi hasrat atau keinginannya agar terpenuhi, baik terpenuhi informasi, pengisian aplikasi atau keluhan-keluhan. Jadi tugas *Customer service* adalah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

3. Tidak mau didebat dan tidak mau di singgung

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

4. Nasabah mau diperhatikan

Nasabah yang datang ke bank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-kali menyepelkan atau membiarkan nasabah, berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.

5. Nasabah merupakan sumber pendapat bank

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

c. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan kelurganya.

Bagi pelanggan, apa yang di hasilkan yaitu perusahaan baginya tidak begitu penting. Pelanggan memikirkan apa yang akan dibelinya untuk memuaskan kebutuhannya atas dasar pertimbangan bila inilah selanjutnya akan menentukan bentuk apa bisnis yang perlu di kembangkan.

William B.Martin Berpendapat bahwa:

Pelayanan pelanggan bermutu hanya bisa dipahami dari sudut pandang pelanggan. Kita harus merumuskan pelayanan bermutu melalui mata pelanggann, hanya bila pelanggan menganggap bahwa anda sebagai pelayanan telah memberikan pelayanan pelanggan bermutu.

Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa dalam hal ini adalah bank adalah menciptakan kepuasan pelanggan sebagai hasil penilaian terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa. Kemudia harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang di terimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut. Apakah keinginan yang diterimahnya lebih besar (minimal sama) dari pada harapannya, maka pelanggan

puas sebaliknya kinerja yang diberikan dari pemakaian produk/jasa tersebut lebih kecil dari pada 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 di terima dengan apa yang diharapkan”.nasabah baru akan merasa puas apabila kinerja pelayanan perbankan yang mereka dapatkan sama atau melebihi dari apa yang mereka harapkan dan perasaan kecewa nasabah akan timbul apabila kinerja yang di perolehnya tidak sesuai dengan apa yang menjadi harapannya.

Ada beberapa tingkat kinerja jasa yang di harapkan pelanggan di antaranya yaitu:

1. Keinginan untuk dilayani dengan baik dan benar. Pelanggan berharap dilayani dengan baik karena dia melihat pelanggan lainnya dilayani dengan baik serta dilayani dengan benar, dimana pelayanan yang benar tergantung pada falsafah individu yang bersangkutan
2. Kebutuhan perorangan. Pelayanan yang diharapkan pelanggan karena kebutuhan pelayanan tersebut bersifat mendasar dan terkait dengan kesejahteraan pelanggan.
3. Janji secara langsung. Pelayanan yang diharapkan pelanggan karena pelanggan dijanjikan mendapatkan pelayanan seperti itu secara langsung oleh pemberi/organisasi jasa.
4. Janji tidak langsung. Pelayanan yang diharapkan pelanggan karena pelanggan memperoleh petunjuk yang berkaitan dengan pelayanan tersebut sehingga dia menarik kesimpulan tentang pelayanan seperti apa

yang sebenarnya diberikan. Petunjuk tersebut meliputi harga serta peralatan pendukung pelayanan

5. Pelayanan yang diperkirakan. Pelayanan minimal yang dapat diterima pelanggan karena pelanggan telah memperkirakan akan mendapatkan pelayanan minimal itu. Pelayanan yang di perkirakan tersebut cenderung merupakan perkiraan pelanggan atas transaksi individu dan bukan keseluruhan hubungan dengan penyedia jasa.

4. Loyalitas

a. Pengertian Loyalitas

Menurut oliver, loyalitas nasabah atau pelanggan adalah keinginan nasabah untuk tetap setia dalam berlangganan atau melakukan pembelian ulang jasa/produk terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun adanya persaingan usaha-usaha pemasaran lain mempunyai potensi yang mengakibatkan perubahan perilaku.⁴⁶

Loyalitas berasal dari kata “loyal” berarti setia, atau loyalitas dapat sebagai suatu kesetiaan. Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut kartajaya loyalitas pelanggan berarti kemampuan perusahaan berusaha dibenak pelanggan, dimana perusahaan berusaha memposisikan pelanggan sebagai mitranya dengan dengan cara memantapkan keyakinan

⁴⁶ Herry Sutanto, *Manajemen Pemasaran Syariah*. .h.286-287

pelanggan, selalu berinteraksi, bila perlu mengembangkan demi kemajuan bersama.

Menurut darianto *Customer loyalty* merupakan suatu ukuran keterkaitan konsumen terhadap sebuah merek. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya pelanggan beralih kemerek produk lain, apabila merek produk tersebut didapati adanya perubahan baik menyangkut harga maupun atribut lain.

b. Faktor-Faktor Terbentuknya Loyalitas

1. Adanya perhatian dari merek (*caring*)

Pelanggan adalah elemen dari bisnis, sehingga masukan pelanggan harus bisa kita akomodir sebagai bentuk pengembangan bisnis. Selalu gali *insight* (masukan) dari pelanggan terkait produk. Survei dan riset mengenai kebutuhan pelanggan akan layanan atau produk kita.

2. Terciptanya kepercayaan terhadap merek (*trust*)

Tidaklah mudah untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan. Dalam mendapatkan kepercayaan dari pelanggan yaitu sebuah keyakinan atas janji yang ditepati. jadilah produk-produk yang memberi lebih “*delivery over promise*” terhadap harapan pelanggan anda.

3. Merek sebagai pelindung (*protect*)

Pada bagian ini, pelanggan merasa bahwa layanan atau produk yang anda berikan adalah bagian melekat yang tak terpisahkan dari kehidupan mereka. Tingkat ketergantungan yang dirasakan mereka terhadap produk anda saat tinggi. Jalin komunikasi antara merek dengan pelanggan, bangun kedekatan dan ciptakan

ketergantungan yang membuat pelanggan menjadikan anda sebagai pelindung jiwa yang terbaik dan bangun kehandalan sehingga tidak ada niatan dari pelanggan untuk berpaling ke produk lain.

4. Kepuasan terus menerus (*continous satisfaction*)

Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas produk harus ditingkatkan atau dipertahankan. Pelanggan akan tetap loyal jika anda memberikan kualitas sesuai dengan yang mereka harapkan.⁴⁷

c. Keuntungan Memiliki Nasabah Loyal

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

1. Berkurangnya biaya pemasaran (biaya pengambil alihan pelanggan lebih tinggi dari pada biaya mempertahankan pelanggan)
2. Biaya dalam transaksi menjadi lebih rendah atau berkurang, seperti negoisas kontrak dan pemrosesan order.
3. Biaya perputaran pelanggan (*customer troner*) menjadi berkurang (lebih sedikit hilang yang harus digantikan).
4. Keberhasilan *cross selling* (penjualan silang) menjadi meningkat, menyebabkan mangsa pelanggan yang lebih besar.
5. Pemberian dari mulut ke mulut (*word of mouth*) menjadi lebih positif dengan asumsi para pelanggan yang loyal juga merasa puas.
6. Biaya kegagalan menjadi menurun (pengurangan pekerjaan ulang, dan klaim bergaransi).

⁴⁷ Diakses pada tanggal 10 Februari 2017.

d. Karakteristik Loyalitas Pelanggan

Aset penting bagi perusahaan adalah pelanggan yang loyal, dimana dapat diketahui dari karakteristik yang dimilikinya. Karakteristik yang dimiliki pelanggan yang loyal sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*).
2. Membeli diluar ini produk atau jasa (*purchases across product and service lines*).
3. Mereferensikan produk perusahaan kepada orang lain (*referz other*).
4. Menunjukkan ketebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the fullof the competition*).⁴⁸

Menurut Zeithaml et. Al., tujuan akhir keberhasilan perusahaan adalah membentuk loyalitas yang kuat serta menjalani hubungan relasi dengan pelanggannya. Indikator loyalitas yang kuat sebagai berikut:

- a. *Say positif things*, adalah mengatakan hal yang positif tentang produk yang telah yang telah dikonsumsi.
- b. *Recomended friend*, adalah merekomendasikan produk yang telah dikonsumsi kepada teman.
- c. *Continue purchasing*, adalah pembelian yang dilakukan secara terus-menerus terhadap produk yang telah dikonsumsi.⁴⁹

⁴⁸Ratih hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*.,hal.129.

⁴⁹Alfianti Maswar, *Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sulselbar Cabang Pangkep*, (Skripsi: UNHAS, 2006), h.32 repository.unhas.ac.id diakses 16/02/2019

e. Tingkatan Loyalitas

Proses seorang calon pelanggan menjadi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan terbentuk melalui beberapa tahapan. Menurut pendapat Hiil, Loyalitas pelanggan dibagi menjadi enam tahap yaitu:⁵⁰

1. *Suspect*

Meliputi semua orang yang diyakini akan membeli (membutuhkan) barang/jasa perusahaan.

2. *Prospect*

Merupakan orang-orang yang mempunyai kemampuan untuk membeli dan memiliki kebutuhan jasa tertentu.

Pada tahap ini, meskipun mereka belum melakukan pembelian tetapi telah mengetahui keberadaan dan jasa yang ditawarkan melalui rekomendasi pihak lain (*word of mouth*).

3. *Customer*

Pada tahap ini, pelanggan sudah melakukan hubungan transaksi dengan perusahaan, tetapi tidak mempunyai perasaan positif terhadap perusahaan, Loyalitas pada tahap ini belum terlihat.

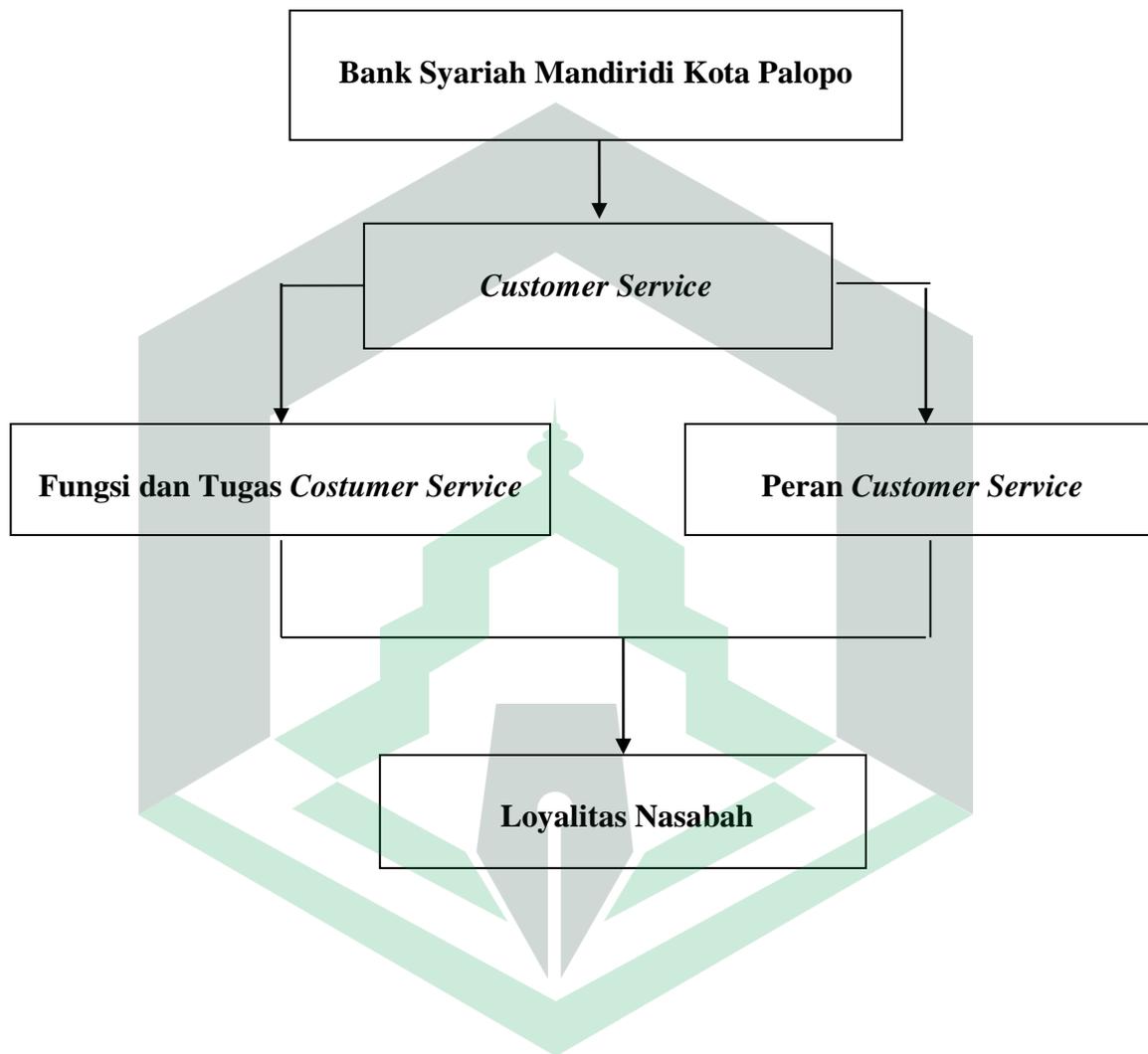
C. *Kerangka Pikir*

Penelitian ini meneliti mengenai peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada bank syariah mandiri di kota Palopo. Dengan demikian penelitian ini akan menelaah mengenai peranan *customer*

⁵⁰ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, op.cit., h. 132

service, loyalitas nasabah. Dengan upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri di kota Palopo.

Bagan Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan 2 pendekatan yaitu:

- a. Pendekatan Yuridis, yaitu dengan menganalisis dengan melihat kepada ketentuan yang berlaku, kemudian dikaitkan dengan permasalahan yang dipaparkan oleh penulis.
- b. Pendekatan Empiris, yaitu peneliti mengemukakan permasalahan berdasarkan kenyataan yang terjadi.
- c. Pendekatan Normatif, Penulis menggunakan Alquran.

2. Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penyusunan penelitian ini yaitu deskriptif Kualitatif.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Mandiri yang berlokasi di kota Palopo dengan penelitian pustaka yang didukung penelitian lapangan terhadap peranan *Customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo, penelitian ini dilakukan selama Empat hari di luar masa observasi.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini di peroleh secara deskriptif dengan menganalisa serta mewawancarai beberapa pihak narasumber yang terlibat dalam

penelitian yang akan di teliti dan menggunakan data primer atau sekunder, yang sumbernya sebagai berikut.

1. Data primer

Data primer yaitu data yang di peroleh secara langsung dari sumber data atau hasil penelitian lapangan. Sumber data yang di dapatkan melalui dokumen yang ada dan wawancara yang di lakukan penulis kepada para Customer Service di Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah jenis data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data yang merupakan sebagai data pendukung. Data sekunder di dapat dari buku-buku, jurnal, majalah, koran, internet dan penelitian terdahulu sebagai sumber-sumber tertulis lainnya yang berkaitandengan pembahasan skripsi ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah.⁵¹

1. *Library Research*, yaitu proses pengumpulan data dengan menggunakan berbagai literatur buku dan internet yang berkaitan dengan tema penelitian.
2. *Fiel research*, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dilapangan pada teknik ini digunakan beberapa instrumen yakni:

⁵¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R& D* (Bandung : CV Alfabeta, 2009), h. 243.

a. Observasi

Observasi yaitu metode melalui pengamatan secara langsung dilapangan terhadap obyek penelitian. Penulis melakukan penelitian dengan cara mengamati langsung terhadap segala sesuatu yang terkait dengan masalah yang akan diteliti baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Dalam hal ini peneliti terjun langsung dan melakukan observasi ke Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.⁵² Dalam hal ini peneliti terjun langsung dan melakukan observasi ke Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

b. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dimana penulis memperoleh keterangan atau data dilakukan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka dengan yang diwawancarai di bank tersebut, sehingga penulis dapat mengetahui secara langsung bagaimana peranan *Customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

c. Dokumentasi

Sebagai teknik yang digunakan di mana penulis melakukan pencatatan terhadap dokumen-dokumen tertulis yang ada di bank tersebut yang berhubungan dengan materi penelitian dan dilengkapi dengan foto kegiatan penelitian yang akurat.

⁵² Suharsismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Citra) h. 128

E. Teknis Analisis Data

Data yang diperoleh diolah dan dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan langkah-langkah analisis sebagai berikut:

1. Reduksi data

Reduksi data yaitu bentuk analisis yang mengarahkan data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat di ambil. Penulis mengolah data dengan bertolak dari teori untuk mendapatkan kejelasan pada masalah baik data yang terdapat di lapangan ataupun yang terdapat di kepustakaan. Data dikumpulkan, dipilih secara selektif serta di sesuaikan dengan permasalahan yang telah di rumuskan dalam penelitian. Kemudian di lakukan pengolahan dengan meneliti ulang.

2. Penyajian data

Penyajian data yaitu penyajian data dalam bentuk uraian singkat atau teks yang bersifat naratif

3. Penyimpulan dan Verifikasi

Kegiatan penyimpulan yaitu langkah yang dilakukan setelah penyajian data. Data yang sudah direduksi kemudian disimpulkan agar data yang di hasilkan lebih jelas dan diverifikasi untuk menentukan kebenaran dari suatu pernyataan menggunakan metode empirik.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri (BSM)

Bank Syariah Mandiri (BSM) berawal sejak tahun 1999. Telah kita ketahui bahwa kurang lebih dua tahun sebelum kehadiran bank ini, Indonesia mengalami krisis ekonomi dan moneter yang begitu hebat sejak bulan Juli 1997 yang berlanjut dengan dampak krisis di seluruh sandi kehidupan bangsa terutama yang terjadi di dunia usaha. Dampak yang ditimbulkannya bagi bank-bank konvensional di masa itu mengharuskan pemerintah mengambil kebijakan dengan melakukan rekonstruksi dan merekapitalisasi sejumlah bank di Indonesia. Dominasi industri perbankan nasional oleh bank-bank konvensional di tanah air saat itu mengakibatkan begitu meluasnya dampak krisis ekonomi dan moneter yang terjadi.

Bank syariah Indonesia secara konsisten telah menunjukkan perkembangannya dari waktu ke waktu. Kendati belum mencapai 5% seperti yang direncanakan dalam Cetak Biru Perbankan syariah 2002 untuk di capai pada tahun 2011, asset bank syariah terhadap total keseluruhan bank adalah 4,81% pada September 2013. Nilai ini lebih dua kali lipat di banding bangsa pasar pada awal tahun 2009.

Bank syariah mandiri kota Palopo operasional pertama kali tanggal 27 Desember 2009 yang didirikan di kota Palopo karena merupakan kawasan di Sulawesi Selatan yang sangat potensial untuk bank syariah yang perekonomian

masyarakatnya sangat bagus dan memiliki jumlah masyarakat banyak pula, selain itu, kedatangan bank syariah mandiri di sambut baik oleh masyarakat di kota Palopo. Dengan tujuan memperkenalkan kepada masyarakat bahwa bank syariah mandiri tidak kalah dengan bank-bank konvensional karena dalam pemahaman masyarakat mereka hanya mengetahui kegiatan-kegiatan dalam bank konvensional itu sendiri. Fungsi bank syariah itu sendiri ialah membantu masyarakat dalam pembiayaan usaha kecil mapun menampung dana masyarakat. Bank syariah mandiri didirikan atas dasar Islam dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan cabang wilayah Palopo sekaligus bisnis secara syariah untuk memasyarakatkan ekonomi syariah.⁵³

2. *Visi dan Misi*

Di dalam setiap perusahaan atau organisasi pastilah mempunyai visi dan misi yang ingin di terapkan dan yang ingin di capai, tidak terkecuali pada perusahaan bank syariah mandiri sebagai anak bank dari bank induk yakni bank mandiri.

Visi BSM:

“Memimpin peradaban ekonomi yang mulia”.

Misi BSM:

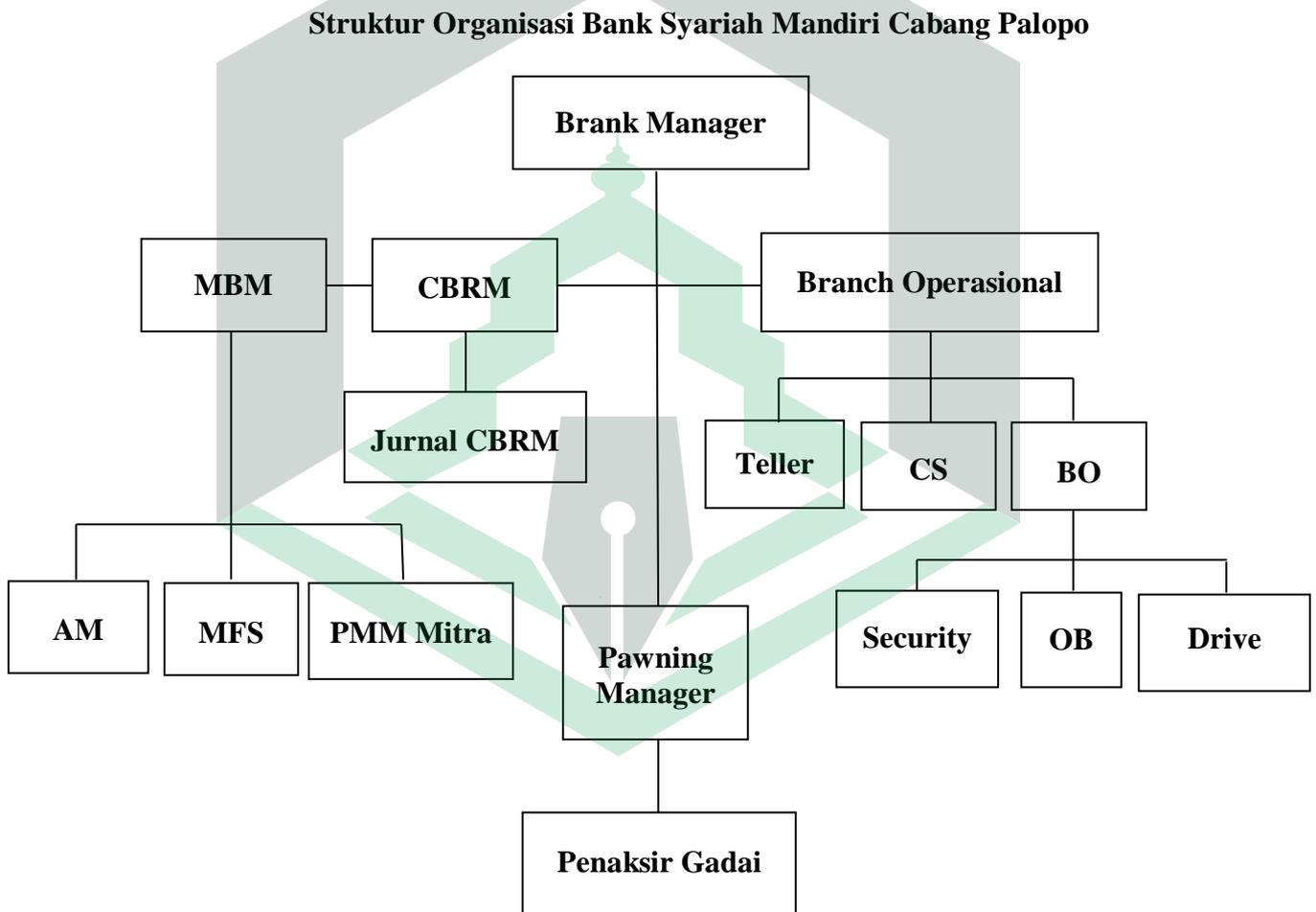
1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
2. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.

⁵³ Suryani Syam, *Customer Service*, “Wawancara”, 30 Juli 2019

3. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
4. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.
5. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.

3. Struktur organisasi PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Palopo

Bank syariah mandiri kantor cabang palopo Jl. Ratulangi No. 62 A-B, Kota Palopo, Sulawesi Selatan. Struktur Organisasi Kantor Cabang Syariah adalah:



Keterangan:

MBM	: <i>Mikro Banking Manager</i>
CBRM	: <i>Consumer Banking Relationship Manager</i>
AM	: <i>Admin Mikro</i>
MFS	: <i>Mikro Financing Staf</i>
PMM	: <i>Pelaksanaan Marketing Mikro</i>
CS	: <i>Costumer service</i>
BO	: <i>Back Office</i>
OB	: <i>Office Boy</i>

B. Temuan Hasil Penelitian

1. Tugas dan fungsi *customer service*

Menurut Kasmir *Customer Service* mempunyai fungsi dan tugas sebagai *resepsionis*, sebagai *deksman*, sebagai *salesman*, sebagai *Customer relation officer* dan sebagai komunikator.⁵⁴

Sebagai *resepsionis*, fungsi *Customer Service* adalah menerima nasabah yang datang ke bank dengan ramah, simpatik, sopan, hangat, menarik, menyenangkan dan membantu. Sebagai *deksman*, *Customer Service* senantiasa siap melayani nasabah termasuk permintaan dan pengisian aplikasi dan formulir bank untuk bertransaksi. Sebagai *salesman*, *Customer Service* sebagai jasa bank dan tenaga penjual produk. *Customer Service* harus mempunyai kemampuan mampu menjelaskan. Sebagai *Customer Relation Officer (CRO)*, sebagai pejabat yang bertugas membina hubungan baik dengan pelanggan, *Customer Service*

⁵⁴ Sentot Imam Wahyono, Manajemen Pemasaran Bank, (Yogyakarta; Graha Ilmu, 2013)
h.10

harus menempatkan diri dan menjaga *image* bank yang diinginkan. Sebagai komunikator, *Customer Service* berfungsi untuk memberikan komunikasi semua berita baik dan perlu kepada masyarakat dan nasabah yang lebih luas.

Tugas dan fungsi *Customer service* menurut hasil penelitian yang di sampaikan oleh Abdul Rifai:

“Fungsi *Customer service* yaitu memberikan pelayanan kepada nasabah dan memberikan informasi-informasi mengenai produk yang ada di bank BSM kota Palopo. Sedangkan tugas *Customer service* yaitu membuat rekening dan menawarkan produk-produknya, menyediakan layanan untuk nasabah yang berkenan dengan pembukaan rekening tabungan, deposito, dan kebutuhan nasabah lain yang di bidang keuangan dan *Customer servicemampu* menangani masalah yang dialami nasabah”.⁵⁵

Kemudian wawancara dengan *Customer Service* Bank Syariah Mandiri Kota Palopo Suryani Syam yang menyatakan bahwa:

“fungsi *Customer Service* adalah memberikan informasi yang berhubungan dengan Bank, menjelaskan setiap pertanyaan yang diajukan oleh nasabah dan menerima keluhan yang diajukan nasabah. Sedangkan tugas *Customer Service* adalah untuk melayani berbagai jenis transaksi yang ada di perbankan”.⁵⁶

2. Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo

Menurut Oliver loyalitas nasabah atau pelanggan adalah keinginan nasabah untuk tetap setia dalam berlangganan atau melakukan pembelian ulang jasa/produk terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun adanya persaingan usaha-usaha pemasaran lain memepunyai potensi yang mengakibatkan perubahan perilaku.⁵⁷

⁵⁵ Abdul Rifai (*Staf Gadai*) “Wawancara”, Tanggal 30 Juli 2019, jam di bank BSM Palopo.

⁵⁶ Suryani Syam (*Customer Service*) “Wawancara”, Tanggal 30 Juli 2019, di bank BSM Palopo.

⁵⁷ Herry Susanto, *Manajemen Pemasaran Syariah*. H.286-287

Berikut ini temuan data hasil wawancara dari beberapa nasabah yang ada pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo mengenai loyalitas nasabah. Berikut hasil wawancara dengan nasabah pertama yaitu Rusniati menyatakan bahwa:

“saya loyal pada bank syariah mandiri cabang palopo karena pelayanannya yang yang jelas”.⁵⁸

Kemudian wawancara dengan nasabah lainnya yaitu Andi Agus dengan pertanyaan yang sama yaitu mengenai loyalitas nasabah yaitu:

“kalau saya sudah termasuk nasabah yang loyal di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo karena saya masi melakukan transaksi yaitu menabung disini dan pelayanan yang diberikan cukup memuaskan”.⁵⁹

Aset penting bagi perusahaan adalah pelanggan yang loyal, dimana dapat diketahui dari karakteristik yang dimilikinya. Karakteristik yang di miliki pelanggan yang loyal sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*).
2. Membeli diluar ini produk atau jasa (*purchases across product and service lines*).
3. Mereferensikan produk perusahaan kepada orang lain (*referz other*).
4. Menunjukkan ketebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the fullof the competition*).⁶⁰

Selanjutnya wawancara dengan *Customer Service* yaitu Suryani Syam mengenai loyalitas nasabah yang selama ini dilayani di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo yaitu:

⁵⁸ Rusniati (*Nasabah*), “Wawancara”, Tanggal 1 Agustus 2019

⁵⁹ Andi Agus (*Nasabah*) . “Wawancara”, Tangga 1 Agustus 2019

⁶⁰ Ratih hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*.,hal.129.

“macam-macam ada yang sudah loyal, ada juga tidak. Kalau yang loyal sudah sebagianlah mungkin sudah mencapai sekitar 50% yang sudah loyal.”⁶¹

Dari pemaparan yang disampaikan oleh Suryani Syam bahwa nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo yang sudah loyal mencapai sekitar 50%, jadi bisa disimpulkan bahwa hal ini masih dianggap dalam batas yang wajar karena nasabah yang loyal dan nasabah yang tidak loyal masih seimbang.

Pertanyaan selanjutnya yaitu mengenai bagaimana kepuasan pelayanan yang dirasakan oleh nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo yang disampaikan oleh Rusniati yaitu:

“Selama saya menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo ini saya merasa cukup puas dan yakin untuk menabung serta pelayanan yang diberikan cukup memuaskan, terutama dibagian *Customer Service* karena setiap saya mengalami kendala saya bertanya ke *Customer service*.”⁶²

Pertanyaan yang sama ditanyakan kepada Andi Agus mengenai bagaimana kepuasan pelayanan yang dirasakan di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo:

“Pelayanan yang saya rasakan di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo yaitu cukup baik dan juga para karyawannya sangat ramah serta melayani nasabah sampai selesai sehingga saya merasa sangat puas”.⁶³

Pelayanan dalam Islam ada dua hal produk yakni amana dan terpercaya, mengetahui dan keterampilan yang bagus merupakan pesan moral yang bersifat universal.

Prinsip-prinsip pelayanan dalam Islam yaitu:

⁶¹ Suryani Syam (*Customer Service*). “*Wawancara*”, Tanggal 30 Juli 2019 jam 16.90 di bank BSM

⁶² Rusniati (*Nasabah*), “*Wawancara*”, Tanggal 1 Agustus 2019 jam 09:00

⁶³ Andi Agus (*Nasabah*), “*Wawancara*”, Tanggal 1 Agustus 2019

a). *Shidiq* yaitu jujur dan benar, tidak pernah berdusta dengan berbagai macam transaksi bisnis. Larangan berdusta, menipu, mengurangi takaran timbangan dan memainkan kualitas yang disebabkan kerugian yang sebenarnya. Nilai *shidiq* disamping bermakna than uji, ikhlas serta menyebabkan emosional.

b). Kreatif berani dan percaya diri. Ketiga itu bisa diinginkan dari kemauan usaha mencari dan membuka peluang-peluang bisnis yang baru, wawasan masa depan dan tidak akan mengabaikan prinsip. Hak ini hanya dilakukan apabila pebisnis memiliki rasa percaya diri dan keberanian guna berbuat sekaligus siap menanggung berbagai macam resiko.

c). Amanah dan Fathana yang sering diterjemahkan dalam nilai-nilai bisnis dan manajemen bervisi, menejer pemimpin yang cerdas, sadar produk dan jasa, secara berkelanjutan.

d). Tabliq yaitu mampu berkomunikasi dengan baik. Istilah ini juga diterjemahkan dalam bahasa manajemen sebagai cerdas, deskripsi, tegas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, kordinasi, kendali dan supervisi.

e). Istiqomah yaitu secara konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai diatas walau mendapatkan cobaan dan tantangan. Dengan adanya istiqomah dan mujahadah, peluang-peluang bisnis yang diharapkan dapat menguntungkan akan terus terbuka.⁶⁴

Wawancara selanjutnya dengan Andi Agus dengan pertanyaan mengenai mengapa anda menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo sebagaimana telah disampikan :

⁶⁴ Musriana, *Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelayanan pada Usaha Rumah Makan Sari Laut Selera Kita di Kota Palopo* (skripsi; 2017)., h.21-22

“saya menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo karena dalam kegiatan usahanya menggunakan prinsip syariah yang tidak menggunakan bunga”.⁶⁵

Dari pemaparan yang disampaikan oleh Andi Agus mengenai mengapa menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo karena dalam kegiatan usahanya menggunakan prinsip syariah yang tidak menggunakan bunga (kredit), di mana sistem ini merupakan prinsip bagi hasil yang digunakan di Bank Syariah.

Wawancara selanjutnya dengan Rusniati dan pertanyaan mengenai apakah *Customer Service* melayani sampai puas di saat anda mengalami kesulitan informasi sebagaimana yang disampaikan:

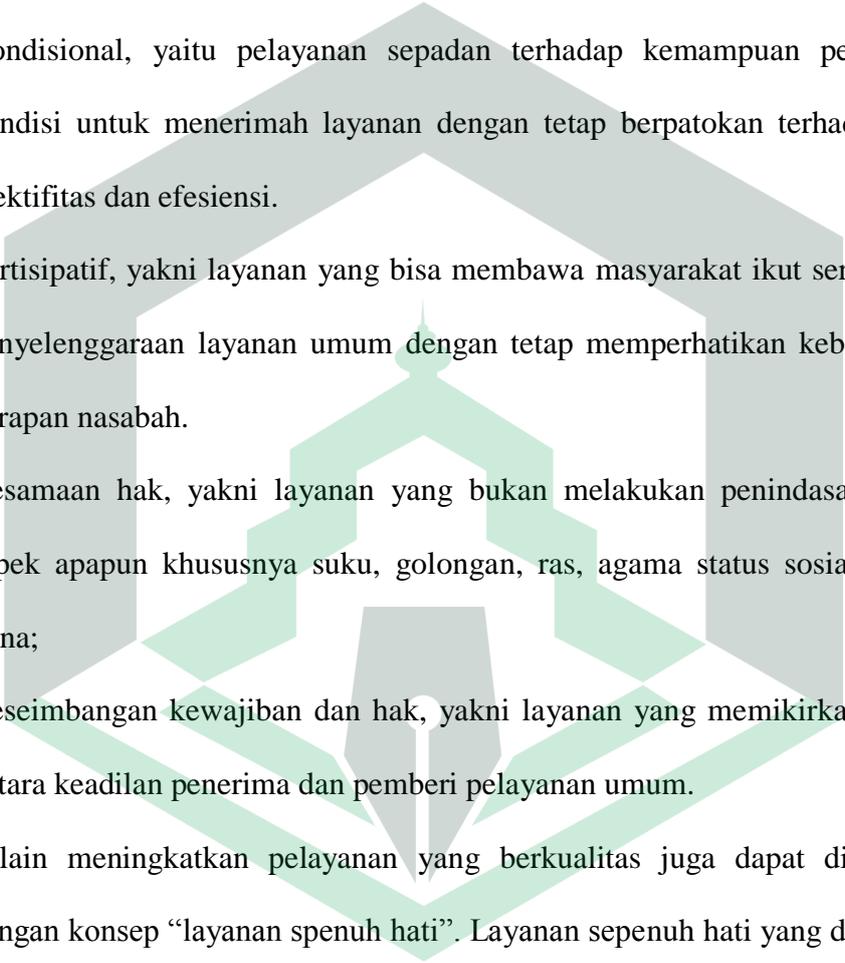
“iya, Customer service melayani saya di saat saya mengalami kesulitan informasi dan juga customer service menjelaskan secara detail tentang apa yang ingin saya ketahui sehingga saya merasa puas”.⁶⁶

Kualitas pelayanan merupakan cara untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta ketepatan yang disampaikan untuk mengimbangi harapan konsumen.⁶⁷ Kualitas pelayanan atau service quality merupakan berapa besar pengaruh antara perbedaan, harapan, dan kenyataan konsumen atas layanan yang mereka dapat. Secara teoritis, maksud dari pelayanan umum pada hakikatnya merupakan kepuasan nasabah. Untuk memperoleh kepuasan tersebut dilakukan kualitas pelayanan yang tercermin dari:

⁶⁵ Andi Agus (*Nasabah*), “Wawancara”, Tanggal 1 Agustus 2019

⁶⁶ Rusniati (*Nasabah*), “Wawancara”, Tanggal 1 Agustus 2019.

⁶⁷ Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung*. (Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September 2016) h. 270.

- 
- a. Transparansi, yaitu sebuah layanan yang sifat terbuka, dapat diakses dan mudah diperoleh semua pihak yang memerlukan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti;
 - b. Akuntabilitas, yaitu sebuah pelayanan yang bisa dipertanggung jawabkan berdasarkan ketentuan aturan perundang-undangan.
 - c. Kondisional, yaitu pelayanan sepadan terhadap kemampuan pemberi dan kondisi untuk menerima layanan dengan tetap berpatokan terhadap prinsip efektifitas dan efisiensi.
 - d. Partisipatif, yakni layanan yang bisa membawa masyarakat ikut serta terhadap penyelenggaraan layanan umum dengan tetap memperhatikan kebutuhan dan harapan nasabah.
 - e. Kesamaan hak, yakni layanan yang bukan melakukan penindasan terhadap aspek apapun khususnya suku, golongan, ras, agama status sosial dan lain-lain;
 - f. Keseimbangan kewajiban dan hak, yakni layanan yang memikirkan pendapat antara keadilan penerima dan pemberi pelayanan umum.

Selain meningkatkan pelayanan yang berkualitas juga dapat dilaksanakan dengan konsep “layanan sepenuh hati”. Layanan sepenuh hati yang digagas oleh Patricia Patton dimaksudkan pelayanan yang muncul dari pribadi yang mencerminkan emosi, keyakinan, perasaan dan nilai sudut pandang.⁶⁸

⁶⁸ Lijan Potlak Sinambela, Dkk., *Reformasi Pelayanan Publik*. H. 8.

3. Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah

Pada penelitian ini di dapatkan informasi bahwa peran *Customer Service* sangat berperan penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah salah satu faktor umum yang dirasakan dari seorang *Customer Service* adalah kemampuannya dalam melayani keluhan nasabah. Disisi lain *Customer Service* dituntut untuk memiliki kemampuan yang cukup untuk melayani nasabah dengan baik, cepat dan tidak menyepelekan nasabah.

Berikut hasil wawancara dengan *Customer Service* mengenai pelayanan yang maksimal untuk nasabah dari hasil wawancara dengan Suryani Syam memaparkan:

“kalau itukan tergantung penilaian nasabah ada yang merasa puas dan ada juga yang tidak merasa puas, tapi sampai detik ini saya merasa sudah melayani sesuai dengan kebutuhan nasabah misalnya seperti membuka rekening”.⁶⁹

Dari penjelasan Suryani Syam diatas bahwa telah melayani sesuai dengan kebutuhan nasabah seperti membuka rekening, seorang *Customer Service* harus memberikan pelayanan yang maksimal agar nasabah merasa nyaman. Hal ini dilakukan agar nasabah tetap loyal.

Selanjutnya tentang apakah sudah melayani nasabah sampai tuntas di saat nasabah mengalami kesulitan informasi, sebagaimana yang di sampaikan oleh ibu Suryani Syam:

“kalau sampai saat ini saya melayani sampai tuntas atau sampai selesai. Misalnya uang nasabah terdesut dia penarikan trus uangnya tidak keluar lalu saya coba cekkan sampai nasabahnya terimah dalam bentuk uang, karena setelah si nasabah pulang dari kantor saya telfon lagi nasabah di rumahnya sekitar dua atau tiga hari, dan saya menanyakan apakah

⁶⁹ Suryani Syam (*Customer Service*). “Wawancara”, Tanggal 30 Juli 2019 di bank BSM.

uangnya sudah masuk atau tidak. Atau saya cek saldo di rekeningnya apakah sudah masuk atau tidak, lalu saya informasikan ke nasabahnya”⁷⁰

Dari jawaban Suryani Syam di atas bahwa iya sudah melayani nasabah sampai tuntas atau sampai selesai, Salah satu permasalahan nasabah yang dipaparkan oleh Suryani Syam di atas merupakan salah satu contoh bahwa *Customer Service* pada BSM Kota Palopo memberikan pelayanan sampai tuntas bahkan sampai di luar waktu pelayanan saat itu.

Wawancara dengan Suryani Syam mengenai cara mempertahankan nasabah agar tetap loyal menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Palopo yaitu:

“kalau yang itu tentunya yang pertama kita harus menggali kebutuhan nasabah. Misalnya, nasabah memiliki buku tabungan tetapi tidak memiliki ATM pasti nasabah terbatas transaksinya, jadi kami tawarkan ATM, fasilitas mandiri syariah mobile, walaupun tidak ke ATM dia bisa bertransaksi di rumah dengan menggunakan mandiri syariah mobile. Yang pertama kami menawarkan produk apa yang cocok untuk nasabah dan yang kedua kita harus melayani nasabah dengan baik”.⁷¹

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

1. Berkurangnya biaya pemasaran (biaya pengambil alihan pelanggan lebih tinggi dari pada biaya mempertahankan pelanggan)
2. Biaya dalam transaksi menjadi lebih rendah atau berkurang, seperti negoisas kontrak dan pemrosesan order
3. Biaya perputaran pelanggan (*customer troner*) menjadi berkurang (lebih sedikit hilang yang harus digantikan).

⁷⁰ Suryani Syam (*Customer Service*) “Wawancara”, Tanggal 30 Juli 2019 di bank BSM Palopo.

⁷¹ Suryani Syam (*Customer Service*), “Wawancara”, Tanggal 30 Juli 2019 di bank BSM Palopo.

4. Keberhasilan *cross selling* (penjualan silang) menjadi meningkat, menyebabkan mangsa pelanggan yang lebih besar.
5. Pemberian dari mulut ke mulut (*word of mouth*) menjadi lebih positif dengan asumsi para pelanggan yang loyal juga merasa puas.
6. Biaya kegagalan menjadi menurun (pengurangan pekerjaan ulang, dan klaim bergaransi).

Pertanyaan selanjutnya dengan Suryani Syam mengenai cara membujuk calon nasabah agar mau menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo:

“terlebih dahulu kita harus memperkenalkan produk sedetail mungkin kepada calon nasabah dan kita juga tidak boleh membandingkan produk dengan Bank lain, biarkan calon nasabah sendiri yang menilai dan penasaran dengan Bank Syariah. Kita jelaskan dulu apa definisi Bank Syariah setelah itu kita jelaskan apa perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional, jika nasabah sudah mengerti kita jelaskan mengenai produk-produk yang ada pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo”.⁷²

Dari pemaparan Suryani Syam dapat disimpulkan bahwa cara *Customer Service* dalam membujuk calon nasabah agar mau menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri Kota Palopo yaitu dengan memperkenalkan produk-produk yang ada dan yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan calon nasabah, cara selanjutnya yaitu dengan memaparkan perbedaan antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional.

Pertanyaan selanjutnya dengan Suryani Syam mengenai pelayanan yang diberikan kepada nasabah yaitu:

⁷² Suryani Syam (*Customer Service*). “Wawancara”, Tanggal 30 Juli 2019 di bank BSM

“Pelayanan sesuai standard dan mematuhi perturan yang berlaku di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. Jadi oprasionalnya berdasarkan kebutuhan nasabah yang dilayani”.⁷³

Dari pemaparan ibu Suryani Syam selaku *Customer Service* di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo bahwa sebagai *Customer Service* harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dan melayani sesuai kebutuhan nasabah tersebut.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Fungsi dan Tugas *Customer Service*

Dari hasil penelitian yang dilakukan tentang tugas dan fungsi *Customer Service* pada bank syariah mandiri kota palopo yaitu fungsi *Customer Service* yaitu memberikan pelayanan kepada nasabah dan memberikan informasi-informasi mengenai produk yang ada di Bank Syariah Mandiri kota palopo. Sedangkan tugas *Customer Service* yaitu membuat rekening dan menawarkan produk-produknya, menyediakan layanan untuk nasabah yang berkenan dengan pembukaan rekening tabungan, deposito dan kebutuhan nasabah lain yang di bidang keuangan dan *customer service* mampu menangani masalah yang di alami nasabah serta melayani sampai selesai. *Customer Service* juga menawarkan produk-produk yang ada dan jenis tabungan seperti apa serta bagi hasilnya nanti. Memberikan solusi di saat nasabah mengalami kesulitan dalam mendapatkan informasi atau mengalami permasalahan yang berkaitan dengan buku rekening.

⁷³ Suryani Syam (*Customer Service*). “Wawancara”, Tanggal 30 Juli 2019 di Bank BSM

2. Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo

Dari beberapa hal penelitian yang dilakukan kepada beberapa nasabah mengenai loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri kota Palopo yaitu keinginannya untuk tetap menabung atau menggunakan jasa bank syariah mandiri dapat diketahui dari pelayanan yang di berikan selama ini. Sehingga nasabah merasa puas dan cukup loyal menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

Dalam hal ini pelayanan yang di berikan sangat baik sehingga nasabah merasa puas. Dapat di simpulkan bahwa Bank Syariah Mandiri Kota Palopo mampu memikat nasabahnya untuk bisa menabung uangnya di BSM dan dengan pelayanannya yang maksimal, fasilitas yang memadai nasabah pun akan tetap nyaman dan loyal pada BSM.

Hasil penelitian yang di lakukan dkepada nasabah mengenai loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo yaitu pelayanan yang di berikan cukup baik serta para karyawannya juga bersikap rama serta melayani nasabah sampai selesai sehingga nasabah merasa cukup puas.

Dapat di simpulkan bahwa Bank Syariah Mandiri cabang palopo mampu memikat nasabahnya untuk bisa menabung uangnya di BSM dab dengan pelayanannya yang maksimal, fasilitas yang memadai nasabah akan tetap merasa nyaman dan loyal pada BSM.

3. Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung di BSM Kota Palopo.

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo bahwasannya peranan *Customer Service* terhadap nasabah sangatlah penting. Salah satu hal umum dan terpenting yang di rasakan dari seorang *Customer Service* adalah kemampuannya untuk melayani keluhan nasabah. Di sisi lain *Customer Service* di tuntuk untuk memiliki kemampuan yang cukup agar nantinya dirinya bisa melayani keluhan yang terjadi di sisi pelanggan. *Customer service* juga mempertahankan etika-etika yang baik untuk melayani nasabah karena mengingat persaingan yang ada di dunia perbankan semakin ketat jadi untuk mempertahankan nasabah tersebut *Customer Service* berperan penting dalam hal itu begitupun untuk mencari calon nasabah *Customer Service* juga berperan dalam hal tersebut karena *Customer Service* merupakan jembatan penghubung atau perantara antara bank dan nasabah. *Customer Service* dapat memberikan pelayanan yang dapat memuaskan nasabah atau pelanggan seperti melayani nasabah dengan baik, cepat, tanggap, tidak menyepelekan nasabah, memperhatikan nasabah dan tidak sampai menyinggung nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian dan hasil penelitian yang peneliti tuliskan pada hasil sebelumnya, dengan judul “Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo” maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Tugas dan Fungsi *Customer Service*

Customer Service berfungsi sebagai sumber informasi terhadap masalah perbankan, sedangkan tugas *Customer service* yaitu membantu pelayanan kepada nasabah baik dalam bentuk informasi maupun dalam bentuk pelayanan dalam aktifitas perbankan.

2. Loyalitas nasabah di BSM Cabang Palopo

Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo yaitu sudah dapat dikatakan loyal dimana nasabah yang sudah loyal yaitu 50%

3. Peran *Customer Service* dalam meningkatkan Loyalitas Nasabah

Customer service sangatlah berperan penting dalam meningkatkan Loyalitas nasabah. Dimana, peran *Customer service* yaitu mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank dan membina hubungan yang lebih akrab dengan nasabah serta berusaha untuk mendapatkan nasabah baru melalui pendekatan. Misalnya, meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk.

B. *Saran*

1. Bagi Lembaga Perbankan Syariah

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo sangatlah menarik perhatian nasabah untuk tetap setia bertransaksi dan menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo karena bagi mereka BSM sangat memuaskan dalam pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service*. Dengan hubungan baik dengan nasabah dan pihak bank semoga dapat dipertahankan dan dalam perjalanannya bank Syariah Mandiri Cabang Palopo bisa tetap bekerja dan sekaligus mengabdikan diri membantu sesama sesuai dengan kemampuan bank syariah yang mempunyai prinsip saling menolong dengan penerapan bagi hasil yang menguntungkan kedua belah pihak.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti berikutnya yang ingin melakukan penelitian serupa agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan objek penelitian pada perusahaan lainnya dengan jenis pekerjaan yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

A. Hasyimi All, *American Institute Of Bancing, Dasar-Dasar Operasi Bank*, (Jakarta, Media, 1997).

Alfianti Maswar, *Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sulselbar Cabang Pangkep*, (Skripsi: UNHAS, 2006), h.32 repository.unhas.ac.id diakses 16/02/2019

Andi Agus (*Nasabah*), “*Wawancara*”, Tanggal 1 Agustus 2019, jam 14:00

Kementrian Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2015).

Binti Nur Asiyah, *Modul Praktek Mini Bank Syariah I* (Tulungagung: Diktat tidak di terbitkan, 2013).

Didin Hafifuddin dan Hendra Tanjung, “*Manajemen Pemasasaran Syariah dalam Praktik*” (Jakarta: Gramedia Insani Imprees, 2003)

Elpi Melinda Wati “*Pengaruh Kualitas Costumer Service Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri Kantor Cabang Cipanas*”.

Harun Yahya, *Perbankan Syariah* (Jakarta: DZikra, 2005).an 2006)

Herman Karta Jaya dan M.Syakir Sula, “*syariah Marketing*”, (Bandung: Mizan, 2006.

Herry Sutanto, *Manajemen Pemasaran Syariah*.

<https://www.geogle.com/amp/s/rosnelly.wordpress.com/2008/08/25/peran-costumer-service-dalam-memuaskan-pelanggan/amp/>

<http://id.wikipedia.org/wiki/nasabah>, diakses 10 April 2014.*Diakses pada tanggal 10 Februari 2017.*

Ibid, hal 179

Ivone Wold, “*Layanan Pelanggan*”

Krisni D N . *Peranan Costumer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung* (tulungagung: IAIN tulungagung, 2014)

Kasmir, *Etika Customer service....*

Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010).

Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005).

Khotibul Umam, *Perbankan Syariah* (Cet, 1. Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 1

Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006).

Lexy. J. Melong, *Metodologi penelitian kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2001),
a. 3

M Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001).

Melayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001).

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

Muhammad, *Model-Model Akad Pembiayaan di Bank Syariah* (Cet. 1; Yogyakarta: UII Pers, 2009).

Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, op.cit., h. 132

Suharsismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Citra) h. 128

Rusniati (*Nasabah*), "Wawancara", Tanggal 1 Agustus 2019, jam 14.00

Sugiyono, *Memahami penelitian kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 1.

Sentot Imam Wahyono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta; Graha Ilmu, 2013) hal 181

Sentot Imam Wahyono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta; Graha Ilmu, 2013) hal 182

Sentot Imam Wahyono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta; Graha Ilmu, 2013) hal 185

Suryani Syam (*customer service*) "Wawancara", Tanggal 30 Juli 2019, jam 16.10
Di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo

Philip Kotler, *Pemasaran Menjawab Pertanyaan Anda* (Jakarta. 2006).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cet. 20; Bandung: ALFABETA, 2014).

Undang-Undang No.10 Tahun 1998

Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah* (Jakarta : Alvabet 1990).

Rambat Lopyodo, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010).





RIWAYAT HIDUP PENULIS

Isnawati, lahir di Desa Ilaibatu, Kecamatan Walenring Barat, Kabupaten Luwu pada tanggal 27 Juli 1996. Anak Ke Tiga dari bersudara dan pasangan Ayahanda Untang dan Ibunda Hayati. Penulis pertama

kali menempuh pendidikan formal di SDN 101 Satu Simbuang dan tamat pada tahun 2008. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ditingkat sekolah menengah pertama di SMPN Satu simbuang, dan tamat pada tahun 2011. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ditingkat sekolah menengah atas di SMAN 1 Towuti tamat pada Tahun 2014. Pada tahun 2015 penulis mendaftarkan diri di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, pada program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Sebelum menyelesaikan akhir studi, penulis menyusun skripsi dengan judul "peranan customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada bank syariah mandiri kota palopo", sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang strata (S1) dan memperoleh gelar sarjana Ekonomi (SE).