

PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH UNTUK MENABUNG

(Studi Kasus Bank BNI Syariah KC Fatmawati)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Syariah Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Disusun Oleh :

IDIYANSYAH

NIM : 13.02.0082

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT PERGURUAN TIGGI ILMU AL-QUR'AN
JAKARTA
2017 M / 1439 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING
PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH UNTUK MENABUNG
(Studi kasus Bank BNI Syariah KC Fatmawati)

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Menyelesaikan Program Studi Strata Satu
(S.1) Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E)

Disusun Oleh :

IDIYANSYAH

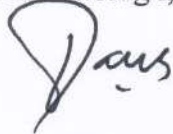
NIM : 13. 02. 0082

Telah selesai melakukan bimbingan skripsi dan telah kami setujui untuk selanjutnya dapat diajukan dan disidangkan.

Jakarta, 19 Oktober 2017

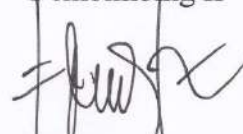
Menyetujui

Pembimbing I,



Imam Fachruddin, M. Ag.

Pembimbing II



Faried Ma'ruf, M.Si.

Mengetahui

Ketua Prodi Syariah

Institut PTIQ Jakarta



Miftahus Sururi, M.Kom

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

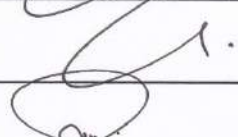
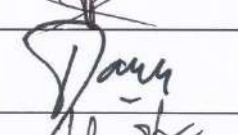

PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN

LOYALITAS NASABAH UNTUK MENABUNG

(Studi kasus Bank BNI Syariah KC Fatmawati)

Disusun Oleh :

Nama : Idiyansyah
 NIM : 13.02.0082
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Syariah
 Tanggal Munaqasah : 25 Oktober 2017

No	Nama Penguji	Jabatan Dalam Tim	Tanda Tangan
1	Andi Iswandi, S.HI. LLM	Ketua	
2	Andi Iswandi, S.HI. LLM	Penguji I	
3	Miftahus Sururi, M.Kom	Penguji II	
4	Imam Fachruddin, M.Ag	Pembimbing I	
5	Faried Ma'ruf, M.Si	Pembimbing II	
6	Abdul Rosyid, S.pd	Sekretaris Sidang	

Jakarta, 25 Oktober 2017

Mengetahui
 Dekan Fakultas Syariah

Institut PTIQ Jakarta


Andi Iswandi, S.HI. LLM



LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN
(OTENTITAS)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Idiansyah
NPM : 13.02.0082
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah

Judul Skripsi : Peran Customer Service dalam meningkatkan loyalitas nasabah untuk menabung (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KC Fatmawati)

Menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dan penelitian yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri, bukan jiplakan ataupun bentuk plagiat dari karya tulis orang lain. Adapun pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam hasil skripsi ini telah dikutip dan dirujuk sesuai kode etik ilmiah yang berlaku di Institut PTIQ Jakarta yang telah dibuat catatan kaki ataupun daftar pustakanya. Dan apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya pada penyusunan skripsi ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 21 Oktober 2017



Idiansyah
13.02.0082

MOTTO PENULIS

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ

الصَّابِرِينَ ﴿١٥٣﴾

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah SWT beserta orang-orang yang sabar”

(QS. Al-Baqarah: 153)

وَإِذْ قَالَ مُوسَى لِفَتْنِهِ لَآ أَبْرُحَ حَتَّىٰ أَبْلُغَ مَجْمَعَ الْبَحْرَيْنِ أَوْ

أَمْضَىٰ حُقُبًا ﴿٦٠﴾

Dan ingatlah ketika Musa berkata kepada muridnya, “Aku tidak akan berhenti (berjalan) sebelum sampai ke pertemuan dua laut atau aku akan berjalan terus sampai bertahun-tahun”

(QS. Al-Kahfi : 60)

PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan atas keharibaan Rasulullah Nabi Muhammad SAW. dan Atas dukungan, do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terima kasih yang mendalam kepada ayah dan ibuku yang telah memberikan dukungan maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesanku, karena tiada kata yang seindah lantunan do'amu ayah dan ibuku. Ayah dan ibuku tercinta, motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendo'akan dan menyayangiku atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarkanku sampai kini. Tak pernah cukup ku membalas cinta ayah dan ibu kepadaku. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ayah dan ibu bahagia karena kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih untuk ayah dan ibu.

Untuk kakak dan adikku tercinta, tiada yang paling mengharukan saat berkumpul bersama kalian, walaupun sering bertengkar tapi hal itu selalu menjadi warna yang tak akan bisa tergantikan, terima kasih atas doa dan bantuan kalian selama ini, hanya karya kecil ini yang dapat aku persembahkan, maaf belum bisa menjadi panutan seutuhnya, tapi aku akan selalu menjadi yang terbaik untuk kalian.

Kepada bapak imam Fachruddin, M.Ag dan bapak paried ma'ruf selaku dosen pembimbing tugas akhirku. Terima kasih banyak telah membantuku menyelesaikan skripsi ini. Aku sadar skripsi ini tidak akan selesai tanpa dorongan semangat dan bantuan dari bapak.

Untuk sahabat dan teman-temanku semua terima kasih atas bantuan do'a, nasehat, canda tawa, dan dorongan semangat yang telah kalian berikan sehingga perjalan menyelesaikan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

ABSTRAK

IDIYANSYAH, 13.02.0082: Skripsi dengan judul “ Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Untuk Menabung (Studi Kasus di Bank BNI Syariah KC Fatmawati)”.

Customer Service adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan. Peran *Customer Service* sangat penting di Bank karena *Customer Service* sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup bank tersebut, dan didorong oleh persaingan pelayanan yang semakin maju maka dari itu peneliti melakukan penelitian ini membahas dan meneliti peran *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah yang menabung di Bank BNI Syariah kemudian dianalisis dengan peran *Customer Service* di Bank BNI Syariah KC Fatmawati dan peran *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah untuk menabung.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui peran-peran *Customer Service* di Bank BNI Syariah, serta untuk mengetahui bagaimana cara-cara *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah untuk menabung di Bank BNI Syariah KC Fatmawati.

Skripsi ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Sumber data diperoleh dari data primer yaitu hasil wawancara dengan *Customer Service* di Bank BNI Syariah KC Fatmawati dan KCP Bank BNI Syariah ciputat. Serta data sekunder yaitu dari teori-teori yang relevan dengan pembahasan, yang berasal dari buku-buku, artikel, jurnal, dan lain-lain. Metode pengumpulan data yaitu dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dan analisis data yaitu analisis deskriptif yang bertujuan menggambarkan fenomena atau keadaan senyatanya dari peran *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah untuk menabung di Bank BNI Syariah KC Fatmawati.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Bank BNI Syariah KC Fatmawati mengenai peran *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah untuk menabung di Bank BNI Syariah KC Fatmawati sangat penting untuk kemajuan Bank tersebut, hal ini ditunjukkan dengan adanya hasil wawancara peneliti dengan *Customer Service* bahwasannya peran seorang *Customer Service* di Bank BNI Syariah KC Fatmawati sudah maksimal terutama dalam perannya di Bank dalam meningkatkan loyalitas nasabah agar nasabah yang sudah menabung tetap loyal dan puas di Bank BNI Syariah KC Fatmawati dan tidak beralih pada Bank yang lain. Dengan begitu kualitas pelayanan yang sudah baik dari *Customer Service* ini tingkatan lagi menjadi taraf yang lebih baik lagi agar nasabah tetap loyal di Bank BNI Syariah KC Fatmawati.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang. Yang melimpahkan segala nikmat dan pertolongan-Nya kepada penulis. Sholawat serta salam tetap kita panjatkan kepada junjungan alam nabi Muhammad saw.

Skripsi yang berjudul “Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah untuk Menabung di Bank BNI Syariah KC Fatmawati. Penulisan skripsi ini adalah salah satu bentuk tanggung jawab penulis sebagai mahasiswa semester akhir guna memenuhi syarat perkuliahan di jenjang studi strata-1 dalam rangka meraih gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Quran (PTIQ) Jakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Dengan rasa hormat dan syukur, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yang terhormat Bapak Rektor Institut PTIQ Jakarta Prof. Dr. H. Nasaruddin Umar, M.A., dan Wakil Rektor beserta jajarannya.
2. Yang terhormat Bapak Andi Iswandi, S.Hi., LL.M., selaku Dekan Fakultas Syariah Institut PTIQ Jakarta.
3. Yang terhormat Bapak Miftahus Sururi, M.Kom., selaku Ketua Prodi (Program Studi) Ekonomi Syariah Insitut PTIQ Jakarta.
4. Yang terhormat Bapak Imam Fachruddin, M.Ag, selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan petunjuk, motivasi, semangat, saran dan masukan yang sangat berarti bagi penelitian yang penulis lakukan.
5. Yang terhormat Bapak Faried Ma'ruf M.Si. selaku Dosen Pembimbin II yang selalu memberikan arahan, saran dan masukan yang sangat berarti bagi penelitian yang penulis lakukan.

6. Seluruh dosen pengajar yang telah mendidik, membimbing, dan mengajarkan ilmunya kepada penulis, serta staf administrasi Fakultas Syariah Institut PTIQ Jakarta.
7. Kepada Bapak Ahmad Syafrin dan Ibu Sanauya selaku orang tua penulis yang selalu mendukung, motivasi dan mendoakan penulis yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada kakak tercinta Ika Lenaini, S.HI, Ice Luciana M.Pd serta adikku Ira Lidiawati dan semua keluarga besar yang selalu memberi doa, motivasi, dorongan, dan dukungan untuk kesuksesan bagi penulis.
9. Kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan semua khususnya jurusan Ekonomi Syariah angkatan 13 tahun 2013, Sebagai tempat diskusi, berkumpul dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada Bank BNI Syariah ucapan terima kasih dari penulis yang telah membantu dalam penelitian penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
11. Serta semua pihak yang telah memberikan dorongan, do'a, motivasi dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu saran dan kritik masih diperlukan dalam penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya Kepada kita semua, Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Jakarta, 2017
Penyusun

Idiansyah
13.02.0082

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
OTENTITAS	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Permasalahan.....	10
1. Identifikasi Masalah	10
2. Pembatasan Masalah	10
3. Perumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
1. Bagi Teoretis	11
2. Bagi Praktisi	11
E. Instrumen Penelitian.....	12
1. Konsepstual	12
2. Operasional.....	13
F. Sistematika Penulisan	13

BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Customer Service	15
1. Pengertian Customer Service	15
2. Fungsi dan Tugas Customer Service.....	16
3. Peran Customer Service	19
B. Loyalitas	23
1. Pengertian Loyalitas	23
2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	25
3. Pengukuran Loyalitas	25
4. Tingkatan Konsumen yang Loyal	26
5. Manfaat Loyalitas Nasabah/Konsumen	26
6. Jenis Loyalitas	27
C. Nasabah	28
1. Pengertian Nasabah	28
2. Sifat-Sifat Nasabah.....	30
3. Sebab-Sebab Nasabah Meninggalkan Bank.....	31
D. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	32
E. Kerangka Berfikir.....	34
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
1. Pendekatan Penelitian	35
2. Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Kehadiran Peneliti.....	37
D. Sumber Data.....	37
1. Sumber Data Primer	37
2. Sumber Data Sekunder.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Teknik Analisis Data.....	41

G. Pengecekan Keabsahan Temuan	42
H. Tahap-Tahap Penelitian	44
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	46
A. Deskripsi Data.....	46
1. Kondisi Objektif Bank BNI Syariah	46
a. Letak Geografis Bank BNI Syariah KC Fatmawati	46
b. Profil Bank BNI Syariah KC Fatmawati	46
c. Sejarah Berdirinya Bank BNI Syariah	48
d. Visi dan misi Bank BNI Syariah	50
e. Rencana Strategi Bank BNI Syariah	50
f. Produk-produk Bank BNI Syariah	50
g. Struktur Organisasi Bank BNI Syariah	52
B. Temuan Hasil Penelitian	53
1. Peran <i>Customer Service</i> di Bank BNI Syariah KC Fatmawati	53
2. Peran <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan loyalitas nasabah yang menabung di Bank BNI Syariah KC Fatmawati	57
C. Pembahasan Hasil Penelitian	60
1. Peran <i>Customer Service</i> di Bank BNI Syariah KC Fatmawati	60
2. Peran <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan loyalitas nasabah yang menabung di Bank BNI Syariah KC Fatmawati	68
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1	: Kerangka Berpikir.....	34
2. Gambar 2	: Struktur Organisasi.....	52

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1	: Profil Bank BNI Syariah	46
------------	---------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1	: Pedoman wawancara.....	79
---------------	--------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Seiring dengan kehidupan dunia yang semakin berkembang, transaksi serta kegiatan ekonomi masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan keuangan. Maka dari itu banyak masyarakat lebih selektif dalam memilih lembaga-lembaga keuangan yang menurut mereka memberi manfaat antara kedua belah pihak. Pilihan akan lembaga keuangan tersebut pastinya menurut mereka adalah yang terbaik, peran karyawan ataupun seorang pelayan dalam dunia perbankan hendaknya memberikan dampak positif dalam perkembangan dunia perbankan saat ini dan untuk selanjutnya menjadi penopang kemajuan perbankan. Dengan pelayanan yang diberikan pastinya akan lebih banyak masyarakat yang tertarik menggunakan jasa perbankan tersebut.

Saat ini dapat diketahui bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak pada persaingan dunia usaha yang semakin meningkat, baik perusahaan yang bergerak di bidang industri, perdagangan maupun jasa, terlebih-lebih pada perusahaan perbankan. Kesuksesan dalam persaingan akan dapat dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan nasabah. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan perbankan memerlukan berbagai usaha agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai. Salah satu usaha untuk memanjakan nasabahnya adalah melalui pelayanan yang diberikan. Nasabah dibuat senyaman mungkin dengan keramah tamahan dan sopan santun dari para karyawan perusahaan. Nasabah juga dibuat merasa nyaman dalam ruangan yang tidak membosankan dengan fasilitas ruangan yang menyenangkan.

Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit), serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya. Kepercayaan sangat penting, karena tanpa kepercayaan mustahil

bank dapat hidup dan berkembang.¹ Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya tersebut maka bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif.²

Sebuah bank syariah selayaknya memiliki lingkungan kerja yang sejalan dengan syariah. Dalam hal etika, misalnya amanah dan siddiq, harus melandasi setiap karyawan sehingga tercermin integritas eksekutif muslim yang baik. Disamping itu, karyawan bank syariah harus skillful dan profesional (fatanah), dan mampu melakukan tugas secara team-work dimana informasi merata diseluruh fungsional organisasi. Selain itu cara berpakaian dan tingkah laku dari para karyawan merupakan cerminan bahwa mereka bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang membawa nama besar Islam, sehingga tidak ada aurat yang terbuka dan tingkah laku yang kasar. Demikian juga dalam menghadapi nasabah, akhlak harus senantiasa terjaga. Nabi SAW mengatakan bahwa senyum adalah sedekah.³

Perbankan syariah atau perbankan Islam adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah (hukum) Islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama Islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorika haram (misal: usaha yang berkaitan dengan produksi makanan/minuman haram, usaha media yang tidak Islami dll),dimana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional.⁴

¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*(Jakarta: Kencana, 2005), hal.201.

² Kasmir, *Pemasaran Bank*, hal.201.

³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal. 34.

⁴ Ingrid Tan, *Bisnis dan Investasi Sistem Syariah*(Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009), hal. 61.

Di Indonesia pelopor perbankan syariah adalah Bank Muamalat Indonesia. Berdiri tahun 1991, bank ini diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah serta dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. Setelah Bank Muamalat disusul Bank Syariah Mandiri pada tahun 1999 dan beberapa Unit Usaha Syariah. Saat ini keberadaan bank syariah di Indonesia telah di atur dalam Undang-Undang yaitu UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan yang memberikan landasan hukum yang lebih kuat bagi keberadaan sistem perbankan syariah.⁵

Pengertian bank menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998 bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.⁶

Kemunculan bank-bank syariah ini merupakan kabar gembira bagi masyarakat Indonesia terutama bagi umat Islam. Karena bank-bank syariah ini pada pelaksanaannya menggunakan sistem bagi hasil, bukan bunga seperti pada bank konvensional. Apalagi saat ini perdebatan mengenai hukum bunga bank dalam Islam masih terus berlanjut. Ada sebagian kalangan yang menghalalkan bunga bank, dan ada sebagian lain yang mengharamkan dan menyamakannya dengan riba. Sedangkan kita tahu bahwa Islam sangat melarang umatnya memakan harta yang diperoleh dari riba. Sebagaimana yang telah difirmankan Allah SWT dalam surat Ali Imron (3): 130.⁷

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَرْبَابًا أُضْعَفًا مَّضْعَفًا ^طوَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ



⁵ Ingrid Tan, *Bisnis dan Investasi Sistem Syariah*, hal. 61.

⁶ *Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, Tentang Perbankan.*

⁷ Departemen agama RI, *Al-qur'an dan terjemahannya* (t.t.p.: PT. Syaamil Cipta Media, t.t), hal. 97.

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.” (Ali Imron: 130)

Ayat ini adalah yang pertama-tama diturunkan tentang haramnya riba. Ayat-ayat mengenai haramnya riba dalam surah Al-Baqarah yaitu ayat 275, 276, 279 diturunkan sesudah ayat ini. Yang dimaksud dengan riba dalam ayat ini, ialah riba jahiliyah yang biasa dilakukan orang-orang dimasa itu.

Dimasa itu menurut Ibnu Jarir ialah bila seseorang meminjam uang sebagaimana disepakati waktu meminjam, maka orang yang punya uang menuntut supaya utang itu dilunasi menurut waktu yang dijanjikan. Orang yang berhutang (karena belum ada uang untuk membayar) meminta tangguh dan menjanjikan akan membayar tertunda ditambah lagi bunganya. Inilah dinamakan riba berlipat ganda, dan Allah melarang kaum muslimin melakukan hal seperti itu. Karena beratnya hukum riba ini dan amat besar bahayanya maka Allah SWT memerintahkan kepada kaum muslimin supaya menjauhi riba itu dan selalu memelihara diri dan bertakwa kepada Allah.

Pendapat penulis bahwa dalam ayat tersebut Allah melarang kepada setiap manusia untuk menghindari riba karena riba disini merugikan setiap orang. Bagaimana penjelasan ayat diatas bahwa riba telah terjadi dizaman dulu dimana zaman jahiliyah setiap orang yang meminjam maka akan dikenakan riba karena tidak mampu membayar pinjaman tepat waktu.⁸

Sehingga kemunculan bank-bank Islam ini diharapkan dapat menjadi solusi alternatif untuk keluar dari permasalahan diatas, selain itu dapat menarik masyarakat terutama yang beragama Islam untuk menabung, dan melakukan pembiayaan atau menggunakan jasa di perbankan syariah.

Salah satu aktivitas bank terutama bank syariah adalah memberikan pelayanan jasa perbankan bagi konsumennya (nasabah) yang berpedoman pada

⁸ Bustami A. Gani, dkk, *Al-Quran dan Tafsirnya*, (Semarang: CV. WICAKSANA, 1993), hal. 42-43.

syariah Islam yaitu Al-Quran dan As-Sunah. Mulai dari sistem, operasional, dan prosedur kerja pada bank syariah dan produk jasanya harus sesuai dengan konsep syariah. Seluruh aktivitas bank selalu memperhatikan service (pelayanan). Dalam hal pelayanan posisi sumber daya manusia (SDM) paling menentukan dibandingkan dengan mesin atau perangkat apapun yang ada dalam perusahaan. Jadi untuk meningkatkan citra perbankan maka bank perlu menyiapkan karyawan atau sumber daya manusia yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini kita sebut *customer service* (CS).⁹

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan salah satu strategi dalam merebut pasar, apabila setiap perusahaan jasa mengabaikan faktor ini maka konsumen akan lari dari produk yang ditawarkannya, banyak diantara manager yang tidak melihat pelayanan sebagai strategi pemasaran, bahkan mereka menganggap pelayanan sebagai sesuatu yang tidak ada kaitannya dengan pemasaran. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani nasabah. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan nasabah atau dapat berkomunikasi dengan nasabah melalui telepon.¹⁰

Pelayanan nasabah atau *customer service* (CS) disini maksudnya adalah pelayanan nasabah yang mempunyai tugas memberikan informasi mengenai produk atau jasa yang akan dipasarkan. Hal demikian dimungkinkan karena kesesuaian, kejelasan informasi atau spesifikasi produk atau jasa secara terperinci merupakan hal yang dapat menunjang kelancaran hubungan antara pihak bank dan nasabah. Oleh karena itu pelayanan kepada nasabah ini merupakan persoalan pokok dalam persaingan antar bank, juga merupakan bagian yang tidak

⁹Kasmir, *Pemasaran Bank*, hal. 201.

¹⁰ Kasmir, *Etika Costemer Service* (Jakarta:Rajawali Pers .2005) hal. 15.

terpisahkan dari perusahaan, karena pelayanan nasabah merupakan salah satu kegiatan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Pelayanan dapat juga didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi (kumpulan orang) untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah, tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung unruk melayani pelanggan atau nasabah, artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan dan melayani mereka berupa tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.¹¹

Peranan *customer service* juga merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh suatu perusahaan. Dalam melakukan pelayanan peranan dari *customer service* ini berhubungan langsung dengan pilihan konsumen, maka diperlukan *customer service* yang handal. Pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.¹² *Customer service* memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak bank dalam menghadapi nasabah. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *customer service* yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.¹³

Customer service itu ibarat wajah terdepan sebuah bank. Seorang *customer service* mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan nasabah, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi bank dengan detail. Cara *customer service* dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sesungguhnya sikap bank tersebut dalam memberikan layanan kepada nasabahnya. Sehingga baik buruk pelayanannya akan mempengaruhi persepsi dan

¹¹ Kasmir, *Etika Customer Service*. hal. 15.

¹² Kasmir, *Pemasaran Bank*, hal. 202.

¹³ Kasmir, *Kewirausahaan*. (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2007), hal. 275-276.

loyalitas nasabah terhadap bank tersebut. Perusahaan menginginkan bahwa konsumen (nasabah) yang diciptakan dapat dipertahankan selamanya, karena konsumen yang loyal merupakan asset terbesar yang harus dijaga perusahaan. Untuk mendapatkan konsumen yang loyal perusahaan harus menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen, berbagai keinginan dan kebutuhan konsumen harus dipenuhi.

Costumer service meliputi berbagai aktivitas diseluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan antara penjualan jasa untuk memenuhi kepuasan nasabah mulai dari pemesanan, pemrosesan hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerjasama dengan nasabah. Tentu saja tujuannya adalah memperoleh keuntungan. *Costemer service* bukan sekedar maksud melayani namun merupakan upaya untuk membangun satu kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Proses ini untuk sudah mulai sebelum terjadi transaksi hingga tahap evaluasi setelah transaksi. *Customer Service* yang baik adalah mengetahui bagaimana keinginan nasabah dan senantiasa memberikan nilai tambah dimata nasabah.¹⁴

Salah satu cara bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya. Perusahaan akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabah menjadi akrab, memberikan kesan yang baik bagi nasabah, membentuk suatu rekomendasi dari nasabah yang satu ke nasabah yang lain yang dapat menguntungkan perusahaan dan terciptanya loyalitas nasabah. Nasabah yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan nasabah baru.

Customer service tidak hanya menjaga nasabah lama tetapi juga harus meningkatkan loyalitas nasabah pada bank yang bersangkutan. Ada beberapa

¹⁴ Rambat Lupriyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek* (Jakarta: Salemba Empat, 2001) hlm.29-30.

faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, antara lain adalah kepuasan, kepercayaan, dan komitmen dari nasabah itu sendiri. Kepuasan hanya salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas nasabah. Jadi mempertahankan nasabah sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan terutama perusahaan di bidang perbankan, hal ini disebabkan karena dengan mempertahankan nasabah, berarti dapat meningkatkan penerimaan atau pendapatan perusahaan dalam penjualan produk.

Loyalitas berasal dari kata dasar “Loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan.¹⁵ Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.¹⁶ Loyalitas pelanggan adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Demikian pula dengan Bank BNI Syariah yang berupaya untuk menjalin hubungan kerjasama tersebut sebaik-baiknya dengan para nasabahnya melalui peran *customer service*.

Sehubungan dengan pentingnya *customer service* tersebut, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan yakni perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan. Dalam upaya untuk lebih meningkatkan jumlah nasabah, serta menciptakan loyalitas nasabah agar tidak beralih ke bank lainnya, maka upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan *customer service* yang mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap nasabahnya. Oleh karena itu untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perbankan lainnya maka perlu diciptakan hubungan yang baik dengan para

¹⁵ <http://ilmu.manajemen.pemasaran.wordpress.com/2017/03/15/definisi-loyalitas-pelanggan/>, diakses tgl 16 Mei 2017.

¹⁶ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: ALFABETA, 2010), hal. 129.

nasabah, baik nasabah lama maupun calon nasabah, untuk menciptakan loyalitas nasabah khususnya nasabah yang menabung.

Nasabah menabung disini merupakan nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.¹⁷ Jadi nasabah menabung ini ialah nasabah yang menitipkan sebagian dana yang dimilikinya untuk diolah oleh bank yang bersangkutan dan dengan cara menabung ini nasabah akan merasa aman. Semakin lengkap jasa bank yang diberikan maka semakin baik, hal ini disebabkan jika nasabah hendak melakukan sesuatu transaksi perbankan cukup berhenti di satu bank saja. Demikian pula sebaliknya, jika jasa bank yang diberikan kurang lengkap, maka nasabah terpaksa untuk mencari bank yang lain yang menyediakan jasa yang mereka butuhkan.

Maka dari itu terhadap tuntutan para nasabah tersebut, diantaranya melalui aktivitas *customer service* yang bertugas melayani, memberikan informasi tentang produk-produk bank dan fasilitas-fasilitas apa saja yang dimiliki oleh bank serta menciptakan hubungan yang harmonis dengan para nasabah atau calon nasabah. Dengan adanya hubungan baik tersebut akan dapat menarik minat dan perhatian masyarakat untuk menabung dan menggunakan jasa bank. Akan tetapi tumbuhnya minat dan perhatian masyarakat untuk menabung atau menggunakan jasa bank tersebut tidak akan muncul dengan sendirinya jika tidak terdapat kepuasan dihati masyarakat atau nasabah tersebut akibat pelayanan yang diberikan oleh *customer service* di bank manapun.

Pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* haruslah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabah. Hal ini dilakukan dengan sikap menolong, bersahabat dan profesional yang memuaskan nasabah agar nasabah tersebut datang kembali untuk berbisnis dengan bank kita. Dengan cara seperti itu seorang *Customer Service* dapat menikmati pekerjaannya

¹⁷Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang pokok perbankan pasal 1.

dan memajukan karirnya pada bank tersebut. Pelayanan nasabah yang bermutu menuntut adanya upaya dari keseluruhan karyawan bukan hanya yang bertugas di front office, yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga para karyawan di back office yang menghasilkan pelayanan di belakang layar yang tidak kelihatan oleh nasabah.

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati merupakan salah satu lembaga keuangan yang dalam menjalankan kegiatan usahanya selalu mengutamakan kepuasan nasabah diantaranya melayani masyarakat yang ingin menabung dan juga memberikan fasilitas pinjaman kepada masyarakat yang ingin membutuhkan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah untuk Menabung di Bank BNI Syariah KC fatmawati”**.

B. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

- a. Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi membawa dampak persaingan pada sistem pelayanan.
- b. Perlunya peningkatan *Customer Service* dalam mempertahankan nasabah.
- c. *Customer Service* harus memberikan pelayanan jasa perbankan bagi nasabahnya yang berpedoman pada ajaran islam.
- d. Dalam melakukan pelayanan peranan dari *customer service* berhubungan langsung dengan konsumen (nasabah), maka diperlukan *customer service* yang handal.
- e. Seorang *customer service* mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan nasabah, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi bank dengan detail.

- f. *Customer service* tidak hanya menjaga nasabah lama tetapi juga harus meningkatkan loyalitas nasabah pada bank yang bersangkutan.
 - g. Loyalitas nasabah adalah merupakan kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan nasabahnya.
2. Pembatasan Masalah

Agar peneliti lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, dalam skripsi ini penulis membatasinya hanya pada :

“Peran *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah untuk menabung di Bank BNI Syariah KC Fatmawati”

3. Perumusan Masalah

Dari penelitian di atas yang berjudul Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah untuk Menabung pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana *Customer Service* berperan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati?
- b. Bagaimana *Customer Service* meningkatkan loyalitas nasabah yang menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati?

C. Tujuan Penelitian

Dari uraian permasalahan di atas, peneliti ini bertujuan untuk:

- 1. Untuk mengetahui peran *Customer Service* Dalam meningkatkan loyalitas Nasabah untuk Menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati.
- 2. Untuk mengetahui loyalitas nasabah menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati.
- 3. Untuk mengetahui peran customer service dibank BNI Syariah KC Fatmawati.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1. Secara Teoretis

- a. Acuan atau dasar teoretis bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan pembahasan mengenai masalah peran *customer service* dan loyalitas nasabah khususnya nasabah yang menabung.
- b. Untuk pengembangan penelitian di bidang perbankan syariah.
- c. Untuk perbendaharaan perpustakaan PTIQ Jakarta.

2. Secara Praktisi

- a. Sebagai bahan masukan atau pertimbangan oleh perusahaan perbankan khususnya *customer service* untuk meningkatkan loyalitas nasabah penabung.
- b. Sebagai kontribusi pengetahuan tentang peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah Menabung bagi masyarakat umum.

E. Instrumen Penelitian

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami skripsi yang berjudul: “Peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah untuk menabung pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati”, maka penulis memandang perlu untuk menegaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul yaitu sebagai berikut:

1. Konseptual

a. Peran *Customer Service*

Customer Service berperan dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah yang ingin bertransaksi dengan bank. *Customer Service* (pelayanan pelanggan) adalah merupakan setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan pada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.¹⁸, dan pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mengenai

¹⁸Rambat Lupriyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*, hal. 30.

sasaran dalam arti sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan para pelanggan atau nasabah tersebut.¹⁹

b. Loyalitas

Loyalitas berasal dari kata dasar “Loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Pelanggan yang loyal adalah mereka yang memiliki antusiasme terhadap merek atau produk yang digunakannya. Semakin antusias seorang pelanggan semakin besar kontribusi profit yang disumbangkannya terhadap suatu merek.²⁰

c. Nasabah

Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank.²¹

e. Nasabah Penabung (penyimpan)

Nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.²²

2. Operasional

Secara operasional yang dimaksud dengan peran *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah untuk menabung pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati adalah dengan adanya peran *Customer Service* yang baik dalam proses perbankan serta untuk meningkatkan loyalitas nasabah menabung itu dapat memperluas dan mendukung pertumbuhan Bank Syariah khususnya Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati yang dideskripsikan melalui wawancara dan dokumentasi.

¹⁹<http://rosnelly.wordpress.com/2017/02/21/peran-costumer-service-dalam-memuaskan-pelanggan/>, diakses tanggal 21 februari 2017.

²⁰ Hasanuddin, Farid Subkhan, ”*Fokus Utama: Loyalitas Nasabah Bank Dari Rasional Hingga emosional dan Spiritual*” (Infobank Vol. XXVII, No.321, Desember 2005), Hal.18.

²¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan, edisi revisi delapan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008), hal. 94.

²² *Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang pokok perbankan pasal 1.*

c. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan pembahasan, maka penulisan membuat sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

1. BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini pembahasan awal yang dipaparkan secara global tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, penggunaan penelitian, penegasan istilah, sistematika pembahasan.

2. BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang: Kajian teori Tentang *customer service* yang berisi; pengertian *customer service*, fungsi dan tugas customer service, peranan *customer service*, Loyalitas yang berisi; pengetahuan loyalitas, karakteristik loyalitas nasabah, Nasabah yang berisi; pengertian nasabah, sifat-sifat nasabah, sebab-sebab nasabah meninggalkan bank, Penelitian terdahulu, Kerangka berpikir (Paradigma).

3. BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini meliputi pendekatan dan jenis penelitian, instrumen penelitian dan kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian .

4. BAB IV: PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan pembahasan hasil penelitian yang berisikan tentang latar belakang keadaan obyek, penyajian dan analisis data hasil penelitian.

5. BAB V : PENUTUP

Bab ini meliputi kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Customer Service

1. Pengertian Customer Service

Pelayanan nasabah atau *costemer service* dapat diberikan oleh berbagai pihak baik customer service, teller atau kasir. Namun, istilah customer service digunakan secara khusus untuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus melayani nasabah dengan nama *customer service*.²²

Menurut Philip Kotler yang dikutip dari buku Umar Husein yang berjudul *Metode Riset Prilaku konsumen Jasa*, bahwa jasa atau pelayanan merupakan setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.²³ Produk yang berupa jasa berbeda dengan produk yang berwujud barang, baik dari segi karakteristik maupun sifatnya.

Seperti kita ketahui bahwa sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit), serta jasa-jasa keuangan lainnya. Bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya karena tanpa kepercayaan masyarakat, mustahil bank dapat hidup dan berkembang.²⁴

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya maka bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra

²²Kasmir, *Etika Customer Service*, hal. 179.

²³Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa* (Jakarta:Ghalia Indonesia, 2003), hal. 3.

²⁴Kasmir, *Etika Customer Service*, hal. 179.

yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif.

Untuk meningkatkan citra perbankan maka bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini kita sebut *customer service* (CS) atau ada juga yang menyebutnya CA.²⁵

Jadi *customer service* dapat diartikan, adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

customer service memegang peranan yang sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.²⁶ Oleh karena itu, tugas *customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.

2. Fungsi dan Tugas Customer Service

Banyak nasabah yang masih beranggapan bahwa *customer service* (CS) itu adalah sebagai pusat informasi, padahal kenyataannya *customer service* ini juga memberikan pelayanan jasa-jasa perbankan. Untuk dapat menduduki jabatan ini ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi antara lain, memiliki pengetahuan luas tentang masalah-masalah yang berhubungan dengan masalah perbankan, harus aktif mengetahui semua informasi yang sedang terjadi diluar perusahaan, harus memiliki sifat bijaksana, tanggap, setia, dan ramah pada setiap nasabah.

²⁵Irham Fahmi, *pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi* (Bandung: ALFABETA, 2014), hal.201.

²⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, hal. 202.

Sebagai seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Kemudian *customer service* harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.²⁷

Dalam praktiknya fungsi *customer service* adalah sebagai resepsionis, sebagai deskman, sebagai salesman, sebagai *customer relation officer*, sebagai komunikator.²⁸ Dan tugas seorang *customer service* yang sesuai dengan fungsinya tersebut adalah sebagai berikut:

a. Sebagai Resepsionis

Dalam hal ini, *customer service* bertugas menerima tamu atau nasabah yang datang ke bank dengan ramah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan. Dalam hal ini *customer service* harus selalu memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam, misalnya “selamat pagi/siang/sore” sesuai dengan kondisi.

b. Sebagai Deskman

Sebagai deskman, tugas *customer service* antara lain memberikan informasi mengenai produk-produk bank, antara lain menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank. Yang perlu juga dijelaskan adalah keunggulan produk kita dibandingkan dengan produk pesaing.

Sebagai deskman, tugas *customer service* juga harus menyiapkan berbagai brosur dan formulir untuk kepentingan nasabah. Kemudian menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi sesuai dengan transaksi yang ia lakukan.

c. Sebagai Salesman

²⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, hal. 202.

²⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank*, hal. 203.

Sebagai salesman, tugas *customer service* bank adalah berusaha sekuat tenaga menjual produk perbankan. Tugas lainnya adalah melakukan cross selling terhadap penjualan yang dilakukan. Sebagai penjual, *customer service* mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru. Berusaha membujuk nasabah yang baru serta berusaha mempertahankan nasabah yang lama.

d. Sebagai *Customer Relation Officer*

Hubungan dengan nasabah harus selalu dijaga melalui berbagai cara. Nasabah terkadang sering terpengaruh oleh hal yang dilakukan pesaing. Jika kita mengalami gangguan dengan nasabah, bukan tidak mungkin nasabah kita akan beralih ke bank pesaing kita.

Dalam hal ini, tugas seorang *customer service* harus menjaga image bank dengan cara membina hubungan baik dengan seluruh nasabah sehingga nasabah merasa senang, puas, dan makin percaya kepada bank. Yang terpenting adalah sebagai penghubung antara bank dengan seluruh nasabah.

e. Sebagai Komunikator

Tugas *customer service* yang terakhir adalah sebagai komunikator dengan cara memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. Selain itu, juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi.

Dalam arti yang lebih luas, tugas sebagai komunikator adalah mengkomunikasikan kepentingan bank dengan kepentingan nasabah. Mungkin ada komunikasi yang terputus-putus atau tersendat yang perlu diperbaiki. Komunikasi penting karena akan dapat mempererat hubungan antara nasabah dengan bank.²⁹

²⁹ Kasmir, *Etika Customer Service*, hal. 191.

Dalam pelayanan di bank customer service mempunyai tanggungjawab dalam menjalankan tugasnya, sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab kepada pemimpin.
- b. Secara efektif memberikan perbaikan kualitas operasi dan layanan bank yang telah ada dan yang akan diterapkan.
- c. Melakukan koordinasi dan bekerja sama dengan bagian lainnya dalam memproses dan meningkatkan kualitas layanan bank.
- d. Sebagai penghubung antara nasabah dengan bagian-bagian yang terkait dan batasan diatas wewenangnya.
- e. Menjamin tetap terjadinya hubungan yang baik dan memuaskan bagi para nasabah, dimana dalam hal ini menghimpun para nasabah.
- f. Memberikan informasi mengenai semua jenis produk dan jasa bank termasuk manfaat dan keuntungannya bagi nasabah.³⁰

3. Peran *Customer Service*

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

- a. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
- b. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.³¹

Seorang *customer service* dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan diembannya terutama yang

³⁰<http://tugas2kuliah.wordpress.com/2017/02/10/skripsi-perbankan-perbandingan-tingkat-kepuasan-nasabah-terhadap-pelayanan-customer-service-antara-bri-dan-bank-sulsel>, Diakses pada: 10-Februari-2017.

³¹Kasmir, *Etika Customer Service*, hal. 181.

berkenaan dengan pelayanan terhadap nasabah. Dasar-dasar pelayanan perlu dikuasai oleh seorang *customer service* sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah sangat beragam. Ada beberapa dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami, sebagai berikut :

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapih dan bersih,

Artinya petugas *customer service* harus mengenakan baju dan celana yang sepadang dengan kombinasi yang menarik. *Customer service* juga harus berpakaian necis tidak kumal dan baju lengan panjang jangan digulung. Terkesan pakaian yang dikenakan benar-benar memikat konsumen. Gunakan pakaian seragam jika petugas *customer service* diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan.

- b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum dalam melayani nasabah petugas *customer service* tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi.

Petugas *customer service* juga harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah petugas *customer service* haruslah murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.

- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal.

Pada saat nasabah datang petugas *customer service* harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu, apa yang dapat kami bantu.

- d. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan,

Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati tamu serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya.

- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.

Artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan Bahasa Indonesiayang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.

- f. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu atau kurang semangat.

Tunjukkan pelayanan yang prima seolah-olah memang anda sangat tertarik dengan keinginan kemauan nasabah.

- g. Jangan menyela dan memotong pembicaraan.

Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah. Kalau terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.

- h. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan, setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan aguman-agumen yang masuk akal.

Petugas *customer service* juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

- i. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan,

Artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh *customer service*, maka harus meminta bantuan petugas yang mampu.

- j. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.

Artinya jika pada saat tertentu, petugas *customer service* sibuk dan tidak dapat melayani salah satu nasabah, maka beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani dengan simpatik.³²

³² Kasmir, *Pemasaran Bank*, hal. 205.

Dalam melayani nasabah sangat diperlukan berbagai sikap *customer service* yang mampu menarik minat nasabah dalam berhubungan dengan *customer service*. Beberapa sikap yang harus diteladani oleh seorang *customer service* adalah:

- a. Beri kesempatan nasabah berbicara untuk mengemukakan keinginannya, dalam hal ini petugas *customer service* harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.
- b. Dengarkan baik-baik, Selama nasabah mengemukakan pendapatnya dengar dan simak baik-baik tanpa membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah, terutama gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan.
- c. Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai bicara, Sebelum nasabah selesai bicara petugas *customer service* dilarang memotong atau menyela pembicaraan. Usahakan nasabah sudah benar-benar selesai baru petugas *customer service* menanggapi.
- d. Ajukan pertanyaan setelah nasabah berbicara, Pengajuan pertanyaan kepada nasabah baru dilakukan apabila nasabah sudah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik, singkat dan jelas.
- e. Jangan marah dan jangan mudah tersinggung, Cara bicara, sikap ataupun bicara jangan sekali-kali menyinggung nasabah. Kemudian *customer service* jangan mudah marah terhadap nasabah yang bertemperamen.
- f. Jangan mendebat nasabah, Jika ada hal-hal yang kurang disetujui usahakan beri penjelasan sopan dan jangan sekali-kali berdebat atau memberikan argumen yang tidak dapat diterima oleh nasabah.
- g. Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu bersikap tenang, Dalam melayani nasabah sikap sopan santun, ramah tamah harus selalu dijaga. Begitu

pula dengan emosi harus tetap terkendali dan selalu berlaku tenang dalam menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan.

- h. Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya, Sebaiknya petugas *customer service* tidak menangani tugas-tugas yang bukan menjadi wewenangnya. Serahkan kepada petugas yang berhak, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.
- i. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu, Nasabah yang
- j. Datang ke bank pada prinsipnya ingin dibantu. Oleh karena itu, berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa memang kita ingin membantu nasabah.³³

B. Loyalitas

1. Pengertian Loyalitas

Loyalitas berasal dari kata dasar “Loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Usaha untuk memperoleh nasabah yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari nasabah potensial sampai memperoleh rekan kerjasama.³⁴

loyalitas nasabah atau pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun

³³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, hal. 208.

³⁴ <http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2017/02/10/definisi-loyalitas-pelanggan/>,

pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.³⁵

Menurut Griffin (1995) yang dikutip dari buku Ali Hasan yang berjudul *Marketing Bank Syariah* loyalitas konsumen adalah komitmen yang kuat dari konsumen, sehingga bersedia melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang disukai secara konsisten dan dalam jangka panjang tanpa terpengaruh oleh situasi dan usaha-usaha marketing dari produk lain yang berusaha membuat beralih untuk membeli produk lain tersebut.³⁶ Richeld dalam pauntu (2002) menyatakan loyalitas konsumen merupakan tingkat dimana konsumen akan tetap menggunakan elemen penting yang membentuk perilaku membeli konsumen. Dengan membuat konsumen loyal, maka perusahaan dapat meningkatkan profitabilitasnya, karena konsumen akan membeli lebih banyak lagi sehingga penjualan akan meningkat.³⁷

Menurut Assael (1992) dikutip dari buku Ali Hasan yang berjudul *Marketing Bank Syariah* menyatakan bahwasannya istilah loyalitas lebih mengimplementasikan sebuah komitmen daripada sekedar pembeli berulang. Fakta menunjukkan bahwa dengan sikap dan perilaku akan menghasilkan suatu gambaran loyalitas merek yang diterima. Dengan demikian terdapat beberapa karakteristik umum yang dapat diidentifikasi apakah seorang konsumen mendekati loyal atau tidak.³⁸ Selanjutnya dikemukakan empat hal yang menunjukkan kecenderungan konsumen yang loyal yaitu :

- a. Konsumen yang loyal terhadap merek cenderung percaya diri terhadap pilihannya.
- b. Konsumen yang loyal lebih memungkinkan merasakan resiko yang lebih tinggi dalam pembeliannya.

³⁵ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, hal. 129.

³⁶ Ali Hasan, "Marketing Bank Syariah" (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010) hal. 27.

³⁷ Ali Hasan, "Marketing Bank Syariah" hal. 27.

³⁸ Ali Hasan, "Marketing Bank Syariah" hal. 28.

- c. Konsumen yang loyal terhadap merek juga memungkinkan loyal terhadap empat produksi barang atau jasa.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih.

2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Adapun pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Melakukan pembelian secara teratur (makes regular repeat purchases)
- b. Membeli diluar lini produk atau jasa (purchases across product and service lines).
- c. Mereferensikan produk perusahaan kepada orang lain (Refers other).
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (Demonstrates an immunity to the full of the competition).³⁹

3. Pengukuran Loyalitas

Menurut Palilati(2004) mengemukakan bahwa loyalitas nasabah dapat diukur melalui lima indikator variabel yaitu:

- a. Pembelian ulang
- b. Rekomendasi
- c. Menambah jumlah tabungan
- d. Menceritakan hal positif
- e. Kesiediaan menerima bunga yang rendah atau biaya yang tinggi

Sedangkan menurut Tjiptono (2002:122) loyalitas nasabah dapat diukur dengan 3 indikator yaitu :

³⁹ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, hal. 130.

- a. *Repeat*, yaitu apabila nasabah membutuhkan barang atau jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan.
- b. *Retention*, yaitu ia tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain.
- c. *Referral*, apabila jasa yang diterima memuaskan, maka nasabah akan memberitahukan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima ia tidak akan bicara pada pihak lain, tapi justru akan memberitahukan layanan yang kurang memuaskan tersebut pada pihak penyedia dana.

4. Tingkatan konsumen yang loyal

Konsumen yang berbeda akan mempunyai derajat loyalitas yang berbeda tercermin dalam perilaku terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi. Griffin (1995) membagi tingkatan konsumen yang loyal dalam beberapa tingkatan yaitu:

- a. *Suspect* (tersangka) yaitu semua orang yang mungkin akan membeli barang atau jasa.
- b. *Prospects* (yang diharapkan) yaitu semua yang memiliki kebutuhan akan barang tertentu dan mempunyai keyakinan untuk membelinya.
- c. *Disqualified Prospect* (yang tidak berkemampuan) yaitu orang yang telah mengetahui keberadaan barang atau jasa tertentu tapi tidak mempunyai kemampuan untuk membeli barang atau jasa tersebut.
- d. *First time customer* (pembeli baru) yaitu konsumen yang membeli untuk pertama kalinya, mereka masih menjadi konsumen baru.
- e. *Repeat customer* (pembeli berulang) yaitu konsumen yang telah membeli barang atau jasa lebih dari satu kali.
- f. *Client* (pengguna tetap) yaitu konsumen yang telah membeli barang atau jasa secara teratur.
- g. *Advocate* yaitu pelanggan tetap yang merekomendasikan atau mengajak teman-temannya untuk membeli barang atau jasa tertentu.

5. Mamfaat Loyalitas Nasabah/Konsumen

Griffin(1995) mengemukakan bahwa dengan meningkatkan loyalitas konsumen maka akan memberikan keuntungan bagi perusahaan, setidaknya dalam beberapa hal berikut :

- a. Menurunkan biaya pemasaran, bahwa biaya untuk menarik pelanggan baru jauh lebih besar jika dibandingkan dengan memmpertahankan pelanggan lama.
- b. Menurunkan biaya transaksi, seperti biaya biaya negosiasi kontrak, pemrosesan pemesanan, pembuatan *account* baru, dan biaya lain-lain.
- c. Menurunkan biaya honor konsumen, karena tingkat kehilangan konsumen rendah.
- d. Meningkatkan penjualan yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.
- e. *Word of Mouth* (dari mulut kemulut) yang bertambah, dengan asumsi bahwa pelanggan yang setia berarti puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan.
- f. Menurunkan biaya kegagalan, seperti penggantian atas produk yang rusak.

6. Jenis Loyalitas

Empat jenis loyalitas adalah sebagai berikut⁴⁰:

a. Tanpa Loyalitas

Untuk berbagai alasan beberapa pelanggan tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu. Keterikatan yang rendah terhadap barang atau jasa dikombinasikan dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan tidak adanya loyalitas.

b. Loyalitas yang lemah

Kerikatan yang rendah digabung dengan pembelian berulang yang tinggi menghasilkan loyalitas yang lemah. Pelanggan ini membeli karena

⁴⁰ Ebert Griffin, *Pengantar Bisnis*,Hal 22.

kebiasaan. Dengan kata lain faktor nonsikap dan factor situasi merupakan alasan utama membeli. Loyalitas jenis ini paling umum terjadi pada produk yang sering dibeli.

c. Loyalitas Tersembunyi

Tingkat preferensi yang relatif tinggi digabung dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi.

Bila pelanggan memiliki loyalitas tersembunyi, pengaruh situasi dan bukan pengaruh sikap yang menentukan pembelian berulang.

d. Loyalitas Premium

Loyalitas premium, jenis loyalitas yang paling dapat ditingkatkan, terjadi bila ada tingkat ketertarikan yang tinggi dan tingkat pembelian berulang yang tinggi juga. Ini merupakan jenis loyalitas yang paling disukai untuk semua pelanggan disemua perusahaan. Pada tingkat preferensi paling tinggi tersebut orang bangga karena menemukan dan menggunakan produk tertentu dan senang membagi pengetahuan mereka dengan rekan dan keluarga.

C. Nasabah

1. Pengertian Nasabah

Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, nasabah adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Nasabah adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk. Nasabah adalah Seseorang yang beberapa kali datang ketempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan.⁴¹

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain.⁴²Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah adalah

⁴¹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal.143.

⁴² <http://id.wikipedia.org/wiki/nasabah>, Diakses 10- februari - 2017.

seseorang ataupun badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank. Maka dari itu nasabah penabung termasuk juga nasabah bank yang harus dipenuhi keinginan dan kebutuhannya. Nasabah penabung disini merupakan nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.⁴³ Jadi nasabah penabung ini menitipkan sebagian dana yang dimilikinya untuk diolah oleh bank yang bersangkutan dan dengan cara menabung ini nasabah akan merasa aman.

Semakin lengkap jasa bank yang diberikan maka semakin baik, hal ini disebabkan jika nasabah hendak melakukan sesuatu transaksi perbankan cukup berhenti di satu bank saja. Demikian pula sebaliknya, jika jasa bank yang diberikan kurang lengkap, maka nasabah terpaksa untuk mencari bank yang lain yang menyediakan jasa yang mereka butuhkan.⁴⁴ Dalam praktiknya, nasabah dibagi dalam tiga kelompok:

a. Nasabah baru

Nasabah jenis ini baru pertama kali datang ke perusahaan, yang kedatangannya hanya sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah mau melakukan transaksi. Jika semula kedatangannya hanya mau untuk memperoleh informasi namun karena sikap kita yang baik bukan tidak mungkin nasabah akan melakukan transaksi.

b. Nasabah biasa

Artinya nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan kita, namun tidak rutin. Jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi. Hanya saja frekuensi melakukan transaksi dan kedatangannya belum terlalu sering.

⁴³ Undang-Undang *Tentang Perbankan* No.10 Tahun 1998.

⁴⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hal. 113.

c. Nasabah utama (primer)

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

2. **Sifat-sifat Nasabah**

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

a. Nasabah adalah raja

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

b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

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

c. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung

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

⁴⁵ Kasmir, *Etika Customer Service*, hal. 67-68.

d. Nasabah mau diperhatikan

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

e. Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

Pendapatan 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.⁴⁶

3. Sebab-sebab Nasabah Meninggalkan Bank

Banyak sebab nasabah kabur meninggalkan bank, baik untuk sementara waktu atau selamanya. Agar kejadian ini tidak terulangi, maka seorang karyawan bank terlebih lagi *Customer Service* harus tahu sebab-sebab nasabah kabur meninggalkan bank. Berikut ini beberapa sebab nasabah meninggalkan bank:

a. Pelayanan yang tidak memuaskan.

Banyak hal yang menyebabkan nasabah tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Nasabah merasa tidak dilayani dengan baik (dicuekin), merasa disepelekan, tidak diperhatikan, atau nasabah merasa tersinggung.

b. Produk yang tidak baik

Kelengkapan produk yang ditawarkan kurang sehingga pilihan yang sesuai dengan keinginan nasabah tidak tersedia. Produk yang ditawarkan tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dibandingkan dengan produk yang ditawarkan pesaing.

c. Ingkar janji, tidak tepat waktu

⁴⁶ Kasmir, *Manajemen Perbanka*, hal. 230.

Petugas *Customer Service* tidak menepati janji seperti waktu pelayanan. Begitu juga dengan penyelesaian pekerjaan yang tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

d. Biaya yang relatif mahal

Biaya yang dibebankan kepada nasabah relatif mahal jika dibandingkan dari bank pesaing. Hal ini juga menyebabkan nasabah lari dari bank yang bersangkutan.⁴⁷

Untuk mengatasi hal-hal tersebut diatas, maka perlu diketahui cara-cara membuat nasabah betah berurusan dengan bank sebagai berikut:

- a. Petugas *Customer Service* yang menarik dari segi penampilan dan gaya bicara yang tidak membosankan.
- b. Cepat tanggap keinginan nasabah dan cepat mengerjakan atau melayani nasabah. Di samping itu, pelayanan yang diberikan harus benar dan tepat waktu.
- c. Ruang tunggu yang nyaman seperti ruangan yang lebar, sejuk, penerangan yang cukup, dekorasi yang indah, suasana tenang, kebersihan selalu terjaga, nasabah selalu merasa aman, tempat duduk yang nyaman, serta tersedia bahan bacaan.
- d. Brosur yang tersedia lengkap dan mampu menjelaskan segala sesuatu sehingga sesuai dengan keinginan nasabah.⁴⁸

D. Penelitian Terdahulu

Mela Diana Ari Cendani dengan judul “Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah pada PT. Bank Jatim (persero) tbk Kantor Cabang Malang”. Tahun 2008, Universitas Muhammadiyah Malang. Rumusan masalah: Bagaimana peran *customer service* dalam meningkatkan pelayanan kualitas terhadap nasabah khususnya nasabah pada Bank Jatim cabang

⁴⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, hal. 236.

⁴⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, hal. 236.

Malang dan bagaimana strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan nasabah?

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi, observasi, dan interview. Analisis data menggunakan data kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti menyimpulkan bahwa peran customer service dalam meningkatkan kualitas nasabah adalah dengan meningkatkan pelayanan nasabah untuk memberikan kepuasan kepada para nasabah sehingga akan terjalin kerjasama yang selaras, seimbang dan harmonis. Serta strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan nasabah adalah melayani nasabah dengan selalu mengutamakan prinsip pelayanan prima dan mengajak calon nasabah yang lain.⁴⁹

Reni Mardiani dengan judul “peranan customer service dalam menjaga loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung”. Tahun 2007, Universitas Padjadjaran Bandung. Rumusan Masalah: Bagaimana peranan customer service dalam menjaga loyalitas nasabah PT.

Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung?. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan wawancara, observasi, dan studi literature. Objek observasi adalah bagian *Customer Service* PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung.

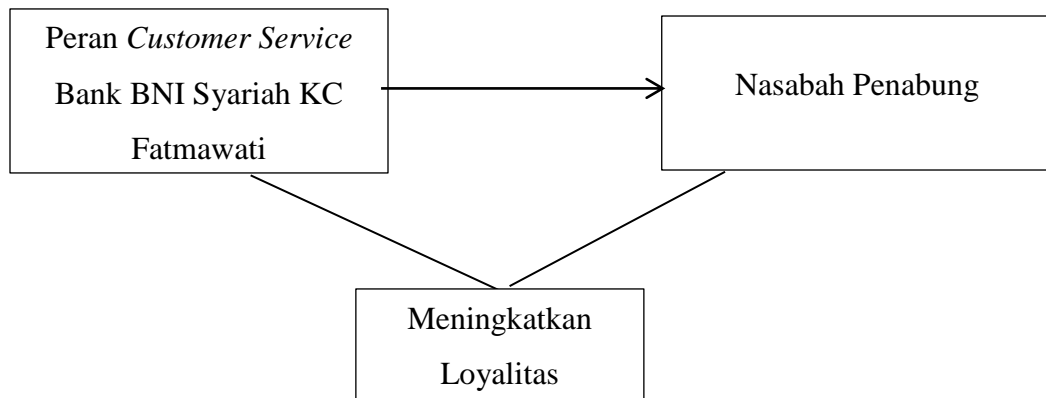
Hasil dari pengamatan yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa *Customer Service* memiliki peranan penting dalam usaha mempertahankan loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung.

⁴⁹Mela Diana ari Cendani, tahun 2017, Universitas Muhammadiyah Malang, skripsi dengan judul “peran customer service dalam meningkatkan kualitas pelayanan nasabah pada PT. Bank Jatim (persero)tbk kantor cabang malang” dalam <http://digilib.umm.ac.ai/gdl>. Diakses 7-februari-2017.

Maka *customer service* harus dibekali dengan berbagai keahlian sebagai penunjang untuk menjadi *customer service* yang baik ketika melayani nasabah.⁵⁰

Dari penelitian terdahulu ini persamaanya adalah pada pelayanan *customer service* terhadap nasabah dimana penelitian tersebut sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaan dari penelitian terdahulu tersebut adalah untuk Mela diana ari cendani menggunakan dokumentasi, observasi dan interview. Sedangkan Reni Mardiani menggunakan observasi, wawancara dan studi literature.

E. Kerangka Berpikir (Paradigma)



Gambar 1

Kerangka Berfikir

Nasabah adalah sumber bagi bank dalam menghimpun dana. Kecenderungan nasabah (penabung) untuk menabung akan merasa terpuaskan dan merasa aman dengan pelayanan pada lembaga perbankan syariah dan juga sangat dipengaruhi oleh peran *customer service* yang memberikan kenyamanan pada nasabahnya agar loyalitas nasabah khususnya nasabah penabung tersebut meningkat pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati.

⁵⁰ Reni Mardiani, 2017, Universitas Padjadjaran Bandung, skripsi dengan judul "*peranan customer service dalam menjaga loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung*" dalam <http://lib.fikom.unpad.ac.id/digilib/gdl>. diakses 6 februari 2017

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian adalah ilmu yang mempelajari tentang metode-metode penelitian, ilmu tentang alat dalam penelitian.⁵¹ Metode penelitian dapat diartikan bahwa sebagai suatu bahasan yang membahas secara teknik metode-metode yang digunakan dalam sebuah penelitian. Penelitian merupakan suatu proses, yaitu merupakan kegiatan dari yang meliputi kegiatan mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menganalisis suatu data atau peristiwa. Penelitian juga berarti melakukan kegiatan dengan langkah-langkah yang sistematis dan terencana sejak persiapan atau perencanaan penyelenggaraan penelitian sampai dengan tersusunya sebuah laporan penelitian.⁵²

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. David Williams menulis bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah. Sedangkan Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁵³

Penggunaan pendekatan kualitatif ini antara lain didasarkan pada pertimbangan bahwa dengan pendekatan ini dapat membantu peneliti dengan

⁵¹ Noeng Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta : Raka Barasir, 1998) hal. 6.

⁵² Supardi, *Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis* (Jakarta: UII Press Yogyakarta (anggota IKAPI,2005), hal.37.

⁵³ Supardi, *Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis*, hal.3.

menjelaskan kenyataan-kenyataan yang dihadapi di lapangan. Juga dapat membantu peneliti berinteraksi langsung dengan subjek penelitian tentang peranan *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah menabung pada bank BNI Syariah KC fatmawati.

2. Jenis Penelitian

Dipandang dari sifat rancangan penyelidikannya, penelitiannya bersifat deskriptif yaitu penelitian tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesa tertentu, tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau suatu keadaan. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya. Untuk itu penulis bermaksud menjabarkan tentang peranan *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung pada Bank BNI Syariah KC Famawati.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana proses study yang digunakan untuk memperoleh pemecahan masalah penelitian berlangsung.⁵⁴ Pemilihan suatu lokasi penelitian harus didasari dengan pertimbangan yang baik agar bisa berjalan sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Untuk itu suatu lokasi penelitian dipertimbangkan melalui mungkin tidaknya untuk dimasuki dan dikaji lebih mendalam. Selain itu penting juga dipertimbangkan apakah lokasi penelitian tersebut memberi peluang yang menguntungkan bagi peneliti untuk dikaji lebih dalam.

Lokasi dalam penelitian ini adalah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati RT.2/RW.5,Cilandak,Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta.

⁵⁴ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), hal. 53.

C. Kehadiran Peneliti

Sesuai dengan jenis penelitian yang peneliti lakukan, untuk memperoleh data sebanyak mungkin dan mendalam selama kegiatan penelitian di lapangan dalam penelitian kualitatif, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama sehingga kehadiran peneliti di lapangan mutlak diperlukan.⁵⁵ Dengan kata lain kehadiran peneliti sangat diperlukan untuk mengkaji lebih mendalam tentang rumusan masalah yang dibahas.

Peneliti akan melakukan observasi langsung, melakukan wawancara dengan karyawan yaitu bagian *Customer Service* dan juga pimpinan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati tersebut. Dengan demikian dapat menyimpulkan data dari gabungan hasil wawancara dan pengamatan secara langsung. Untuk mendukung pengumpulan data dari sumber yang ada di lapangan, peneliti memanfaatkan buku tulis dan bolpoin sebagai pencatat data.

D. Sumber Data

1. Sumber data Primer
 - a. Person, yaitu individu atau perseorangan. Sumber data yang bisa memberikan data berupa suatu jawaban lisan melalui wawancara atau dalam penelitian ini bisa disebut dengan informan. Peneliti disini akan melakukan wawancara dengan petugas bagian customer service.
 - b. Place, yaitu sesuatu yg dipakai untuk menaruh (menyimpan, meletakkan, dan sebagainya); wadah, ruang (bidang, rumah, dan sebagainya) yang tersedia untuk melakukan sesuatu. Dalam hal ini yang berkaitan dengan tempat atau tentang kondisi yang berlangsung dan berkaitan dengan masalah yang dibahas yaitu mengamati situasi dan kondisi di Bank BNI Syariah Kantor Cabang khususnya peran customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah untuk menabung.

⁵⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2005), hal.4.

- c. Paper, yaitu sumber data yang menyajikan data berupa huruf-huruf, angka, gambar dan simbol-simbol yang lain. Data ini bisa diperoleh dari buku administrasi kantor, data demografi, data struktur organisasi di Bank BNI Syariah KC Fatmawati dan data denah kantor. Serta beberapa dokumen yang berupa buku yang diperoleh dari kantor bank tersebut.
2. Sumber data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua setelah data primer. Pada data sekunder ini peneliti memakai buku-buku yang berisi tentang perbankan syariah, serta materi yang terkait dengan tema atau judul tersebut.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah sebuah urut informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan problem tertentu.⁵⁶ Menurut Burhan “data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang dapat diperoleh di lokasi penelitian”.⁵⁷ Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.⁵⁸

Pada bagian ini, peneliti menentukan metode apa yang akan digunakan dalam merekam dan mengumpulkan seluruh data penelitian. Penentuan metode pengumpulan data harus relevan dengan masalah penelitian dan karakteristik sumber data serta bagaimana alasan-alasan nasional mengapa metode pengumpulan data itu digunakan.⁵⁹ Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

⁵⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hal.25.

⁵⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya* (Jakarta : Prenada Media, 2005), hal.90.

⁵⁸ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*, hal.28.

⁵⁹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*, hal.94.

a. Interview atau Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (Interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁶⁰ metode wawancara ini merupakan metode pengumpulan data yang sangat sering dipergunakan dalam penelitian. Metode wawancara sangat sederhana dan lebih mudah mempersiapkan dan melaksanakannya.

Wawancara yang peneliti terapkan adalah jenis pembicaraan dengan pertanyaan yang diajukan itu sudah disiapkan sebelumnya oleh pewawancara dan terwawancara menjawab dengan spontan tanpa dibuat-buat. Pembicaraan dimulai dari hal-hal umum menuju hal-hal yang khusus. Sehingga terwawancara seolah-olah tidak menyadari bahwa ia sedang di wawancarai. Dan metode wawancara ini adalah metode pengumpulan data yang berinteraksi langsung dengan responden yaitu petugas *Customer Service*.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu. Oleh karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta di bantu dengan panca indra lainnya.⁶¹ Dengan demikian teknik atau metode observasi ini di lakukan untuk mengetahui lebih dekat tentang objek yang di teliti. Pedoman observasi merupakan alat bantu yang digunakan untuk pengumpulan data-data melalui pengamatan dan pendekatan yang sistematis terhadap beberapa hal tentang objek penelitian. Observasi mempunyai peranan yang penting pada pengumpulan data dalam penelitian deskriptif. Hal ini dikarenakan jenis-jenis informasi tertentu dapat diperoleh dengan baik melalui pengamatan langsung oleh peneliti, akan tetapi

⁶⁰ Lexy J. moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hal.186.

⁶¹ Burhan Bungin, *Metodologi penelitian kuantitatif*, hal. 135

dalam observasi tidak boleh kita lakukan secara acak-acakan atau tanpa rencana. Sebaliknya dalam mencatat data observasi harus juga didasari pertimbangan-pertimbangan tertentu yang kemudian mengadakan suatu penilaian.

Ditinjau dari kerangka perencanaan terhadap obyek yang diamati, maka peneliti menggunakan metode observasi sistematis. Observasi sistematis yaitu observasi dengan melakukan perencanaan dan perumusan materi yang akan diamati sebagai pedoman pelaksanaan observasi.⁶²

Pada metode observasi ini, peneliti ikut melibatkan diri pada kegiatan *Customer Service* dalam melayani nasabahnya yaitu nasabah penabung dan pengguna jasa agar peneliti dapat melakukan pengamatan secara mendalam. Sedangkan observasi sistematis, peneliti lakukan dengan membuat perencanaan kondisi-kondisi yang akan peneliti amati dari observasi ini peneliti mendapatkan gambaran umum Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati serta mengenai bagaimana peranan customer service itu dalam meningkatkan loyalitas nasabah khususnya nasabah penabung agar tetap nyaman dan aman menggunakan jasa Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati tersebut.

c. Dokumentasi

Dokumen adalah rekaman peristiwa yang lebih dekat dengan percakapan, persoalan pribadi dan memerlukan interpretasi yang berhubungan sangat dekat dengan rekaman peristiwa tersebut dan mengumpulkan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia. Data yang digali dari wawancara dan pengamatan diperlukan sebagai suatu dokumen. Dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data yang digunakan dalam

⁶² Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, hal. 139.

metode penelitian sosial. Pada intinya metode dokumentasi ialah metode yang dipergunakan untuk menelusuri data historis. Dengan adanya metode seperti ini, peneliti mencari dan mendapatkan data data primer yaitu data secara tertulis seperti laporan naskah-naskah kearsipan dan data berupa gambar yang ada di Bank BNI Syariah KC Fatmawati.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Menurut Milles dan Huberman analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu:

a. Reduksi data

Merupakan sebuah hasil dari catatan lapangan dengan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian dan penyederhanaan-penyederhanaan.

b. Penyajian data

Dengan arti lain data ini merupakan sebuah hasil dari proses penyusunan secara sistematis bertujuan untuk memperoleh kesimpulan sebagai temuan penelitian.

c. Penarikan data

Catatan yang diambil dari berbagai sumber yang ada dan dari hasil-hasil observasi dapat disimpulkan masalah-masalah yang sesuai dengan fokus penelitian penulis.⁶³

⁶³ Ahmad tanzeh dan Suyitno, *Dasar-dasar penelitian cetakan pertama* (Surabaya: Elkaf, 2006), hal. 231.

Metode yang penulis gunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah induktif. Metode induktif adalah metode yang dinilai dari analisis berbagai data yang terhimpun dari suatu penelitian, kemudian bergerak kearah pembentukan kesimpulan kategori atau ciri-ciri umum tertentu.⁶⁴

Dengan demikian metode induktif merupakan proses dimana peneliti mengumpulkan data dan kemudian mengembangkannya menjadi suatu teori. Dimana data yang berhasil peneliti kumpulkan dari lokasi penelitian, selanjutnya dianalisa dan kemudian disajikan secara tertulis dalam laporan tersebut, yaitu berupa data yang ditemukan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh dari Bank BNI Syariah KC Fatmawati. Penerapannya adalah dengan cara mengolah data yang masih umum yang berupa jawaban dari *Customer Service* pada Bank BNI Syariah KC Fatmawati.

G. Pengecekan Keabsahan Temuan

Agar data yang ditemukan di lokasi penelitian bisa memperoleh keabsahan data, maka dilakukan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan beberapa teknik pemeriksaan tertentu, yaitu:

1. Perpanjangan keikutsertaan

Sebelum melakukan penelitian secara formal di Bank BNI Syariah KC Fatmawati maka peneliti melakukan penelitian awal. Terlebih dulu peneliti menyerahkan surat permohonan penelitian kepada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati. Hal tersebut dimaksudkan untuk memperoleh sambutan yang baik dalam penelitian ini dari awal hingga akhir. Pada penelitian kualitatif, keikutsertaan peneliti sangat diperlukan dalam pengumpulan data dan keikutsertaan tersebut tidak dapat dilakukan secara singkat tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan pada latar penelitian. Pada penelitian ini penulis menjadi instrument penelitian. Keikutsertaan penulis dalam mengumpulkan data tidak cukup bila dalam waktu singkat, tetapi memerlukan

⁶⁴ Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, hal. 103.

perpanjangan kehadiran pada latar penelitian agar terjadi peningkatan derajat kepercayaan atas data yang dikumpulkan.

Perpanjangan kehadiran dalam penelitian ini dilakukan dengan pertimbangan situasi dan kondisi di lapangan serta data yang telah terkumpul. Dengan perpanjangan kehadiran tersebut, peneliti dapat mempertajam fokus penelitian dan diperoleh data yang lengkap.

2. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Ada empat macam triangulasi yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori yaitu.⁶⁵

a. Penulis menggunakan sumber

Artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda.

b. Penulis menggunakan metode

Menurut Patton terdapat dua strategi:

- 1) Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data.
- 2) Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data menggunakan metode yang sama.

c. Penyidik

Yaitu dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data.

d. Penulis menggunakan teori

Menurut Lincoln dan Guba, berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori.⁶⁶

⁶⁵ Lexy J. moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hal. 330.

⁶⁶ Lexy J. moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hal. 330-331.

3. Pemeriksaan sejawat

Teknik ini dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan sejawat.⁶⁷ Pengecekan sejawat yang dimaksudkan disini adalah mendiskusikan proses dan hasil penelitian dengan dosen pembimbing atau teman mahasiswa yang sedang/telah mengadakan penelitian kualitatif atau pula orang yang berpengalaman mengadakan penelitian kualitatif. Hal ini dilakukan dengan harapan peneliti mendapatkan masukan-masukan baik dari segi metodologi maupun konteks penelitian. Disamping itu, peneliti juga senantiasa berdiskusi dengan teman pengamat yang ikut terlibat dalam pengumpulan data untuk merumuskan kegiatan pemberian tindakan selanjutnya.

Berhubung dalam penelitian ini peneliti melakukan sendiri, maka peneliti berdiskusi dengan teman sejawat yang memiliki pengetahuan dalam bidang customer service bank, metode penelitian, dan yang bisa diajak bersama-sama membahas data yang peneliti temukan. Dalam diskusi ini juga dapat dipandang sebagai usaha untuk mengenal persamaan dan perbedaan teman terhadap data yang diperoleh.

H. Tahap-Tahap Penelitian

Tahap-tahap ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu: “tahap-tahap pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan, tahap analisis data, dan tahap pelaporan.”

1. Tahap pra lapangan

Pada tahap ini peneliti melakukan berbagai macam persiapan sebelum terjun ke dalam kegiatan penelitian, diantaranya melihat situasi dan kondisi lokasi penelitian, hal ini dilaksanakan guna melihat sekaligus mengenal unsur-unsur dan keadaan alam pada latar penelitian. Peneliti disini akan mulai mengumpulkan buku-buku

⁶⁷ Lexy J. moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hal. 332.

penunjang dan pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan kepada informan untuk memperoleh data yang diinginkan.

2. Tahap pekerjaan lapangan

Tahap ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan fokus penelitian dari lokasi penelitian. Dalam proses pengumpulan data ini peneliti menggunakan metode observasi, wawancara maupun dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian.

3. Tahap analisis data

Pada tahap ini peneliti menyusun semua data yang terkumpul secara sistematis dan terperinci. Sehingga data tersebut mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain secara jelas.⁶⁸

4. Tahap pelaporan

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari tahap penelitian yang peneliti lakukan. Tahap ini dilakukan dengan membuat laporan tertulis dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

⁶⁸ Lexy J. moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hal. 127.

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Kondisi Objektif Bank BNI Syariah

a. Letak Geografis Bank BNI Syariah KC Fatmawati

Bank BNI Syariah KC Fatmawati terletak di kota Jakarta lebih dekatnya di jalan Rumah Sakit Fatmawati No. 30 C-30 D RT/RW 02/05 Kelurahan Cilandak Barat, Kecamatan Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12430.

b. Profil Bank BNI Syariah

Tabel 1
Profil Bank BNI Syariah⁶⁹

Nama Perusahaan	PT BANK BNI SYARIAH
Alamat Perseroan	Gedung Tempo Pavilion 1 Jl. HR Rasuna Said Kav. 10-11, Lt 3-6, Jakarta 12950, Indonesia
No. Telp/Fax	+62-21 2970 1946 (T)/+62-21 2966 7947 (F)
Alamat Website	www.bnisyariah.co.id
Alamat Email	info@bnisyariah.co.id
Kegiatan Usaha	Bergerak di Bidang Usaha Perbankan Syariah sesuai dengan Anggaran Dasar BNI Syariah No. 160 tanggal 22 Maret 2010
Segmen Usaha Pembiayaan	- Bisnis Komersial - Bisnis Konsumer dan Ritel - Bisnis Mikro - Bisnis Tresuri dan Internasional
Kepemilikan	- PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK: 99,9%

⁶⁹www.bnisyariah.co.id, Diakses 10 Agustus 2017

	- PT BNI LIFE INSURANCE: 0,1%
Tanggal Efektif Operasional	19 Juni 2010
Dasar Hukum Pendirian	Surat Keputusan Menteri Hukum dan HAM Nomor. AHU-15574, AH.01.01.Tahun 2010, TANGGAL 25 MARET 2010
Modal Dasar	Rp 4.004.000.000.000
Modal Ditempatkan dan Disetor Penuh	RP 1.501.500.000.000
Jaringan	<ul style="list-style-type: none"> - 67 Kantor Cabang - 165 Kantor Cabang Pembantu - 17 Kantor Kas - 8 Kantor Fungsional - 22 Mobil Layanan Gerak - 202 Mesin ATM BNI - 1.500 Outlet
Lembaga dan Profesi Penunjang	<p>Kantor Akuntan Publik: Tanudiredja, Wibisana dan Rekan Plaza 89, Jl. HR Rasuna Said Kav X-7 No. 6 Jakarta 12940, PO Box 2473 JKP 10001 Telepon: +6221-5212901 Fax: +6221-52905555, 52905050 www.pwc.co.id</p> <p>Lembaga Pemeringkat Efek: PT Pefindo Panin Tower Senayan City Lt. 17</p>

	<p>Jl. Asia Afrika Lot. 19 Jakarta 10270, Indonesia Telepon: +6221-7278-2370 Website: www.pefindo.com</p> <p>Notaris: Fathiah Helmi, S.H. Graha Irama Lt. 6-C Jl. HR. Rasuna Said Kav 1-2 BI X-1 Kuningan Timur, Setiabudi Jakarta 12950 Telepon: +6221-52907304, +6221-52907305, +6221-52907306 Fax: +6221-5261136</p> <p>Wali Amanat: PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Gedung BRI, Lt. 3 Jl. Jend. Sudirman Kav. 44-46 Jakarta 10210 Telepon: 021 575 8130 Fax: 021 251 0316</p>
--	--

c. Sejarah Berdirinya Bank BNI Syariah

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu: adil, transparan, dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada

Undang-undang No. 10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Di samping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (office channeling) dengan lebih kurang 1.500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH. Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah melalui aturan syariah.

Berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu diterbitkannya UU No. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Di samping itu, komitmen pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.⁷⁰

d. Visi dan Misi Bank BNI Syariah

1) Visi Bank BNI Syariah

Visi Bank BNI Syariah adalah “Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

2) Misi Bank BNI Syariah

Misi Bank BNI Syariah diantaranya adalah sebagai berikut:

- a) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- b) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- c) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- d) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- e) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

e. Pruduk-produk Bank BNI Syariah

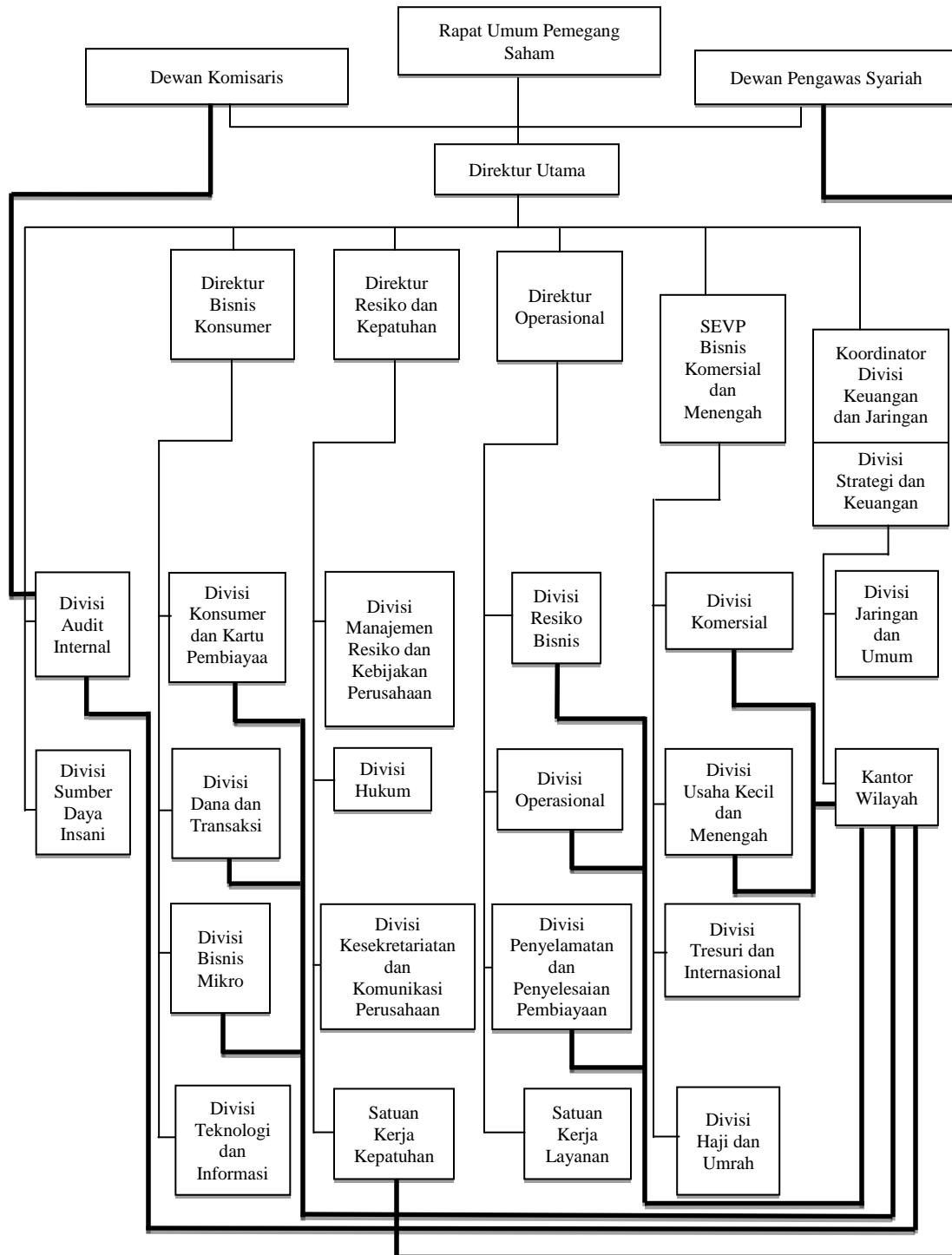
- 1) Deposito iB Hasanah : bagi hasilnya bisa sampai dengan 50% dari keuntungan bank untuk nasabah, dapat membuka deposito mulai dari Rp. 1.000.000,- , tidak ada biaya pengelolaan rekening, tidak ada denda atau biaya pinalty bila ditutup sebelum tanggal jatuh tempo.
- 2) Tabungan iB Baitullah : tidak ada biaya pengelolaan rekening, tidak ada biaya penutupan rekening, difasilitasi untuk Kartu ATM Haji dan Umroh, yang bisa digunakan pada saat nasabah berangkat haji,

⁷⁰ www.bnisyariah.co.id, Diakses 10 Agustus 2017.

terkoneksi dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu)

- 3) Tabungan iB Hasanah : tabungan sehari-hari yang difasilitasi dengan buku tabungan, kartu Hasanah Debit Silver, fasilitas e-banking, ada dua jenis akad di dalamnya Wadiah dan Mudharabah.
- 4) Tabungan iB Tunas Hasanah : Tabungan anak, yang difasilitasi dengan kartu Tunas Hasanah bisa dengan mencetak foto anak di kartunya, mengajarkan anak-anak untuk dapat menabung sedini mungkin.
- 5) Tabungan iB Tapenas Hasanah : Tabungan perencanaan, tabungan yang akan otomatis mendebet rekening induk (misalnya iB Hasanah) setiap tanggal 5 dapat dipilih jangka waktunya dari 1 tahun sampai 18 tahun, setoran bulanan dari Rp. 100.000,- s/d Rp. 5.000.000,- , biaya administrasinya hanya Rp. 500,- , bagi hasil perbulannya cukup besar 40% untuk nasabah.
- 6) Tabungan iB Bisnis Hasanah: dapat digunakan untuk transaksi bisnis, difasilitasi dengan layanan e-banking, dan kartu Debit Hasanah gold, untuk buku tabungannya akan tercetak seperti rekening koran.
- 7) Tabungan iB Prima Hasanah : Tabungan dengan fasilitas prima, mendapatkan kartu Zamrud, nasabah tidak perlu mengantri untuk mendapatkan pelayanan di petugas bank, mendapatkan fasilitas Executive Lounge di bandara.
- 8) Giro iB Hasanah : Nasabah mendapatkan fasilitas cek dan bg untuk mempermudah melakukan transaksi. Fasilitas BNI Direct.

f. Struktur Organisasi Bank BNI Syariah



Gambar 2: Struktur Organisasi Bank BNI Syariah

B. Temuan Hasil Penelitian

1. Peran *Customer Service* di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati.

Customer service (CS) adalah salah satu ujung tombak terpenting bagi perusahaan terutama dalam membangun kepuasan pelanggan. Melalui tangan *customer service* perusahaan dapat memberikan persepsi yang positif kepada pelanggan, melalui tangan *customer service* pula perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi ekspektasi pelanggan. Maka dari itu peran seorang *Customer Service* sangatlah penting di bank BNI Syariah KC Fatmawati khususnya, terutama pada pelayanan nasabah. Selain itu *Customer Service* juga mempunyai tugas memberikan penjelasan mengenai keunggulan dari produk maupun fasilitas dari bank BNI Syariah.⁷¹ Seperti yang kita ketahui bahwa *Customer Service* merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank. Dalam kedudukannya sebagai pusat dan titik kontak antara bank dengan nasabah, *Customer Service* haruslah mengetahui secara umum dan luas bentuk-bentuk pelayanan jasa dan produk bank dengan baik.

Memberikan pelayanan dan informasi kepada nasabah mengenai produk-produk dan fasilitas yang ada di Bank BNI Syariah. Sekaligus membantu nasabah melakukan aktifitas perbankan, seperti :

- a. Pembukaan rekening.
- b. Aktifasi e-banking.
- c. Melayani nasabah yang menanyakan informasi mengenai produk-produk Bank BNI Syariah.
- d. Edukasi penggunaan atm dan e-banking.
- e. Menanyakan informasi, melayani keluhan nasabah.

⁷¹Lina, Customer Service bank BNI Syariah KC Fatmawati, *Wawancara Pribadi*, 28 Agustus 2018.

Selain *Customer Service* berperan penting dalam pelayanan dan penyampaian informasi mengenai produk ataupun fasilitas dari bank BNI Syariah, *Customer Service* juga berperan dalam penanganan pengaduan keluhan-keluhan nasabah, pengadministrasian data nasabah, dan juga menjaga hubungan dengan nasabah. Pelayanan yang maksimal itu yang sesuai dengan SOP (*Standard Operating Procedures*) di bank BNI Syariah.

Sorang *Sustomer Service* dituntut untuk melayani dan menyampaikan informasi dengan baik mengenai produk-produk dan fasilitas bank. Adapun produk-produk bank BNI Syariah :

- 1) Deposito iB Hasanah : bagi hasilnya bisa sampai dengan 50% dari keuntungan bank untuk nasabah, dapat membuka deposito mulai dari Rp. 1.000.000,- , tidak ada biaya pengelolaan rekening, tidak ada denda atau biaya pinalty bila ditutup sebelum tanggal jatuh tempo.
- 2) Tabungan iB Baitullah : tidak ada biaya pengelolaan rekening, tidak ada biaya penutupan rekening, difasilitasi untuk Kartu ATM Haji dan Umroh, yang bisa digunakan pada saat nasabah berangkat haji, terkoneksi dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu)
- 3) Tabungan iB Hasanah : tabungan sehari-hari yang difasilitasi dengan buku tabungan, kartu Hasanah Debit Silver, fasilitas e-banking, ada dua jenis akad di dalamnya Wadiah dan Mudharabah.
- 4) Tabungan iB Tunas Hasanah : Tabungan anak, yang difasilitasi dengan kartu Tunas Hasanah bisa dengan mencetak foto anak di kartunya, mengajarkan anak-anak untuk dapat menabung sedini mungkin.
- 5) Tabungan iB Tapenas Hasanah : Tabungan perencanaan, tabungan yang akan otomatis mendebet rekening induk (misalnya iB Hasanah) setiap tanggal 5 dapat dipilih jangka waktunya dari 1 tahun sampai 18 tahun, setoran bulanan dari Rp. 100.000,- s/d Rp. 5.000.000,- , biaya administrasinya hanya Rp. 500,- , bagi hasil perbulannya cukup besar 40% untuk nasabah.

- 6) Tabungan iB Bisnis Hasanah: dapat digunakan untuk transaksi bisnis, difasilitasi dengan layanan e-banking, dan kartu Debit Hasanah gold, untuk buku tabungannya akan tercetak seperti rekening koran.
- 7) Tabungan iB Prima Hasanah : Tabungan dengan fasilitas prima, mendapatkan kartu Zamrud, nasabah tidak perlu mengantri untuk mendapatkan pelayanan di petugas bank, mendapatkan fasilitas Executive Lounge di bandara.
- 8) Giro iB Hasanah : Nasabah mendapatkan fasilitas cek dan bg untuk mempermudah melakukan transaksi. Fasilitas BNI Direct.
- 9) Dan masih banyak produk lainnya.

Menyampaikan keunggulan-keunggulan produk-produk bank BNI Syariah kepada nasabah, adapun keunggulan-keunggulannya.⁷²Yaitu :

- 1) Transaksi diseluruh Outlet BNI Syariah dan BNI Syariah Mikro.
- 2) Transaksi di mesin ATM BNI dan mesin CDM BNI tanpa biaya.
- 3) Transaksi di ATM jaringan ATM bersama / Link / Prima.
- 4) Transaksi di ATM luar negeri di jaringan CIRRUS.
- 5) Transaksi belanja di EDC BNI dan Mastercard.
- 6) Buka rekening sekaligus ber-Infaq.
- 7) Fasilitas E-Banking (i-Banking, m- Banking, SMS-Banking, Phone Banking).
- 8) Layanan 24 jam BNI Call (021) 1500046.
- 9) Dana nasabah dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)
- 10) Promo dan Gimmick menarik.

Dan juga *Customer Service* tetap selalu menjaga hubungan dengan nasabah dengan baik karena menjaga hubungan dengan baik dengan nasabah berarti menjaga image bank agar citra bank dapat terus meningkat dimata nasabah. *Customer Service* harus memiliki kemampuan melayani secara cepat

⁷²Lina, *Customer Service bank BNI Syariah KC Fatmawati, Wawancara Pribadi*, 28 agustus 2017.

dan tepat dan memiliki berkomunikasi yang baik agar nasabah puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Bagi seorang *Customer Service* haruslah mempunyai karakteristik atau sikap dalam melayani sesuai dengan standar layanan di bank. Dan *Customer Service* diharapkan bersikap profesional dalam melayani nasabah sesuai dengan kertas kerja layanan dengan berpedoman pada BPP dalam bekerja. Sikap seorang *Customer Service* sangatlah penting karena dengan pelayanan sikap baik maka akan memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga ketika nasabah puas terhadap sikap *Customer Service* maka nama bank akan baik di mata nasabah.

Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Heni Sulistyowati salah satu *Customer Service* di KCP (Kantor Cabang Pembantu).⁷³ bahwasannya pelayanan yang sudah maksimal itu adalah pelayanan yang selalu memperhatikan keinginan atau keperluan nasabah sehingga dapat menghasilkan pelayanan terbaik kepada nasabah, sehingga nasabah merasa loyal kepada pihak bank. Nasabah mempercayakan dananya dikelola oleh pihak bank, baik berupa tabungan ataupun deposito. Dan menyampaikan informasi kepada nasabah, dijelaskan menggunakan *sales kit* yang ada di komputer, menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh nasabah sehingga nasabah sendiri dapat menerima penjelasan yang disampaikan oleh *Customer Service*.

Ketika ada seorang nasabah mengalami kesulitan dengan bank seperti masalah atm seorang *Customer Service* memberikan empaty kepada nasabah terhadap complain tersebut, memberikan solusi dari masalahnya, memberikan edukasi kepada nasabah agar tidak terulang lagi masalah tersebut dan meminta maaf untuk ketidaknyamanan yang sudah dialami, semoga masalah tersebut tidak terulang kembali dikemudian hari.

⁷³Heni Sulistyowati, *Customer Servi KCP Ciputat, Wawancara Pribadi*, 28 September 2017.

2. Peran *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati.

Dalam upaya mempertahankan nasabah jauh lebih sulit dari pada mendapatkan nasabah baru. Setiap kegiatan usaha atau bisnis akan berlomba-lomba untuk mempertahankan nasabah dengan berbagai cara dan usaha agar nasabah tidak pindah menjadi nasabah ditempat lain. Bagaimana suatu bank, antara bank yang satu dengan bank lainnya berlomba-lomba memberikan pelayanan kepada nasabahnya dengan sebaik-baiknya. Puas atau tidaknya para nasabah terhadap pelayanan dan produk yang ditawarkan, pastinya akan memberikan imbas pada perkembangan bank tersebut.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Dela selaku *Customer Service* dibank BNI Syariah KC fatmawati bahwasannya untuk meningkatkan loyalitas nasabah adalah dengan cara menjaga silaturahmi dan komunikasi dengan nasabah sehingga akan menambah kepuasan bagi nasabah.⁷⁴

Loyalitas nasabah merupakan bagian terpenting karena dengan loyalitas nasabah/pelanggan memiliki korelasi yang positif dengan performa bisnis suatu bank. Loyalitas nasabah tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik nasabah baru. Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas nasabah akan membawa profit pada penjualan. Profit merupakan motif utama dalam dunia bisnis, dengan keuntungan maka roda perputaran bisnis dan produk maupun jasa yang ditawarkan dikembangkan dan melakukan perluasan pada pasar. Dalam jangka panjang, memperbaiki loyalitas nasabah akan lebih meningkat, yakni nasabah/pelanggan bersedia membayar lebih tinggi (pada pembeli yang sudah loyal), penyediaan layanan yang murah dan merekomendasikan ke pelanggan/nasabah yang baru. Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi

⁷⁴Dela, Customer Service Bank BNI Syariah KC Fatmawati, *wawancara pribadi*, fatmawati, 28 agustus 2017.

loyalitas pelanggan secara langsung dan tidak langsung. Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk setia kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak pada peningkatan pemasaran suatu produk. Kualitas layanan terutama pada bank sangat penting dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Kualitas layanan akan menentukan performa pada bank tersebut.

Dalam meningkatkan dan mempertahankan nasabah seorang *Customer Service* melakukan berbagai macam cara agar nasabah yang sudah menabung tetap loyal pada bank tersebut, sehingga dengan kelayakan nasabah bank akan mendapatkan keuntungan. Seperti yang kita ketahui bahwa *Customer Service* memperhatikan sistem pelayanan karena dengan pelayanan yang baik maka akan menghasilkan kepuasan terhadap nasabah. Selain dengan mengedepankan pelayanan, bank juga mengedepankan fasilitas, fasilitas yang baik akan membuat nasabah merasa nyaman dengan bank. Pada prinsipnya, definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan/nasabah, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dalam perusahaan jasa khususnya bank BNI Syariah yang bergerak pada lembaga keuangan, hal yang sering kali menjadi perhatian adalah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Karena kualitas pelayanan telah menjadi peran penting untuk pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Maksudnya adalah kualitas dan kepuasan pada pelanggan telah lama disadari menjadi suatu kunci utama yang krusial dalam kesuksesan dan keberlangsungan hidup dipersaingan pasar saat ini. karena itu, perusahaan harus lebih mencermati kualitas dan kepuasan pelanggan demi mempertahankan pelanggannya dan untuk meraih kesuksesan dalam persaingan pasar yang sangat ketat.

Hubungan antara kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah adalah kepuasan nasabah mempengaruhi perilaku membeli, dimana nasabah yang puas cenderung menjadi nasabah yang loyal, namun nasabah yang loyal tidak perlu

puas. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran. Umpan balik dan informasi merupakan elemen yang penting dalam membangun sistem pemberian pelayanan yang efektif termasuk tingkat kepuasan pelanggan dan peningkatan kualitas pada pelayanan. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Ayu Risni Pardila bahwa untuk mengukur tingkat kepuasan atau kelayakan nasabah dapat dilihat dari kesediaan nasabah untuk menggunakan kembali produk dan fasilitas bank BNI Syariah.⁷⁵ Artinya bahwa perusahaan pasti ingin mencapai kepuasan maksimal kepada pelanggan maka perusahaan mungkin dapat memperbaiki kualitas layanan dan fasilitasnya. Karena dua hal tersebut sangatlah penting bagi perusahaan untuk memuaskan pelanggannya. Sekaligus dengan adanya bukti fisik seperti tempat yang nyaman, aman dan pelayanan yang baik dibank BNI Syariah maka efeknya nasabah akan banyak yang berduyun-duyun untuk bertransaksi dengan bank BNI Syariah tersebut. Seperti yang disampaikan oleh Heni Sulistyowati cara agar nasabah berminat menabung dibank BNI Syariah dengan.⁷⁶ :

1. Menjelaskan keunggulan dari produk tersebut
2. Menjelaskan fasilitas yang diterima dari penggunaan produk tersebut
3. Menjelaskan mengenai bagi hasil dan pengelolaan dananya yang berdasarkan ketentuan syariah sehingga inshaAllah terhindar dari riba
4. Menjelaskan untuk pembukaan rekening nasabah akan otomatis berinfak
5. Menjelaskan keunggulan layanan e-banking BNI Syariah

Sehingga dengan adanya cara yang disampaikan oleh Heni Sulistyowati tersebut bank BNI Syariah akan lebih mudah dalam

⁷⁵Ayu Risni Pardila Selaku *Customer Service, Wawancara Pribadi*, 28 september 2017.

⁷⁶Heni Sulistyowati Selaku *Customer Service, Wawancara Pribadi*, 28 september 2017.

mendapatkan nasabah terutama untuk mencapai kepuasan kepada nasabah. Sehingga nasabah yang baru dan lama akan loyal.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Peran *Customer Service* di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati.

Seperti yang kita ketahui bahwa *Customer Service* adalah hubungan antara perusahaan dengan pelanggan/nasabah sebagai salah satu *stakeholders* (pemegang saham) dalam membangun opini publik agar tercipta kepercayaan pelanggan dan citra positif perusahaan. Menurut Lupiyoadi, *Customer Service* adalah aktivitas diseluruh area bisnis yang berusaha mengombinasikan antara penjualan jasa untuk memenuhi kepuasan pelanggan mulai dari pemesanan, pemrosesan hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi demi mempererat kerja sama dengan pelanggan.⁷⁷ *Customer Service* yang merupakan suatu bagian dari organisasi *frontliner*(Garis Depan) memiliki fungsi sebagai sumber informasi serta perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa pelayanan dan produk bank. Sesuai dengan fungsi inilah *Customer Service* merupakan wajah depan artinya nasabah cukup mendatangi dan menghubungi bagian *Customer Service* saja dalam berhubungan dengan bank. Selanjutnya, *Customer Service* akan menjelaskan atau mengerjakan kebutuhan nasabah tersebut dengan menghubungi bagian terkait. Hal ini dilakukan demi menjaga kepuasan, kenyamanan dan integritas dari bank syariah itu sendiri. Dalam hal ini, *Customer Service* berperan penting sebagai penghubung antara perusahaan dengan nasabah, memberikan pelayanan kepada nasabah terutama pada pelayanan komunikasi. *Customer Service* merupakan segala aktivitas perusahaan dalam hal memberikan pelayanan jasa kepada nasabah yang biasanya dikantor depan perusahaan (*front office*).bagaimana dan apa yang dilakukan oleh *Customer Service* dalam

⁷⁷Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal 139.

memberikan pelayanan kepada para nasabah dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah tersebut. Hampir setiap perusahaan memperkerjakan *Customer Service* dan kebutuhan akan tenaga ahli dalam memberikan pelayanan yang bermutu terus meningkat. Bersamaan meningkatnya kesadaran akan pentingnya *Customer Service*, para petugas yang ahli dan berpengalaman akan dianggap sebagai kontributor yang sangat berarti bagi keuntungan dan keberhasilan sebuah perusahaan. *Llyod Finch* dalam bukunya “Menjadi *Customer Service* yang Sukses” mengatakan bahwa: mata rantai yang umum diantara semua *Customer Service* ini adalah mereka berusaha untuk mencapai tujuan pekerjaan seorang *Customer Service* yaitu memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan. Jika tujuan ini telah dicapai, terjadilah hal-hal positif. Pertama, pelanggan puas, ini adalah yang paling diinginkan oleh semua *Customer Service*. Berikutnya, jika pelanggan puas, mereka akan melakukan hal-hal menakjubkan. Mereka akan melanjutkan hubungan bisnis dengan perusahaan dan memceritakan kepuasannya kepada pelanggan lain. Hal ini akan mengakibatkan pertumbuhan perusahaan dan penambahan peluang atau kesempatan bagi *Customer Service*. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama perusahaan. Hal itu semata-mata merupakan keputusan pelanggan. Oleh karenanya tidak dapat diatur oleh *Customer Service* yang ditunjukkan kepada kepuasan pelanggan seperti halnya memberikan pelayanan prima (*Service of Excellence*).

Seorang *Customer Service* memiliki fungsi sehingga dengan adanya fungsi ini memudahkan *Customer Service* menjalani fungsinya sebagai seorang karyawan di bank. Yang mana fungsi-fungsinya tersebut adalah sebagai berikut :

a. *Front line officer* (Petugas Garis Depan)

Keberadaan bagian *Customer Service* yang berada di bagian depan suatu bank, maka *Customer Service* menjadi cerminan penilaian pelayanan bank tersebut.

b. *Liasson Officer* (Petugas Penghubung)

Customer Service adalah satu aparat yang menjadi perantara antara bank dengan nasabah. Orang yang pertama dihubungi oleh nasabah sewaktu datang kebank adalah *Customer Service*, baik untuk meminta informasi maupun untuk melaksanakan transaksi.

c. *Information Centre* (Pusat Informasi)

Customer Service adalah satu-satunya personil yang dengan mudah dihubungi oleh nasabah pada kesempatan pertama maka *Customer Service* menjadi pusat dan narasumber informasi-informasi mengenai produk dan jasa bank. Oleh karenanya dituntut personil yang mempunyai pengetahuan dan wawasan yang cukup baik mengenai industri perbankan.

d. *Salesman* (Penjual)

Berfungsi sebagai penjual produk, dengan menjual berbagai produk yang ada pada bank, seperti berbagai jenis tabungan, deposito, kredit serta mengetahui keluhan dan keberatan nasabah.

e. *Servicing* (Pelayanan)

Sesuai fungsinya *Customer Service*, atas nama bank penerima dan menyambut baik kedatangan nasabah sampai seluruh transaksinya dapat diselesaikan.

f. *Advisor* (Konsultan)

Dalam melayani nasabah tidak jarang pula *Customer Service* dengan bekal pengetahuan dan wawasan yang bijak sehubungan dengan perencanaan pengelolaan keuangan nasabah.

g. *Maintenance Customer* (Pemeliharaan Nasabah)

Permasalahan pembinaan nasabah baru (Solisitasi). *Customer Service* adalah pembina bagi setiap rekening nasabah non kredit. Hal ini merupakan perpanjangan dan pengembangan dari fungsi kedua.

h. *Handling Complaint*(Menangani keluhan)

Unit *Customer Service* apabila dalam operasionalnya, nasabah tidak puas, karena terdapat ketidakcocokan atau kesepakatan, komplain dan lain-lain sebagainya, maka adalah tepat apabila orang pertama yang dihubungi adalah *Customer Service*. Dalam hal ini dituntut tidak saja dapat menangani keluhan akan tetapi juga diharapkan dapat memecahkan masalah dengan baik.

Peran *Customer Service* dibank BNI Syariah KC Fatmawati sudah berperan dengan maksimal sebagaimana yang telah diteliti oleh peneliti bahwasannya sistem pelayanan yang ada dibank BNI Syariah sangatlah penting dalam dunia perusahaan karena dengan adanya pelayanan yang maksimal akan memberikan dampak pada bank tersebut. Sehingga bank BNI Syariah terus meningkatkan kualitas pelayanan terbaik. Adapun peran *Customer Service* dibank BNI Syariah KC Fatmawati :

- a. Memberikan pelayanan dan informasi kepada nasabah mengenai produk-produk dan fasilitas yang ada di Bank BNI Syariah.
- b. Membantu nasabah melakukan aktifitas perbankan, seperti : pembukaan rekening, aktifasi e-banking, melayani nasabah yang menanyakan informasi mengenai produk-produk Bank BNI Syariah, edukasi penggunaan atm dan e-banking, menanyakan informasi, melayani komplain nasabah, dll.
- c. *Customer Service* memberikan empathy kepada nasabah terhadap complain tersebut, memberikan solusi dari masalahnya, memberikan edukasi kepada nasabah agar tidak terulang lagi masalah tersebut dan meminta maaf untuk ketidaknyamanan yang sudah dialami, semoga masalah tersebut tidak terulang kembali dikemudian hari.

Maka dari itu peran seorang *Customer Service* sangatlah penting *dibank* BNI Syariah khususnya, terutama pada pelayanan nasabah. Dalam setiap perjalanan aktivitasnya, *Customer Services* selalu dituntut untuk bekerja semaksimal mungkin. Ini karena perannya sangat berpengaruh pada

kredibilitas bank syariah. Demikian juga halnya saat melayani nasabah, layanan umum dan layanan prima harus dilakukan agar loyalitas nasabah semakin tinggi. Tidak menutup kemungkinan variabel-variabel seperti kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab akan menjadi jurus keseharian. Selain itu *Customer Service* juga mempunyai tugas memberikan penjelasan mengenai keunggulan dari produk maupun fasilitas dari bank BNI Syariah. Dengan adanya pelayanan yang baik oleh *Customer Service* akan membuat nasabah merasa nyaman. Berdasarkan teori Kasmir, *Customer Service* berperan dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah yang ingin bertransaksi dengan baik. Secara umum, peranan *Customer Service* baik adalah sebagai berikut :

- a. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita memulai pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
- b. Berusaha untuk nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalkan menyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu menyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.⁷⁸

Untuk mempertahankan nasabah yg lama agar tidak berpaling kebank yang lain *Customer Service* melakukan cara-cara tertentu. Yaitu :

1) Berikan perhatian

Sebagian besar para *Customer Service* hanya fokus terhadap penawaran dan pelayanan yang nereka sampaikan, tanpa memperhatikan keinginan nasabah. Kesalahan inilah yang sering membuat para nasabah melakukan penolakan secara langsung atau tidak langsung terhadap *Customer Service*. Sebab para nasabah menganggap *Customer Service* hanya mempromosikan dan menawarkan produknya saja, karena untuk menciptakan kepuasan kepada nasabah. Berikan perhatian khusus kepada setiap nasabah baik sebelum bertransaksi maupun setelah bertransaksi.

⁷⁸Kasmir, *Etika Customer Service*, hal, 181

Misalnya dengan membagikan katalog menarik untuk memancing minat nasabah, serta memberikan garansi khusus kepada produk yang ditawarkan.

2) Tawarkan program menarik untuk menjaga loyalitas nasabah

Seperti halnya pada pusat-pusat perbelanjaan yang biasanya menawarkan program-program premium atau kartu keanggotaan untuk loyalitas nasabah. Seperti halnya dibank BNI Syariah KC Fatmawati ini yaitu dengan menawarka promo pada produk-produk.

3) Berikan keuntungan bagi pelanggan setia

Selain menawarkan program menarik untuk menjaga loyalitas nasabah, Customer Service juga bisa menjalin kerjasama dengan para nasabah setia pada bank. Yaitu dengan menarik nasabah untuk menawarkan produk-produk bank seperti menawarkan produk-produk bank pada keluarganya agar bertransaksi dibank tersebut. Strategi ini tidak hanya menguntungkan bank namun juga menguntungkan para nasabah untuk melakukan pembelian berulang-ulang.

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada bank BNI Syariah KC Fatmawati bahwasannya peran *Customer Service* terhadap nasabah bank BNI Syariah KC Fatmawati sangat penting, menjadikan pelayanan adalah suatu hal yang harus terus diperbaiki dan dipertahankan mengingat persaingan didunia perbankan yang semakin maju. Sekaligus *Customer Service* merupakan jembatan penghubung atau perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk bank yang tersedia.

Customer Service tetap selalu menjaga hubungan dengan nasabah dengan baik karena menjaga hubungan dengan baik dengan nasabah berarti menjaga image bank agar citra bank dapat terus meningkat dimata nasabah. *Customer service* harus memiliki kemampuan melayani secara cepat dan tepat dan memiliki berkomunikasi yang baik agar nasabah puas terhadap pelayanan yang diberikan. Seorang *Customer Service* tidak akan pernah terlepas dari komunikasi. Baik itu dalam rangka praktek internalisasi perbankan syariah

ataupun ketika aktualisasi eksternal seperti melayani calon nasabah, menghadapi keluhan nasabah, mendengarkan masalah atau yang ada pada nasabah, dan lain sebagainya. Seorang *Customer Service* tidak boleh menganggap remeh sebuah komunikasi, bagaimanapun cara menyampaikan pelayanan bertajuk komunikasi tentunya harus diperhatikan dengan seksama. Masalah komunikasi bisa menjadi sebab dan akibat dari kegagalan operasi dan administrasi, contohnya, 'rasa tidak percaya' dapat menimbulkan komunikasi yang buruk sehingga mengakibatkan lebih besarnya 'rasa tidak percaya' itu.⁷⁹

Bagi seorang *Customer Service* haruslah mempunyai karakteristik atau sikap dalam melayani sesuai dengan standar layanan di bank. Dan *Customer Service* diharapkan bersikap profesional dalam melayani nasabah sesuai dengan kertas kerja layanan dengan berpedoman pada BPP dalam bekerja. Sikap seorang *Customer Service* sangatlah penting karena dengan pelayanan sikap baik maka akan memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga ketika nasabah puas terhadap sikap *Customer Service* maka nama bank akan baik dimata nasabah. Adapun sikap *Customer Service* pada saat melayani nasabah di bank BNI Syariah dengan 5 komponen, yaitu :

- a. Greeting : Berikan sambutan dan rayakan kedatangan Nasabah Ke ruang perbankan BNI Syariah melalui senyum, salam, sapa sampai akhir layanan.
- b. Relationship: Bangun hubungan baik dan ciptakan kenyamanan, informasikan segala sesuatu yang menjadi hak dan kewajiban nasabah, fitur dan fasilitas, serta kemudahan yang ditawarkan oleh produk BNI Syariah.
- c. Empathy : Selesaikan keluhan nasabah segera, dengan empati dan

⁷⁹T.M. Lilloco, *Komunikasi Manajemen*, hal, 6.

kepedulian pemberian solusi permasalahan serta lakukan pemulihan kekecewaan nasabah.

- d. Attention :Berikan perhatian dan pelayanan kepada nasabah dengan sepenuh hati, ikhlas dan antusias.
- e. Trust :Ciptakan rasa aman dan bangun kepercayaan nasabah sehingga menjadi nasabah yang loyal dan menjadi agen penjualan BNI Syariah.

Bahwasannya pelayanan yang sudah maksimal itu adalah pelayanan yang selalu memperhatikan keinginan atau keperluan nasabah sehingga dapat menghasilkan pelayanan terbaik kepada nasabah, sehingga nasabah merasa loyal kepada pihak bank. Nasabah mempercayakan dananya dikelola oleh pihak bank, baik berupa tabungan ataupun deposito. Dan menyampaikan informasi kepada nasabah, dijelaskan menggunakan *sales kit* yang ada di komputer, menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh nasabah sehingga nasabah sendiri dapat menerima penjelasan yang disampaikan oleh *Customer Service*.

Seperti yang dijelaskan diatas mengenai peran *Customer Service*. Ada beberapa peran strategis *Customer Service* dibank, yaitu:

- a. *Customer Service* membantu perusahaan untuk dapat mempertahankan pelanggan mereka. Pilihan yang banyak tersedia membuat pelanggan mudah berpindah kepeyedia layanan lain. Peran *Customer Service* akibatnya sangat strategis dalam menanggulangi migrasi pelanggan. Artinya *Customer Service* sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

b. *Customer Service*

Customer Service membantu perusahaan dalam membentuk image yang baik dimata nasabah. Seorang *Customer Service* harus mencerminkan nilai-nilai yang ingin ditampilkan oleh perusahaan. Seorang *Customer Service* pada perusahaan bank BNI Syariah

harus terlihat cerdas dan menguasai teknologi. Seorang *Customer Service* pada sebuah bank harus dapat menciptakan perasaan aman bagi seorang nasabah. Jadi, tidak hanya rapi dan menarik, seorang *Customer Service* harus mampu mengkomunikasikan secara non verbal, nilai-nilai yang ingin ditanamkan kepada pelanggan.

2. Peran *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah yang menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati.

Seorang *Customer Service* melakukan berbagai macam cara dan upaya agar nasabah yang menabung di bank BNI Syariah tetap selalu loyal dan terus bertransaksi dengan bank tersebut, adapun cara-cara tersebut yaitu :

- a. Bersikap ramah dengan tulus. Sapa lah nasabah yang datang dengan senyum tulus. Kita harus mendapatkan kesan pertama yang ramah dan sopan. Ingat kesan pertama adalah sangat berharga.
- b. Tanyakan apa kebutuhan dan keperluan nasabah yang datang dengan kata-kata yang santun dan sopan.
- c. Bersikap tenang, antusias dalam mendengarkan penjelasan atau *Complain* (keberatan) dari nasabah.
- d. Memberikan *emphaty* kepada nasabah yang keberatan.
- e. Memberikan pelayanan terbaik dan tetap tersenyum kepada nasabah.
- f. Ciptakanlah suasana kekeluargaan pada saat kita melayani pelanggan/nasabah.
- g. Bentuklah ikatan psikologis untuk menciptakan rasa nyaman pada nasabah dilakukan dengan cara memberikan ucapan pada momen-momen tertentu.

Sebuah bank syariah sudah selayaknya memiliki lingkungan kerja yang sejalan dengan syariah. Dalam hal etika, misalnya *Amanah dan Shiddiq*, harus melandasi setiap karyawan sehingga tercermin integritas eksekutif muslim yang baik. Disamping itu, karyawan bank syariah harus memiliki keahlian dan profesional (*fathanah*), dan mampu melakukan tugas kerja tim dimana

informasi merata diseluruh fungsional organisasi. Selain itu cara berpakaian dan tingkah laku dari para karyawan merupakan cerminan bahwa mereka bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang membawa nama islam, artinya meberikan pelayanan yang sesuai dengan ajaran islam. Demikian juga dalam menghadapi nasabah akhlak seorang *Customer Service* harus terjaga seperti yang diajarkan oleh nabi muhammad saw.⁸⁰

Bank akan melakukan langkah-langkah untuk memberikan daya tarik tersendiri terhadap produk penghimpunan dananya semaksimal mungkin agar target *Customer Service* tercapai maksimal. Maka dari itu dibutuhkan segala macam strategi pemasaran dan playanan agar nasabah bank terus meningkat dan tetap loyal dengan bank. Karena pada kenyataannya nasabah akan memilih bank mana yang memberikan keuntungan kepadanya baik dari pelayanan maupun dari dana yang dia simpan dibank. Jumlah nasabah pada suatu perbankan syariah ditentukan oleh baik dan buruknya pelayanan yan diberikan. Ciri pelayanan yang baik adalah dapat membeikan kepuasan kepada nasabah. Memiliki *Customer Service* yang profesional, tersedia sarana dan prasana yang baik, tersedia semua produk yang diinginkan, bertanggung jawab kepada setiap nasabah, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi dengan baik dan jelas, memiliki pengetahuan tentang ilmu pelayanan mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah. Hal tersebut adalah semata-mata agar nasabah yang baru maupun yang lama tetap meningkat tingkat kepuasannya baik nasabah yang menabung dan nasabah yang bertransaksi dibank BNI Syariah KC Fatmawati khususnya.

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabahnya, maka bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk pemasaran, kualitas pelayanan dan kualitas keamanan. Untuk meningkatkan citra perbankan, maka

⁸⁰Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal. 34.

bank perlu menyiapkan seorang *Customer Service* yang handal dan mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Seorang *Customer Service* bukan hanya melayani nasabah yang membuka rekening ataupun menampung segala macam keberatan/gugatan nasabah, *Customer Service* juga merangkap sebagai seorang marketing yang mengenalkan produk-produk perbankan secara lugas kepada nasabah.

Dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah yang menabung dibank BNI Syariah KC Fatmawati, *Customer Service* melakukan berbagai macam cara dan berbagai macam strategi agar nasabah yang menabung dibank BNI Syariah KC Fatmawati merasa puas dalam hal kualitas pelayanan dibank tersebut, sehingga upaya yang dilakukan oleh *Customer Service* dapat berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas nasabah. Rosady Ruslan dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi* menerangkan bahwa fokus perhatian dari hubungan pelanggan bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa adalah pelayanan yang prima (*Service of Excellence*) dan mengutamakan kepentingan nasabah terlebih dahulu, sedangkan pengertian dari pelayanan prima adalah berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya untuk memberikan kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan terhadap pelanggannya (*Customer*), pelayanan prima yang bertajuk komunikasi ini merupakan tindak lanjut dari pelayanan publik atau pelayanan umum. Sederhananya, pelayanan umum digunakan kepada siapa saja yang berada pada khazanah perbankan syariah atau sekitarnya seperti calon nasabah, nasabah yang memiliki keluhan, nasabah pembiayaan. Sedangkan pelayanan prima lebih kearah lanjutan yang mengerucut, artinya pelayanan prima oleh *Customer Service* diberikan kepada orang-orang yang telah terikat atau menjalin kerja sama dengan lembaganya dalam hal ini adalah perbankan syariah. Salah satu tujuan dari pelayanan prima adalah mempererat hubungan dengan orang-orang atau instansi di luar organisasi/perusahaan, demi

terciptanya publik yang menguntungkan organisasi.⁸¹ Dalam menjalani aktivitas *Customer Service* melakukan komunikasi eksternal supaya terjadi efek positif setelahnya, penyalur dan pendengar, pemasok, lembaga pemerintahan, para pendidik, dan lain-lain.⁸² Sedangkan pelanggan tersebut merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar.⁸³ Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran. Umpan balik dan informasi merupakan elemen yang penting dalam membangun sistem pemberian pelayanan yang efektif termasuk tingkat kepuasan pelanggan dan peningkatan kualitas pada pelayanan.

Peran aktif *Customer Service* dalam menjalankan tugasnya untuk menjaga stabilitas kinerja, integritas perbankan syariah, dan kualitas pelayanan. Salah satu cara yang digunakan untuk membentuk kepuasan serta loyalitas nasabah adalah dengan memberikan pelayanan terbaik. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An-Nisa ayat 36, yang berbunyi:

وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ
ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ

مَنْ كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا ﴿٣٦﴾

⁸¹Nikmah Hadiati, *Public Relation : Teoritis Dalam Menjalin Hubungan dengan Publik*, (Pasuruan: Lunar Media, 2010), hal 31.

⁸²Nikmah Hadiati, *Public Relation : Teoritis Dalam Menjalin Hubungan dengan Publik*, hal 62.

⁸³Rosady Ruslan, *manajemen Humas dan manajemen komunikasi*. (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2001) , hal 245.

Artinya : *Dan sembahlah Allah SWT dan janganlah kamu menyekutukan-Nya dengan sesuatu apapun, dan berbuat baiklah kepada kedua orang tuamu, kerabat-kerabatmu, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga dekat atau tetangga jauh, teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahaya yang kamu miliki. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membanggakan diri.*⁸⁴

Dalam tafsir departemen RI bahwa mengabdikan dan menyembah kepada Allah SWT dinamakan ibadah. Beribadah dengan penuh keikhlasan hati, mengakui kekuasaan Allah dan tidak mempersekutukanNya. Kemudian dalam ayat ini Allah mengatur tentang kewajiban terhadap sesama manusia, hal tersebut termasuk hubungan manusia pada umumnya. Sesudah Allah memerintahkan agar menyembah dan beribadah kepada-Nya saja dan tidak mempersekutukan-Nya dengan yang lain.⁸⁵

Ayat diatas menjelaskan tentang relasi atau hubungan antara manusia, dimana kita harus selalu berbuat baik terhadap sesama manusia, karena Allah SWT tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membanggakan diri mereka sendiri. Kaitannya dengan penelitian ini adalah seorang *Customer Service* harus ramah menghadapi nasabah, perilaku dan sikap yang harus sopan terhadap pelanggan, berkomunikasi yang nyaman serta memberi pelayanan prima sehingga nasabah akan merasa sangat puas dan mampu menarik kesetiaan (loyalitas) nasabah agar tetap menggunakan jasa pelayanan yang bank BNI Syariah berikan. Dalam penerapan pelayanan yang prima oleh *customer service* di bank BNI Syariah KC Fatmawati, mendengarkan permasalahan nasabah, berbicara dengan bahasa yang baik serta mudah dipahami, menyapa lemah lembut dengan nama asli nasabah dan jika tidak

⁸⁴ Al- Qur'an, 4 (An-Nisa'): 36.

⁸⁵ Bustami A. Gani, dkk, *Al-Quran dan Tafsirnya*, (Semarang: CV. WICAKSANA, 1993), hal. 172-175.

mampu memberikan jawaban yang dapat menyakinkan maka *customer service* meminta maaf kepada nasabah.

Dengan adanya penerapan pelayanan prima (*Service Excellence*) yang bertajuk pada komunikasi, tentunya akan ada implikasi terhadap faktor lain yakni kepuasan nasabah. Jika pelayanan prima (*Service Excellence*) benar-benar dilakukan sesuai standar operasional prosedur maka akan berimplikasi baik kepada kepuasan nasabah. Artinya nasabah akan merasa puas dan dapat meningkatkan loyalitasnya pada bank BNI Syariah KC Fatmawati.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis pada bab-bab sebelumnya mengenai peran *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah untuk menabung dibank BNI Syariah KC Fatmawati, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Peran *Customer Service* dibank BNI Syariah KC fatmawati, yaitu:
 - a. Memberikan pelayanan dan informasi kepada nasabah mengenai produk-produk dan fasilitas yang ada di Bank BNI Syariah.
 - b. Membantu nasabah melakukan aktifitas perbankan, seperti : pembukaan rekening, aktifasi e-banking, melayani nasabah yang menanyakan informasi mengenai produk-produk Bank BNI Syariah, edukasi penggunaan atm dan e-banking, menanyakan informasi, melayani komplain nasabah, dll.
 - c. *Customer Service* memberikan empathy kepada nasabah terhadap complain tersebut, memberikan solusi dari masalahnya, memberikan edukasi kepada nasabah agar tidak terulang lagi masalah tersebut dan meminta maaf untuk ketidaknyamanan yang sudah dialami, semoga masalah tersebut tidak terulang kembali dikemudian hari.
2. Peran *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah yang menabung dibank BNI Syariah KC Fatmawati.

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan di bank BNI Syariah KC Fatmawati dapat ditarik kesimpulan bahwasanya peran seorang *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah sangatlah penting melalui pelayanan dan juga fasilitas yang diberikan *Customer Service* di bank tersebut. *Customer Service* merupakan jembatan penghubung antara bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa dan produk-produk bank yang tersedia. Diantara

pelayanan-pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* di bank BNI Syariah KC Fatmawati yaitu :

- a. Menyediakan fasilitas-fasilitas yang menunjang transaksi.
- b. Melayani nasabah dengan cepat dan tepat saat bertransaksi dan bersikap rama dan sopan kepada nasabah.
- c. Melayani nasabah dengan penuh kesabaran dan menghargai setiap nasabah yang datang.
- d. Menyampaikan informasi kepada nasabah, dijelaskan menggunakan sales kit yang ada di komputer, menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh nasabah sehingga nasabah sendiri dapat menerima penjelasan yang disampaikan oleh *Customer Service*.
- e. Memberikan *emphaty* kepada nasabah yang komplain dan memberikan pelayanan terbaik dan tetap tersenyum kepada nasabah

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dicapai dalam penelitian ini, diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Perbankan Syariah

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan pada bank BNI Syariah KC Fatmawati. *Customer Service* sudah berperan aktif dalam pelayanan. Hubungan baik antara nasabah dan pihak Bank BNI syariah KC Fatmawati dengan nasabah hendaknya terus dipertahankan dan semoga dalam perjalannya Bank BNI Syariah KC Fatmawati kedepannya bisa bekerja sekaligus beribadah mengabdikan diri membantu sesama sesuai dengan legalitasnya bank syariah yang berprinsip tolong-menolong dengan penerapan sistem bagi hasil yang menguntungkan kedua belah pihak, yang berpedoman pada Al-Quran dan ajaran islam.

2. Bagi Staff Bank khususnya *Customer Service* untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan terutama dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bank BNI Syariah KC Fatmawati memiliki beberapa KCP (Kantor Cabang Pembantu). Bank BNI Syariah memiliki pengaruh dalam membantu masyarakat untuk lebih memudahkan dalam bertransaksi dengan memberikan produk-produk yang membanggakan, bagi hasil yang menguntungkan dan kualitas pelayanan yang memuaskan. Karena dengan itu Bank BNI Syariah tetap selalu eksis sampai sekarang dan banyak sekali peluang yang bisa diteliti ataupun dipelajari. Untuk kelemahan dan keterbatasan peneliti ini yaitu hanya pada peran *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas saja, jadi untuk peneliti selanjutnya bisa mengadakan penelitian yang lebih luas lagi seperti pada pengaruh tingkat pelayanannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya* Jakarta : Prenada Media, 2005.
- Bustami A. Gani, dkk, *Al-Quran dan Tafsirnya*, (Semarang: CV. WICAKSANA, 1993), hal. 42-43.
- Ebert, Griffin, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Fahmi, Irham, *pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi*, Bandung: ALFABETA, 2014.
- Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah*, Bogor:Ghalia Indonesia,2010.
- Hasanuddin, Farid Subkhan ,”*Fokus Utama: Loyalitas Nasabah Bank Dari Rasional Hingga emosional dan Spiritual*” Infobank Vol. XXVII, No.321,Desember 2005.
- Hadiati, Nikmah, *Public Relation : Teoritis Dalam Menjalin Hubungan dengan Publik*, Pasuruan: Lunar Media, 2010.
- Hurriyati, Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: ALFABETA, 2010.
- Husein, Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Jakarta:Ghalia Indonesia, 2003.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Kasmir, *Kewirausahaan*. Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2007.
- Kasmir, *Etika Costemer Service*, Jakarta:Rajawali Pers .2005.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitati*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Lupriyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek* Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Muhadjir, Noeng, *Metode Penelitian Kualitatif* , Yogyakarta : Raka Barasir, 1998.
- Pardila, Ayu Risni Selaku *Customer Service* bank BNI Syariah, *Wawancara Pribadi*, 28 september 2018.
- Sari, Nurlaela, *Customer Service* bank BNI Syariah KC Fatmawati, *Wawancara Pribadi*, 28 agustus 2018.
- Sari, Puji Nastitie Dela, *Customer Service* Bank BNI Syariah KC Fatmawati, *Wawancara Pribadi*, 28 agustus 2018.

- Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.
- Sulistyowati, Heni, *Customer Servi KCP Ciputat, Wawancara Pribadi*, 28 September 2018.
- Supardi, *Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis* Jakarta: UII Press Yogyakarta anggota IKAPI, 2005.
- Ruslan, Rosady, *manajemen Humas dan manajemen komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2001.
- Tanzeh, Ahmad, dan Suyitno, *Dasar-dasar penelitian cetakan pertama*, Surabaya: Elkaf, 2006.
- T.M. Lillico, *Komunikasi Manajemen*, Jakarta: Erlangga, 1980.
- <http://rosnelly.wordpress.com/2017/02/21/peran-costumer-service-dalam-memuaskan-pelanggan/>, diakses tanggal 21 februari 2017
- <http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2017/02/10/definisi-loyalitas-pelanggan/>, Diakses pada: 10-Februari-2017.

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

Narasumber : Ayu Risni Pardila

Jabatan : *Customer Service*

Waktu : 18 September 2017

Pertanyaan : Apa peran anda sebagai Customer Service di bank BNI Syariah ini.

Jawaban : Peran *Customer service* :

1. Memberikan informasi mengenai prodak perbankan
2. Memberikan pelayanan saat nasabah ingin membuat rekening tabungan. Disini *Customer Service* hrs menjelesaikan secara detail mengenai prodak dan layanan kepada calon nasabah
3. Melayani nasabah yang ingin menyampaikan keluhan mengenai permasalahan produk atau layanan dari bank itu sendiri dan memberikan solusi yang tepat mengenai masalah yang dihadapi oleh nasabah
4. Melaksanakan tugas lain yang ditunjuk atasan

Pertanyaan : Bagaimana gambaran pelayanan yang anda berikan kepada nasabah yang datang? Pelayanan seperti apa menurut anda yang maksimal itu?

Jawaban : Pelayanan maksimal kepada nasabah bagi petugas frontliner adalah hal yang paling utama karena dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah akan memberikan nilai positif untuk bank. Contoh pelayanan yang maksimal menurut saya nasabah merasa puas dengan memberikan komentar positif di sosial media atau mengajak teman temannya untuk membuka rekening di bank bni syariah.

Pertanyaan :Bagaimana teknik penyampaian informasi yang anda sampaikan agar nasabah mudah paham dan berminat?

Jawaban :Menjelaskan dengan sales kit , brosur dan memberikan simulasi atau contoh perbandingan prodak dengan bank lain.

Pertanyaan :Ketika ada nasabah mempunyai keluhan terhadap prodak bank bagaimana cara anda menanganinya?

Jawaban :Agar nasabah tetap loyal di bank kami walaupun sedang ada

komplain dengan berkoordinasi dengan kantor pusat agar komplain nasabah bisa cepat terselesaikan dan melakukan *followup* kepada nasabah apabila komplain nasabah sudah terselesaikan

Pertanyaan :bagaimana cara anda menyampaikan produk pada nasabah agar nasabah tertarik? Produk apa yang ditawarkan kepada nasabah?

Jawaban :Menyampaikan kepada nasabah tentang kelebihan dari produk tersebut contohnya tabungan ib hasanah yg berakad wadiah tidak terpotong administarsi perbulannya atau tabungan bisnis yang free executive launge dibeberapa bandara.

Pertanyaan :Bagaimana cara anda menarik nasabah baru agar berminat menabung di Bank BNI Syariah ini?

Jawaban :Menarik nasabah agar membuka rekening dengan menawarkan promosi contohnya berhak untuk mengikuti program promosi yang sedang diadakan oleh bank atau memberikan hadiah secara langsung sesuai dengan pilihan produk nasabah.

Pertanyaan :Bagaimana sikap Customer Service pada saat melayani nasabah, baik itu nasabah yang menabung maupun nasabah yang complain?

Jawaban :Sikap *Custome Service* terhadap komplain nasabah dengan tetap mendengarkan dengan penuh perhatian, fokus tanpa memotong pembicaraan dan memberikan *emphaty* atas kesulitan yg dialami nasabah lalu memberikan solusi dan alternatif dari keluhan nasabah tersebut.

Pertanyaan :Apa saja kendala-kendala dalam menghadapi nasabah yang datang ke Bank BNI Syariah ini?

Jawaban :Kendala dalam menghadapi nasabah contohnya komplain karena waktu tunggu yang lama ini biasanya terkendala karena kurangnya petugas karena petugas yang berhalangan hadir.

Pertanyaan :Bagaimana cara anda mempertahankan nasabah, baik itu nasabah yang lama maupun nasabah yang baru agar tetap loyal pada bank?

Jawaban :Dengan melayani nasabah secara cepat agar tidak perlu menunggu

lama.

Pertanyaan :Apakah nasabah di Bank ini sudah dikatakan loyal? Klaw memang sudah loyal bagaimana anda mengukur tingkat kelayalan nasabah?

Jawaban :Ya dengan nasabah loyal yang terus menginvestasikan dananya di bank bni syariah.

Narasumber :Heny Sulistyowati

Jabatan : *Customer Service*

Waktu : 18 September 2017

Pertanyaan : Apa peran anda sebagai Customer Service di bank BNI Syariah ini.

Jawaban : Peran-peran Customer Service :

1. Memberikan pelayanan dan informasi kepada nasabah mengenai produk-produk dan fasilitas yang ada di Bank BNI Syariah.
2. Membantu nasabah melakukan aktifitas perbankan, seperti : pembukaan rekening, aktifasi e-banking, melayani nasabah yang menanyakan informasi mengenai produk-produk Bank BNI Syariah, edukasi penggunaan atm dan e-banking, menanyakan informasi, melayani komplain nasabah, dan lain-lain.

Pertanyaan : Bagaimana gambaran pelayanan yang anda berikan kepada nasabah yang datang? Pelayanan seperti apa menurut anda yang maksimal itu?

Jawaban :Pelayanan yang sudah diberikan kepada nasabah sudah maksimal. *Customer Service* memperikan pelayanan terbaik kepada nasabah, sehingga nasabah merasa loyal kepada pihak bank. Nasabah mempercayakan dananya dikelola oleh pihak bank, baik berupa tabungan ataupun deposito.

Pertanyaan : Bagaimana teknik penyampaian informasi yang anda sampaikan agar nasabah mudah paham dan berminat?

Jawaban :Cara penyampaian informasi kepada nasabah, dijelaskan menggunakan sales kit yang ada di komputer, menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh nasabah sehingga nasabah sendiri dapat menerima penjelasan yang disampaikan oleh *Customer Service*.

Pertanyaan : Ketika ada nasabah mempunyai keluhan terhadap produk bank bagaimana cara anda menanganinya?

Jawaban : *Customer Service* memberikan empathy kepada nasabah terhadap complain tersebut, memberikan solusi dari masalahnya, memberikan edukasi kepada nasabah agar tidak terulang lagi masalah tersebut dan meminta maaf untuk ketidaknyamanan yang sudah dialami, semoga masalah tersebut tidak terulang kembali dikemudian hari.

Pertanyaan : bagaimana cara anda menyampaikan produk pada nasabah agar nasabah tertarik? Produk apa yang ditawarkan kepada nasabah?

Jawaban : Teknik penyampaian produk agar nasabah suka dengan produk tersebut

1. Menjelaskan keunggulan dari produk tersebut
2. Menjelaskan fasilitas yang diterima dari penggunaan produk tersebut
3. Menjelaskan mengenai bagi hasil dan pengelolaan dananya yang berdasarkan ketentuan syariah sehingga insyaAllah terhindar dari riba
4. Menjelaskan untuk pembukaan rekening nasabah akan otomatis berinfak.

Produknya:

- ❖ Deposito iB Hasanah : bagi hasilnya bisa sampai dengan 50% dari keuntungan bank untuk nasabah, dapat membuka deposito mulai dari Rp. 1.000.000,- , tidak ada biaya pengelolaan rekening, tidak ada denda atau biaya pinalty bila ditutup sebelum tanggal jatuh tempo.
- ❖ Tabungan iB Baitullah : tidak ada biaya pengelolaan rekening, tidak ada biaya penutupan rekening, difasilitasi untuk Kartu ATM Haji dan Umroh, yang bisa digunakan pada saat nasabah berangkat haji, terkoneksi dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu)

- ❖ Tabungan iB Hasanah : tabungan sehari-hari yang difasilitasi dengan buku tabungan, kartu Hasanah Debit Silver, fasilitas e-banking, ada dua jenis akad di dalamnya Wadiah dan Mudharabah.
- ❖ Tabungan iB Tunas Hasanah : Tabungan anak, yang difasilitasi dengan kartu Tunas Hasanah bisa dengan mencetak foto anak di kartunya, mengajarkan anak-anak untuk dapat menabung sedini mungkin.
- ❖ Tabungan iB Tapenas Hasanah : Tabungan perencanaan, tabungan yang akan otomatis mendebet rekening induk (misalnya iB Hasanah) setiap tanggal 5 dapat dipilih jangka waktunya dari 1 tahun sampai 18 tahun, setoran bulanan dari Rp. 100.000,- s/d Rp. 5.000.000,- , biaya administrasinya hanya Rp. 500,- , bagi hasil perbulannya cukup besar 40% untuk nasabah.
- ❖ Tabungan iB Bisnis Hasanah: dapat digunakan untuk transaksi bisnis, difasilitasi dengan layanan e-banking, dan kartu Debit Hasanah gold, untuk buku tabungannya akan tercetak seperti rekening koran.
- ❖ Tabungan iB Prima Hasanah : Tabungan dengan fasilitas prima, mendapatkan kartu Zamrud, nasabah tidak perlu mengantri untuk mendapatkan pelayanan di petugas bank, mendapatkan fasilitas Executive Lounge di bandara.
- ❖ Giro iB Hasanah : Nasabah mendapatkan fasilitas cek dan bg untuk mempermudah melakukan transaksi. Fasilitas BNI Direct.
- ❖ Dan masih banyak produk lainnya.

Pertanyaan : Bagaimana cara anda menarik nasabah baru agar berminat menabung di Bank BNI Syariah ini?

Jawaban : Cara agar nasabah berminat menabung di BNI Syaariah:

Menjelaskan keunggulan dari produk tersebut

- ❖ Menjelaskan fasilitas yang diterima dari penggunaan produk tersebut
- ❖ Menjelaskan mengenai bagi hasil dan pengelolaan dananya yang berdasarkan ketentuan syariah sehingga inshaAllah terhindar dari

riba

- ❖ Menjelaskan untuk pembukaan rekening nasabah akan otomatis berinfak
- ❖ Menjelaskan keunggulan layanan e-banking BNI Syariah

Pertanyaan : Bagaimana sikap Customer Service pada saat melayani nasabah, baik itu nasabah yang menabung maupun nasabah yang complain?

Jawaban : Sikap *Customer Service* dalam melayani nasabah :

- ❖ Bersikap tenang, antusias dalam mendengarkan penjelasan atau keluhan dari nasabah
- ❖ Memberikan empathy kepada nasabah yang complain
- ❖ Memberikan pelayanan terbaik dan tetap tersenyum kepada nasabah

Pertanyaan : Apa saja kendala-kendala dalam menghadapi nasabah yang datang ke Bank BNI Syariah ini?

Jawaban : Kendala-kendala dalam menghadapi nasabah yang datang ke bank :

- ❖ Pemahaman ataupun penggunaan produk yang kurang dari nasabah, misalnya pin kartu ATM atau Mobile Banking terblokir.
- ❖ Nasabah tidak membawa kelengkapan identitas , misalnya untuk kepengurusan penggantian kartu ATM, buku tabungan, dan lain-lain.

Pertanyaan : Bagaimana cara anda mempertahankan nasabah, baik itu nasabah yang lama maupun nasabah yang baru agar tetap loyal pada bank?

Jawaban : Memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah agar nasabah merasa senang, dan tetap loyal dalam menyimpan dananya di Bank BNI Syariah. Misalnya dengan menyapa nasabah, menanyakan kabarnya, dan lain-lain. Dengan demikian nasabah akan merasa dihargai dan merasa nyaman dengan pelayanan dari pihak bank.

Pertanyaan : Apakah nasabah di Bank ini sudah dikatakan loyal? Klu memang

- sudah loyal bagaimana anda mengukur tingkat kelayakan nasabah?
- Jawaban : Sudah, nasabah biasanya memiliki beberapa rekening di BNI Syariah (tidak hanya satu), terlebih lagi dengan adanya deposito di BNI Syariah yang bisa dibukakan mulai dari Rp. 1.000.000,- sehingga memungkinkan setiap nasabah memiliki beberapa deposito.
- Narasumber : Puji Nastitie Dela Sari dan Nurlaela Sari
- Jabatan : *Customer Service*
- Waktu : 28 Agustus 2017
- Pertanyaan : Apa peran anda sebagai Customer Service di bank BNI Syariah ini?
- Jawaban : Peran *Customer Service* yaitu menyampaikan informasi produk bank dan perantara bagi bank dengan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa.
- Pertanyaan : Bagaimana gambaran pelayanan yang anda berikan kepada nasabah yang datang? Pelayanan seperti apa menurut anda yang maksimal itu?
- Jawaban : Gambarnya melayani nasabah yang datang baik itu membuka rekening tabungan atau nasabah yang mempunyai keluhan. Pelayanan yang maksimal itu pelayanan yang baik memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga nasabah yang datang merasa puas.
- Pertanyaan : Bagaimana teknik penyampaian informasi yang anda sampaikan agar nasabah mudah paham dan berminat?
- Jawaban : Secara lisan dibantu dengan sales kit yaitu alat bantu untuk menerangkan apa saja perbedaan bank syariah dan bank konvensional, akad penghimpun dana secara syariah. Kemudian menyampaikan informasi produk mencakup fitur dan keunggulan dari produk bank.
- Pertanyaan : Ketika ada nasabah mempunyai keluhan terhadap produk bank bagaimana cara anda menanganinya?
- Jawaban : Hal itu termasuk masukan kami, kami cari alternatif solusinya terus ditanyakan kesulitannya dimana, kalau pun ada komplain selain kami empati terus kami input dan *follow up* (tindak lanjut) untuk

komplainnya, jadi kalau di Bank BNI Syariah selain ada komplain yang bisa diselesaikan langsung misalnya ATM nya tertelan tapi untuk komplain yang lain biasa membutuhkan waktu misalnya narik di ATM tapi uang tidak keluar itu tidak bisa diselesaikan hari itu juga, itu ada tahapan juga prosedurnya nasabah isi form pengaduannya terus diinput form pengaduannya dicairkan dikantor pusat nanti ada waktunya juga maksimal di 20 hari kerja.

Pertanyaan : bagaimana cara anda menyampaikan produk pada nasabah agar nasabah tertarik? Produk apa yang ditawarkan kepada nasabah?

Jawaban : dijelaskan secara lisan mengenai produk-produk bank dan dibantu juga dengan sales kit, jadi kalau nasabah datang dijelaskan dengan sales kit alat bantu, didalamnya berisi persentasi terhadap produk-produk pilihan nasabah disertai gambar mulai dari perbedaan rekening syariah dan konvensional, akad-akadnya.

Pertanyaan : Bagaimana cara anda menarik nasabah baru agar berminat menabung di Bank BNI Syariah ini?

Jawaban : Jadi dijelaskan keunggulan di Bank BNI Syariah terus dijelaskan perbedaan dengan Bank Konvensional, kalau di Bank BNI Syariah ini ada keunggulan seperti diakad wadiah yang bebas biaya.

Pertanyaan : Bagaimana sikap *Customer Service* pada saat melayani nasabah, baik itu nasabah yang menabung maupun nasabah yang complain?

Jawaban : Sikap-sikap *Customer Service*.

1. Bersikap sopan santun kepada nasabah.
2. Senyum dan mengucapkan salam kepada nasabah yang datang.
3. Menanyakan keperluannya dan menawarkan produk-produk Bank BNI Syariah.
4. Bersikap empati kepada keluhan nasabah dan menyelesaikan keluhannya

dengan baik.

Pertanyaan : Apa saja kendala-kendala dalam menghadapi nasabah yang datang ke Bank BNI Syariah ini?

Jawaban : contohnya nasabah tidak membawa perlengkapan identitas pada saat pergantian ATM, terus nasabah tidak paham mengenai pemakaian ATM.

Pertanyaan : Bagaimana cara anda mempertahankan nasabah, baik itu nasabah yang lama maupun nasabah yang baru agar tetap loyal pada bank?

Jawaban : Memberikan *Service Excellent* (Pelayanan Prima) yang baik kepada nasabah lama dan baru, dan memberikan informasi mengenai produk terbaru dan promo produk bank.

Pertanyaan : Apakah nasabah di Bank ini sudah dikatakan loyal? Kalau memang sudah loyal bagaimana anda mengukur tingkat kelayakan nasabah?

Jawaban : nasabah di bank ini sudah loyal terlihat dari penambahan rutin saldo yang ada di rekening, mempertahankan tabungan yang ada di Bank BNI Syariah, mengajak keluarga untuk membuka rekening tabungan di Bank BNI Syariah, tidak menutup tabungan di Bank BNI Syariah.



Nama Mahasiswa : Idiansyah
Nomor Pokok Mahasiswa : 13.02.0082
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Peran Customer Service dalam meningkatkan loyalitas nasabah untuk menabung (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KC Fatmawati)

No	Bimbingan Ke-/tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
	3 Mei 2017	Penyerahan surat bimbingan dan BAB I	
	17 Mei 2017	Revisi BAB I dan penyerahan BAB 2	
	19 Juni 2017	Revisi BAB II dan penyerahan BAB III	
	28 Juni 2017	Revisi BAB III dan penyerahan BAB IV	
	06 September 2017	Penyerahan hasil wawancara Temuan hasil penelitian	
	20 September 2017	Revisi BAB IV dan penyerahan BAB V	
	11 Oktober 2017	Revisi BAB V	
	18 Oktober 2017	ACC BAB V dan revisi keseluruhan	

Dosen Pembimbing I

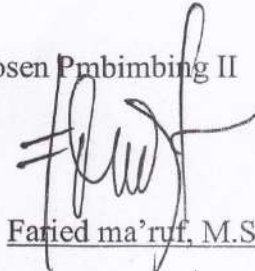
Imam Fachruddin, M.Ag.



Nama Mahasiswa : Idiansyah
Nomor Pokok Mahasiswa : 13.02.0082
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Peran Customer Service dalam meningkatkan loyalitas nasabah untuk menabung (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KC Fatmawati)

No	Bimbingan Ke-/tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
	5 Mei 2017	penyerahan surat bimbingan skripsi	
	23 Mei 2017	Penyerahan BAB 1 - BAB 3	
	20 Juni 2017	Revisi BAB 1 - BAB 3	
	20 Juni 2017	ACC BAB 1 - BAB 3 dan penyerahan BAB IV	
	12 September 2017	penyerahan hasil wawancara	
	22 September 2017	ACC BAB IV dan penyerahan BAB V	
	27 September 2017	ACC dari BAB 1 - BAB V	
	20 Oktober 2017	Persetujuan pembimbing	

Dosen Pembimbing II


Faried ma'ruf, M.Si.



المعهد العالي للعلوم الشرعية
INSTITUT PTIQ JAKARTA
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Batan I No. 2 Lebak Bulus Cilandak Jakarta Selatan 12440 Telp/Fax. 021-7690901 / 75904826 Ext. : 107
website : www.ptiq.ac.id, email : syariah@ptiq.ac.id
Bank BNI Rekening : 000173.779.78 - NPWP : 87.702.482.8-017.000

Nomor : 059 /C.1.2 /FS/E.Sy./V / 2017
Lamp. : -
Hal : **Permohonan Penelitian**

Kepada Yth;
HRD Bank BNI Syari'ah KC Fatmawati
Jakarta Selatan
di
tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Sehubungan akan berakhirnya studi mahasiswa kami yang bernama :

Nama : Idiyansyah
NPM : 13.02.0082
Fakultas / Jurusan : Syari'ah / Ekonomi Syari'ah
Tahun Akademik : 2016-2017
Jenjang Program Studi : Sarjana Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Peran Customer Service Terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah Dalam Menabung

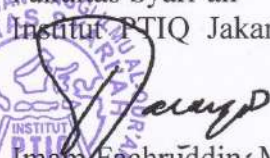
maka kami memohon kepada pihak yang terkait untuk dapat membantu mahasiswa tersebut di dalam melaksanakan penelitian lapangan.

Demikian surat permohonan ini kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jakarta, 15 Mei 2017

Fakultas Syari'ah
Institut PTIQ Jakarta


Imam Fachrudin, M.Ag.
JAKARTA Dekan

SURAT KETERANGAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh..

Yang Bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : Idiansyah
NIM : 13020082
Universitas : Institut PTIQ Jakarta
Fakultas : Syariah
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah Melaksanakan **Penelitian** di PT. Bank BNI Syariah KC Fatmawati pada tanggal 28 Agustus 2017. Dengan judul "Peran Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Menabung di Bank BNI Syariah KC Fatmawati". Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh..

Jakarta, 11 Oktober 2017



Herman Mekar S
Pgs.Operational Manager

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Idiyansyah
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal Lahir : Paldas, 01 Mei 1994
Agama : Islam
Alamat : Jln. Batanghari No.36, Rt 02 Rw 02, Desa Paldas,
Kec. Rantau Bayur, Kab. Banyuasin, Prov. Sumatera
Selatan Kota. Palembang
NIM : 13.02.0082
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah
Pendidikan : SD : SDN 02 Desa Paldas, lulus tahun 2007
 MTs : MTs PP Qodratullah, lulus tahun 2010
 MA : MA PP. Qodratullah, lulus tahun 2013

Demikian daftar riwayat hidup inu saya buat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 21 Oktober 2017

Penyusun

Idiyansyah

13.02.0082