

**PERANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH PADA PT BPRS SAFIR BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E)

OLEH:

YULIA ELLAWATI
NIM: 1316140490

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU 2017 M/ 1438 H**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul "Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT BPRS Safir Bengkulu", adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 17 Mei 2017 M
20 Sya'ban 1438 H

Mahasiswa yang menyatakan


YULIA ELLAWATI
NIM 1316140490

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Yulia Ellawati, NIM 1316140490 dengan judul

"Peranan Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT

BPRS Safir Bengkulu", Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan

saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan

layak untuk diujikan dalam sidang munaqasyah skripsi Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 17 Mei 2017 M
20 Sya'ban 1438 H

Pembimbing I

Pembimbing II

(Drs. Nurul Hak, MA)

(Yosy Arisandy, MM)

NIP. 19660616 199503 1 002

NIP. 19850801 201403 2 001



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul *Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu*, oleh Yulia Ellawati NIM. 1316140490, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 13 Juli 2017

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah, dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Bengkulu, 24 Juli 2017 M

29 Syawal 1438 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Drs. Nurul Hak, MA

NIP. 19660616 199503 1 002

Yosy Arisandy, MM

NIP. 19850801 201403 2 001

Penguji I

Penguji II

Drs. M. Syakroni, M.Ag

NIP. 19570706 198703 1 003

Desi Sria, MA

NIP. 19741202 200604 2 001

Mengetahui,

Dr. Asnani, MA

NIP. 19730412 199803 2 003

Motto

Selalu berusaha untuk menjadi yang terbaik

(penulis)

Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya,
dan sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya).

(Q.S An-Najm ayat 39-40)

Persembahkan

Skripsi ini kupersembahkan kepada orang-orang yang aku sayangi yang selalu mendukungku:

- ❖ *Mak ku (Harleni) dan Bak ku (Merzan Afandi A, Amd) tercinta yang telah membesarkan hingga aku sampai di perguruan tinggi ini, yang selalu memberikan ku motivasi, yang selalu mendoakan ku, yang selalu ada saat ku jatuh, dan yang selalu menemaniku menyelesaikan pengetikan skripsiku ini.*
- ❖ *Saudara-saudara ku tersayang. Uda (Dirhanuddin S.Pd), wa (Erliana Susanti S.Pd), Dang (Rano Diansahri Amd), mbx (Siti Nurhayati), Ingaku (Syelfi Anita SP), Donga (Yulian Soni) yang selalu memberikan arahan dan selalu menyemangati ku.*
- ❖ *Keponakan ku (Gleichenia Maringga, Nugraha Akbar Pratama, Kanza Kamila, Zahra Ulfa, dan Kanayan Athifa Mahmudah) yang selalu memberi keceriaan dan menjadi penghibur ku.*
- ❖ *Seseorang yang mewarnai hari-hariku dan selalu setia berjuang bersama dari awal hingga akhir (Abdul Karim).*
- ❖ *Sahabat-sahabat ku (Satra Alawiyah, Kurnia Nengsih, Reko Saputra, Sintia Ayu, Marlinda Sari, Pera Lestari) yang selalu memberikan semangat, dan khusus sahabatku (Yeni Yupitasari) yang selalu setia menemaniku menyelesaikan skripsiku, dan telah membantu saat penelitian.*
- ❖ *Keluarga Pbs lokal B yang tak bisa disebut satu per satu dan pbs C yang pernah menjadi keluarga juga selama 3 semester.*
- ❖ *Teman-temanku KKN 17 yang telah bersama-sama selama KKN dalam suka dan duka (Satra, Lia, Avril, Yesi, Agis, Deta, Linda, Juni, Okta, Alan, Iqbal, dan Rozi)*
- ❖ *Teman-teman PBS angkatan 2013*
- ❖ *Kendaraanku si hijau (Vega) yang selalu setia menemaniku baik suka duka, panas terik, hujan badai, perjalanan jauh dan dekat, yang pastinya selalu mengantarkanku dengan selamat selama perkuliahan.*
- ❖ *Almamater yang telah menempahku*

ABSTRAK

Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas
Nasabah pada PT BPRS Safir Bengkulu
Oleh Yulia Ellawati, NIM 1316140490

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah PT BPRS Safir Bengkulu. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Narasumber langsung berjumlah 13 orang, 3 orang berasal dari pihak bank dan 10 orang nasabah. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan data. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa peran *customer service* pada PT BPRS Safir Bengkulu yaitu melayani nasabah dan memberikan informasi dengan menggunakan SOP (Standar Operasional Prosedur). Secara tidak langsung *customer service* PT BPRS Safir juga berperan untuk menarik nasabah baru, dan mempertahankan nasabah lama dengan cara menjaga komunikasi tetap lancar serta selalu menjaga silaturahmi dengan nasabah. Dan peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah yaitu membuat kesan yang baik kepada nasabah, berpakaian rapi, berbicara sopan, menjaga komunikasi kepada nasabah, selalu bersilaturahmi kepada nasabah baik keadaan suka ataupun duka.

Kata kunci: customer service, loyalitas nasabah

TRANSLITERASI

Huruf Arab	Alih Aksara	Keterangan
ا	A a	
ب	B b	
ت	T t	
ث	Ts ts	
ج	J j	
ح	H h	h dengan satu titik di bawah
خ	Kh kh	
د	D d	
ذ	Dz dz	
ر	R r	
ز	Z z	
س	S s	
ش	Sy sy	
ص	Sh sh	
ض	Dh dh	
ط	Th th	
ظ	Zh zh	
ع	‘A ‘a	<i>Voiced pharyngeal fricative</i>
غ	Gh gh	
ف	F f	
ق	Q q	
ك	K k	
ل	L l	
م	M m	
ن	N n	
ه	H h	
و	W w	
ء	Tidak dilambangkan atau ‘	
ي	Y y	
Vokal panjang		Ditandai dengan garis di atas vokal
يْ أ	Ay	Diftong
وْ أ	Aw	Diftong

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu”. Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang menjadi uswatun hasanah bagi kita semua. Amin.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu
3. Idwal B, MA, selaku Plt. Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu
4. Drs. Nurul Hak, MA selaku pembimbing I dan Yosy Arisandy, MM selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Kedua orang tua Merzan Afandi A, Amd dan Harleni yang selalu mendoakan kesuksesan penulis.

6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis ke depan.

Bengkulu, 17 Mei 2017 M
20 Sya'ban 1438 H

YULIA ELLAWATI
NIM 1316140490

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Penelitian Terdahulu	8
F. Metode Penelitian.....	12
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	12
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	13
3. Subjek/ <i>Informan</i> Penelitian	13
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	14

5. Teknik Analisis Data	16
-------------------------------	----

BAB II KAJIAN TEORI

A. <i>Customer Service</i>	19
1. Pengertian	19
2. Peranan <i>customer service</i>	20
3. Fungsi dan tugas <i>customer service</i>	21
4. Dasar-dasar pelayanan nasabah	23
5. Sikap melayani nasabah.....	25
6. Ciri-ciri pelayanan yang baik	27
7. Syarat-syarat seorang <i>customer service</i>	30
B. Loyalitas	32
1. Pengertian	32
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.....	34
3. Karakteristik loyalitas.....	34
4. Strategi yang membangun loyalitas.....	35
C. Nasabah	36
1. Pengertian	36
2. Sifat-sifat nasabah.....	37
3. Sebab-sebab nasabah meninggalkan bank.....	39

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Deskripsi Wilayah/Gambaran Umum	41
1. Letak Geografis.....	41
2. Tempat Kedudukan	41

3. Sejarah.....	42
4. Visi dan Misi	46
5. Nilai Budaya Kerja dan Perilaku Insan.....	47
B. Struktur Organisasi.....	49
C. Produk-Produk PT BPRS Safir	50
1. Pembiayaan atau Penyaluran dana	50
2. Produk penghimpunan dana.....	56
D. Sumber Daya Manusia	60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Peran <i>customer service</i> pada PT BPRS Safir Bengkulu	62
B. Peranan CS dalam meningkatkan loyalitas nasabah	65
C. Analisis Peranan <i>Customer Service</i>	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	70
B. Saran-saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 : Lokasi PT.BPRS Safir Bengkulu	40
Gambar 3.2 : Struktur organisasi	48
Gambar 3.3 : Alur pembiayaan <i>murabahah</i>	51
Gambar 3.4 : Alur pembiayaan dengan prinsip <i>ijarah</i>	51
Gambar 3.5 : Alur pembiayaan <i>musyarakah</i>	53
Gambar 3.6 : Alur penggunaan dana deposito	59

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Bukti menghadiri seminar proposal
- Lampiran 2 : Blangko judul yang di ACC
- Lampiran 3 : Daftar hadir seminar proposal mahasiswa
- Lampiran 4 : Surat penunjukan pembimbing
- Lampiran 5 : Pedoman wawancara
- Lampiran 6 : Surat izin penelitian
- Lampiran 7 : Rekomendasi izin penelitian DPMPTSP Provinsi Bengkulu
- Lampiran 8 : Surat izin penelitian DPMPTSP Kota Bengkulu
- Lampiran 9 : Surat keterangan selesai penelitian dari PT BPRS Safir Bengkulu
- Lampiran 10 : Lembar bimbingan skripsi
- Lampiran 11 : Jadwal penelitian
- Lampiran 12 : Data nasabah
- Lampiran 13 : Foto-foto saat melakukan wawancara penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat (1) perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam pasal 1 ayat (7) UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.¹

Seiring dengan semakin berkembangnya kehidupan dunia, terutama dalam bidang ekonomi yang di mana juga tidak dapat dipisahkan dengan keuangan. Masyarakat sangat membutuhkan kehadiran bank sebagai sarana penyimpanan maupun sarana membantu dalam usaha baik usaha kecil maupun menengah ke atas. Maraknya bank-bank yang hadir di Indonesia dengan berbagai layanan serta promosi yang bertujuan untuk menarik perhatian nasabah.

Nasabah merupakan nafas kehidupan bagi bank agar mampu menjalankan setiap kegiatannya. Setiap bank dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas. Dengan berbagai layanan menarik dari

¹ Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 49

berbagai bank, maka masyarakat akan lebih selektif dalam memilih lembaga keuangan yang menurut mereka adalah terbaik, peran karyawan atau seorang pelayan dalam dunia perbankan sangat penting seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis di bidang jasa. Dunia perbankan menyadari betapa pentingnya memperoleh dan mempertahankan kepercayaan nasabah bagi keberhasilan bisnis bank. Perbankan berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai nasabah dan mengembangkan pelayanan yang unggul. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik, maka pastinya akan lebih banyak masyarakat yang tertarik menggunakan jasa perbankan tersebut.

Sebagai lembaga keuangan bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), pembiayaan, serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya karena tanpa kepercayaan masyarakat mustahil bank dapat hidup dan berkembang. Maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakatnya. Tanpa citra 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.²

Salah satu aktivitas bank terutama bank syariah adalah memberikan pelayanan jasa perbankan bagi nasabahnya yang berpedoman pada syariah Islam yaitu Al Quran dan Sunnah. Selain itu, bank syariah juga menyalurkan dana atau memberikan pembiayaan, dan juga melakukan usaha menghimpun

² Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 298

dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan.³ Dalam operasinya bank selalu memperhatikan *service* (pelayanan). Dalam hal pelayanan ini sumber daya manusia sangat diperlukan dibandingkan dengan mesin atau perangkat lainnya. Sumber daya manusia yang memadai dan mempunyai kompetensi dalam bidang perbankan syariah sangat dibutuhkan.⁴ Maka bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini disebut *customer service* (CS).⁵

Di mana dijelaskan dalam surat Ali-Imran ayat 159:

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

Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal. (Q.S Ali Imran: 159) ⁶

³ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 45

⁴ Sofyan S. Harahap, Wiroso, Muhammad Yusuf, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE, 2009)

⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 179

⁶ Al-Kausar, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009), h. 90

Pelayanan nasabah atau *customer service* (CS) disini maksudnya ialah 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 terpisahkan dari bank, karena pelayan nasabah merupakan salah satu kegiatan bank untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

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.

Customer service memegang peranan sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *customer service* 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. Oleh karena itu, tugas *customer service* merupakan ujung tombak kegiatan operasional perbankan.⁷

Peranan *customer service* secara umum ada 2 yaitu: mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah dan berusaha untuk mendapat nasabah baru melalui berbagai pendekatan.⁸

Pada praktek di lapangan tidak sesuai dengan teori yang ada. Dari hasil *survei* awal penulis pada PT BPRS Safir Bengkulu, penulis hanya melihat bahwa *customer service* hanya mempunyai peran penting sebagai pelayan nasabah dalam hal pemberian informasi yang dibutuhkan oleh nasabah.

Mengingat pentingnya *customer service* ini perbankan menyiapkan tenaga khusus yang terlatih baik dengan kualifikasi istimewa dengan maksud untuk melayani segala kebutuhan dan keinginan nasabah selain juga berfungsi sebagai pembina hubungan masyarakat. Dalam dunia global yang telah mengalami percepatan dalam perpindahan informasi dan preferensi ini mutlak diperlukan peran *customer service* yang dapat mengatasi segala permasalahan dan juga bisa mengantisipasi perubahan-perubahan yang ada.⁹

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

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*,..... h. 177

⁸ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), h. 181

⁹ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Gahara Ilmu, 2010), h.

memberikan layanan kepada nasabahnya. Pelayanan nasabah bermutu hanya bisa dipahami dari sudut pandang nasabah, yaitu nasabah cenderung memberikan penilaian terhadap tingkat pelayanan dari dua dimensi: a. Dimensi *procedural*: mencakup sistem dan prosedur yang telah tertata guna menyampaikan produk dan atau pelayanan. b. Dimensi pribadi: berhubungan dengan bagaimana penyedia pelayanan dalam menggunakan sikap, perilaku, dan kemampuan lisan dalam berinteraksi dengan pelanggan.

Agar pelayanan yang diberikan berjalan dengan baik, maka interaksi antara nasabah dan *customer service* haruslah berjalan dengan baik. Interaksi ini terjadi komunikasi antara *customer service* dengan nasabah. Perlu diingat juga bahwa dalam memberikan pelayanan, *customer service* selalu dituntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar etika. Ada beberapa etiket pelayanan yang dapat diberikan oleh pegawai bank, khususnya *customer service* dalam rangka memberikan pelayanan kepada nasabah¹⁰ : 1) Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore. 2) Setelah mengucapkan salam, segera mempersilahkan tamu untuk masuk atau duduk dengan sopan atau suruh menunggu sebentar. 3) Baik dalam mengucapkan salam atau mempersilahkan tamu masuk atau duduk selalu ramah dan senyum. 4) Bertanya tentang keperluan nasabah, secara ramah, sopan dan lemah lembut. 5) Biasakan dan mulailah mengucapkan tolong atau maaf untuk menyuruh nasabah mengisi formulir atau menunggu sesaat. 6) Ucapkan kata terima kasih apabila nasabah

¹⁰ Kasmir, *Etika Customer....*, h. 84

memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya. Sehingga baik buruknya pelayanan akan mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap bank tersebut.

Adanya pelayanan yang baik itu membuat nasabah merasa senang dan dihargai, sehingga nasabah akan kembali lagi dan melanjutkan hubungan bisnis dengan perusahaan tersebut. kemudian akan menceritakan kepuasan dan kebaikan pelayanan yang diperoleh kepada rekan yang lain. Hal ini dapat mempengaruhi pertumbuhan perusahaan dan penambahan peluang atau kesempatan bagi *customer service*.

Dari masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran *customer service* pada PT BPRS Safir Bengkulu?
2. Bagaimanakah peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT BPRS Safir Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Dari uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana peran *customer service* pada PT BPRS Safir Bengkulu.

2. Untuk mengetahui bagaimanakah peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT BPRS Safir Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara *teoritis*

- a. Acuan atau dasar *teoritis* bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan pembahasan mengenai masalah peranan *customer service* dan loyalitas nasabah.
- b. Untuk pengembangan penelitian di bidang perbankan syariah, terutama pada mata kuliah manajemen pemasaran bank syariah.
- c. Untuk perbendaharaan perpustakaan di IAIN Bengkulu.

2. Secara *praktis*

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

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu atau tinjauan pustaka maksudnya adalah memeriksa hasil penelitian terdahulu pada perpustakaan. Agar penelitian ini tidak tumpang tindih dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lainnya maka perlu dilakukan telaah kepustakaan, tujuannya adalah untuk mengetahui apakah permasalahan ini sudah ada mahasiswa yang meneliti dan membahasnya.

Skripsi yang pertama, yaitu skripsi oleh Mesha Rio Dhypalonika yang berjudul “Kualitas Pelayanan *Customer Service* Kepada Pelanggan Telkom di Plasa Telkom Sidoarjo (Studi deskriptif kualitatif pada *customer service* pelayanan pengaduan)”. Tahun 2012. Tempat penelitian yaitu di plasa Telkom Sidoarjo. Masalah dalam penelitian Mesha ialah berfokus pada masalah kualitas pelayanan yang meliputi *tangible* (bukti fisik), *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati). Metode penelitian yang digunakan Mesha adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian Mesha di plasa Telkom Sidoarjo mengenai kualitas pelayanan pengaduan *customer service*, berdasarkan kualitas pelayanan yang berdiri dari: *tangible* (bukti fisik), yang meliputi; fasilitas ruang tunggu dan tempat duduk, loket pelayanan pengaduan pelanggan, dan fasilitas penunjang seperti TV atau pemutar music, toilet, tempat parkir, internet gratis/WIFI, *resposiviness* (daya tanggap), yang meliputi; tindakan yang dilakukan kepada pelanggan dalam menanggapi keluhan, kecepatan dan kepastian dalam menangani keluhan pelanggan, *reliability* (kehandalan), yang meliputi; respon yang ditimbulkan oleh pelanggan pada saat petugas memberikan pelayanannya, kepuasan yang di dapat pelanggan setelah menerima pelayanan, kepastian waktu penyelesaian dalam menangani keluhan pelanggan, *assurance* (jaminan), yang meliputi; keamanan di lokasi penelitian, kredibilitas yang di dapat pelanggan, *Emphaty* (empati), yang meliputi; kemudahan pelanggan saat menemui *customer service*, perhatian yang diberikan kepada pelanggan. Dari data yang didapat melalui wawancara

dan observasi pengamatan, menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan *customer service* kepada pelanggan Telkom di plasa Telkom Sidoarjo mendapatkan respon yang baik, meskipun ada kekurangan dalam pelayanan yang diberikan, agar kualitas pelayanan menjadi lebih baik ditunjang dengan perbaikan sistem kinerja yang lebih baik juga dan diharapkan lebih peduli terhadap keluhan pelanggan.¹¹ Perbedaan dengan penelitian penulis yaitu masalah penelitian, yang dimana masalah penelitian Mesha ialah berfokus pada masalah kualitas pelayanan yang meliputi *tangible* (bukti fisik), *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati), sedangkan masalah penelitian penulis lebih berfokus kepada bagaimana peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

Skripsi yang kedua, yaitu skripsi oleh Rizki Ramadhan yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Cabang BSD)”. Tahun 2013. Tempat penelitian ialah Bank Muamalat Cabang BSD. Masalah dalam penelitian Rizki di Bank Muamalat Cabang BSD ialah bagaimanakah cara bank Muamalat untuk mempertahankan posisinya sebagai pionir lahirnya bank syariah di indonesia agar kepuasan nasabah tetap tinggi?. Metode penelitian ialah pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian, dari hasil pengolahan data berdasarkan analisis kuantitatif menunjukkan bahwa kelima variabel kualitas pelayanan memiliki hubungan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil

¹¹ Mesha Rio Dhypalonika, *Kualitas Pelayanan Customer Service Kepada Pelanggan Telkom di Plasa Telkom Sidoarjo*, dikutip dari <https://core.ac.uk> , >download>pdf, pada hari Rabu, tanggal 15 Maret 2017, pukul 11.05 WIB

analisis korelasi dimana nilai sig dari setiap variabel kurang dari 0.05. Jika berdasarkan kriteria Suliyanto, kelima variabel independent memiliki hubungan yang cukup dimana *responsiveness* memiliki koefisien korelasi 0.636, *reliability* 0.608, *assurance* 0.606, *empathy* 0.524, dan *tangibles* 0.657. Semua nilai korelasi berada pada interval $0.50 < r < 0.69$. Perbedaan dengan penelitian penulis ialah metode penelitian, yang dimana penelitian terdahulu oleh Rizki Ramadhan menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan penulis menggunakan metode penelitian lapangan deskriptif kualitatif.¹² Perbedaan yang kedua, yaitu masalah yang diteliti, masalah yang diteliti oleh peneliti terdahulu yaitu bagaimanakah cara bank Muamalat untuk mempertahankan posisinya sebagai pionir lahirnya bank syariah di Indonesia agar kepuasan nasabah tetap tinggi, sedangkan penulis lebih berfokus kepada bagaimana peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

Skripsi yang ketiga, oleh Yusron Musthafa Kamal dengan judul “Strategi Pelayanan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Rawamangun”. Tahun 2016. Masalah yaitu bagaimana strategi *customer service* di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Rawamangun dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, serta upaya yang berpengaruh terhadap pelayanan *customer service*. Metode penelitian yaitu kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, strategi pelayanan *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada

¹² Rizki Ramadhan, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*, dikutip dari repository.uinjkt.ac.id>dspace>skripsi, pada hari Selasa, tanggal 14 Maret 2017, pukul 10.53 WIB.

nasabah yaitu, *competence* (kompetensi), *trusted & trust* (percaya dan dipercaya), *contribution* (kontribusi), *honesty* (kejujuran), *service excellent* (pelayanan prima), *social & environment care* (sosial dan peduli pada lingkungan), *innovation* (perubahan). Serta upaya yang dilakukan oleh *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah pertama tujuh rekening baru dalam satu hari, kedua *cross selling* (penjualan silang), ketiga *roll play* dan terakhir *shopper*.¹³ Perbedaan dengan penelitian penulis, yaitu masalah yang diteliti, yang dimana penulis lebih berfokus kepada bagaimana peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah, sedangkan penelitian terdahulu meneliti ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Perbedaan yang kedua, yaitu pada metode penelitian. Metode penelitian yang di gunakan oleh peneliti terdahulu yaitu pengujian *hipotesa* atau pengujian penjelasan, sedangkan penulis menggunakan metode penelitian lapangan deskriptif kualitatif.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan ialah *field research* (penelitian lapangan). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif ini antara lain didasarkan pada pertimbangan bahwa dengan pendekatan ini dapat membantu peneliti dengan menjelaskan kenyataan-kenyataan yang

¹³ Yusron Musthafa Kamal, *Startegi Pelayanan Customer Service Dalam meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Rawamangun*, dikutip dari repository.uinjkt.ac.id>dspace>bitstream, pada hari Rabu, tanggal 15 Maret 2017, pukul 11.45 WIB

dihadapi di lapangan. Juga dapat membantu peneliti berinteraksi langsung dengan subjek penelitian tentang peranan *customer service* dalam meningkatkan *loyalitas* nasabah pada PT BPRS Safir Bengkulu.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan dari April 2016 sampai selesai (jadwal terlampir).

Lokasi dalam penelitian ini adalah PT BPRS Safir Bengkulu yang beralamat di Jalan Merapi No.02 Kebun Tebeng Bengkulu.

3. Subjek/Informan Penelitian

Informan adalah orang yang diwawancarai, dimintai informasi oleh pewawancara.¹⁴ Dalam kegiatan penelitian yang menjadi sumber informasi adalah para informan yang berkompeten dan mempunyai relevansi dengan penelitian.¹⁵ Pemilihan *informan* diambil dengan teknik *purposive sampling*. *Purpose sampling* atau dikenal juga dengan *purposeful sampling* merupakan metode/cara pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk tujuan tertentu.¹⁶ Oleh karena itu, *informan* dalam penelitian ini ialah pengurus PT. BPRS Safir Bengkulu yaitu pada bagian *customer service*, kepala divisi operasional dan umum, *teller* dan nasabah pada bank tersebut.

¹⁴ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h. 108

¹⁵ Iskandar, *Metodologi Penelitian pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2008), h. 219

¹⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 53-54

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

a) Data primer

Data dapat diperoleh langsung dari lapangan.¹⁷ Dalam penelitian ini, sumber data primer ialah berupa hasil wawancara dengan *customer service*, nasabah, Ka. Divisi umum dan personalia, dan *teller* PT BPRS Safir Bengkulu.

b) Data Sekunder

Sedangkan data sekunder yaitu data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain), tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder adalah data laporan peranan *customer service* berupa buku, literatur, artikel, serta jurnal.¹⁸

b. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah sebuah urut informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan *problem* tertentu. Menurut Burhan “data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang dapat diperoleh di lokasi penelitian”.¹⁹ Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Pada bagian ini, peneliti menentukan metode apa yang

¹⁷ Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara), h. 143

¹⁸ Nasution, *Metode Research.....*, h. 100

¹⁹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*. (Jakarta : Prenada Media, 2005), h.119

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. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Interview* atau Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi.²⁰ 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*, kepala divisi operasional dan umum, *teller* dan nasabah bank tersebut.

2. Observasi

²⁰ Nasution, *Metode Research.....*, h. 113

Observasi merupakan sebuah proses penggalan data yang dilakukan langsung oleh peneliti sendiri (bukan oleh asisten peneliti atau oleh orang lain) dengan cara melakukan pengamatan mendetail terhadap manusia sebagai objek observasi dan lingkungannya dalam kancah riset.²¹

3. 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 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 PT BPRS Safir Bengkulu.

5. 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

²¹ Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Group sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 130-131

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:²²

a. Reduksi data

Merupakan sebuah hasil dari catatan lapangan dengan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian dan penyederhanaan-penyederhanaan.²³

b. Penyajian data

Dengan arti lain data ini merupakan sebuah hasil dari proses penyusunan secara sistematis bertujuan untuk memperoleh kesimpulan sebagai temuan penelitian.²⁴

c. Penarikan data

Catatan yang diambil dari berbagai sumber yang ada dan dari hasilhasil observasi dapat disimpulkan masalah-masalah yang sesuai dengan fokus penelitian penulis. 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. Dengan demikian metode induktif merupakan proses dimana peneliti mengumpulkan data dan kemudian

²² Sugiyono, *Memahami Penelitian.....*, h. 91

²³ Sugiyono, *Memahami Penelitian.....*, h. 92

²⁴ Sugiyono, *Memahami Penelitian.....*, h. 95

mengembangkannya menjadi suatu teori.²⁵ 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 PT BPRS Safir Bengkulu. Penerapannya adalah dengan cara mengolah data yang masih umum yang berupa jawaban dari *customer service*, kepala divisi personalia dan umum, *teller* dan nasabah pada PT BPRS Safir Bengkulu.

²⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian.....*, h. 99

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Customer Service*

1. Pengertian

Pelayanan pelanggan atau sering disebut dengan *customer service*, saat ini memberikan peranan yang cukup besar dalam menaikkan omset penjualan perusahaan. *Customer service* untuk bidang jasa sangat memegang peranan penting dan berujung kepada kenaikan laba atau keuntungan.²⁶ Sehubungan dengan peranan yang sangat penting dalam menentukan kualitas jasa, perusahaan memerlukan pelayanan yang unggul, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.²⁷

Customer service adalah ilmu dan seni tentang melayani pelanggan sebagai ujung tombak perusahaan yang berada di garis paling depan, yang secara fungsional berada di semua lini, baik di tahap sebelum, selama, maupun sesudah dalam kegiatan produksi maupun nonproduksi suatu perusahaan.²⁸

Pengertian *Customer service* (CS) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Jadi intinya *customer service*

²⁶ Susatyo Herlambang, *Public Relations and Customer Service*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2010), h. 73

²⁷ Fandy Tjipto, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: ANDI, 2006), h. 58

²⁸ Suharto Abdul Majid, *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 7

melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi dengan nasabah. *Customer service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.²⁹

Customer service pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai *outcome* dari kegiatan distribusi dan logistik, dimana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. *Customer service* meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat (*time and place utilities*) termasuk pelayanan pra-transaksi, saat transaksi dan pasca-transaksi. Kegiatan sebelum transaksi akan turut mempengaruhi kegiatan transaksi dan setelah transaksi, oleh karena itu, kegiatan pendahuluannya harus sebaik mungkin sehingga konsumen memberikan respons yang positif dan menunjukkan loyalitas yang tinggi.³⁰

2. Peranan Customer Service

Customer service memegang peranan 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 meyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Selain itu *customer service* juga harus dapat menjaga

²⁹ Kasmir, *Etika Customer*....., h. 180

³⁰ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h.64

nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, tugas *customer service* menjadi tulang punggung kegiatan operasional.³¹

Secara umum, peranan *customer service* adalah:

- 1) Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
- 2) Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.³²

3. Fungsi dan Tugas *Customer Service*

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 sesuatu pelayanan nasabah. Fungsi dan tugas *customer service* harus benar-benar dipahami sehingga seorang *customer service* dapat menjalankan tugasnya secara prima.

a) Fungsi *customer service*:

1. Sebagai *resepsionis*, artinya seorang CS berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke bank. Dalam hal menerima tamu CS harus bersikap dengan ramah tamah, sopan, dan menyenangkan.

³¹ Kasmir, *Etika Customer*....., h.181

³² Kasmir, *Etika Customer*....., h. 181

2. Sebagai *deskman*, artinya seorang CS berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah.
3. Sebagai *salesman*, artinya CS berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*.
4. Sebagai *customer relation officer*, yaitu berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah.
5. Sebagai komunikator, artinya *customer service* berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.³³

b) Tugas *customer service*

1. Melayani pembukaan rekening baru (deposito, tabungan, giro)
2. Melayani permintaan buku cek, buku bilyetgiro, dan buku setoran.
3. Membuat debet nota kepada nasabah giro atas pemakaian buku cek/bilyetgiro.
4. Melayani informasi saldo nasabah.

³³ Kasmir, *Pemasaran Bank*....., h. 180-181

5. Memberikan informasi tentang produk-produk bank.
6. Melayani komplain nasabah.
7. Menginventarisir daftar hitam nasabah giro.
8. Mengadministrasikan/membuat stok buku cek dan bilyetgiro.
9. Membuat laporan pembukaan rekening baru (deposito, tabungan, giro), harian, bulanan, dan tahunan.
10. Membuat laporan penutupan rekening (tabungan dan giro) harian, bulanan, dan tahunan.
11. Membuat jurnal harian seksi
12. Membuat slip antar seksi.
13. Membuat slip serah terima *internal*.
14. Membuat slip *kolektif* penerimaan setoran tunai (khusus pembelian buku cek/bilyetgiro).³⁴

4. Dasar-dasar Pelayanan Nasabah

Seorang *customer service* dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Agar pelayanan yang diberikan bisa memuaskan nasabah, maka seorang *customer service* harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap *customer service* telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut dasar-dasar pelayanan *customer service*:

³⁴ Mintardjo, *Administrasi Bank Manual Operasional Kantor Cabang*, (Jakarta: Erlangga, 2013), h. 71

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih

Artinya petugas *customer service* harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik, necis, tidak kumal, dan baju lengan panjang jangan digulung.

2. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum

Dalam melayani nasabah, petugas *customer service* tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi, lebih akrab, dan senyum.

3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal

Pada saat nasabah datang petugas *customer service* harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan nama. Namun, jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan ibu/bapak.

4. Tenang, Sopan, Hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.

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

5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar

Artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula.

6. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuan

Dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu, atau kurang semangat.

7. Jangan menyela atau memotong pembicaraan

Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan.

8. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan

Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal.

9. Jika tak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan

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

10. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani

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

5. Sikap Melayani Nasabah

Setelah mengerti sifat-sifat nasabah secara umum, maka langkah atau sikap melayani nasabah pun harus diperhatikan. Sikap yang kurang baik akan berpengaruh terhadap hasil pelayanan yang diberikan. Berikut ini beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani nasabah:³⁵

³⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*...., h. 184

1. Beri kesempatan nasabah berbicara

Artinya petugas *customer service* memberikan kesempatan kepada nasabah untuk mengemukakan keinginannya. Dalam hal ini petugas *customer service* harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

2. Dengarkan baik-baik

Sebagai *customer service* selama nasabah mengemukakan pendapatnya harus menyimak baik-baik pendapat nasabah tanpa menyinggung nasabah.

3. Jangan menyela pembicaraan

Sebelum nasabah selesai berbicara, maka petugas *customer service* dilarang memotong atau menyela pembicaraan nasabah.

4. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai berbicara

Pengajuan pertanyaan kepada nasabah baru dilakukan jika nasabah sudah selesai bicara, dengan bahasa yang baik, singkat dan jelas.

5. Jangan marah dan jangan mudah tersinggung

Cara bicara, sikap atau nada bicara jangan menyinggung nasabah, jangan mudah marah dan usahakan tetap sabar dalam melayani nasabah.

6. Jangan mendebat nasabah

Jika ada hal-hal yang kurang disetujui usahakan beri penjelasan dengan sopan dan jangan memberikan argumen yang tidak dapat diterima oleh nasabah.

7. Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang

Dalam melayani nasabah sikap sopan santun, ramah tamah harus dijaga. Dan juga harus dapat mengendalikan emosi.

8. Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya

Petugas *customer service* tidak menangani tugas-tugas yang bukan menjadi wewenangnya, agar tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.

9. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu

Nasabah yang datang ke bank pada prinsipnya ingin dibantu. Oleh karena itu, berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa memang kita ingin membantu nasabah.

6. Ciri-ciri pelayanan yang baik

Setiap bank selalu ingin dianggap yang terbaik di mata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Ciri-ciri pelayan yang baik ini harus segera dapat dipenuhi oleh bank, sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal.³⁶

³⁶ Kasmir, *Kewirausahaan.....*, h. 308

1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Meja dan kursi yang diduduki harus nyaman. Udara ruangan tenang dan sejuk, sehingga membuat nasabah betah untuk berurusan.

2. Tersedia karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas *customer service* yang melayaninya. Petugas *customer service* harus ramah, sopan, dan menarik. Selain itu, petugas *customer service* harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan, serta pintar. Petugas *customer service* juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga cara kerja harus cepat dan cekatan. Untuk ini semua sebelum menjadi *customer service* harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.

3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas *customer service* harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu maka segera petugas *customer service* yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya.³⁷

³⁷ Kasmir, *Kewirausahaan.....*, h. 309

4. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani nasabah diharapkan petugas *customer service* harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

5. Mampu berkomunikasi

Petugas *customer service* harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Petugas *customer service* mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya, petugas *customer service* harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas *customer service* harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapa pun. Rahasia bank merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank.

7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi *customer service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas *customer service* selalu berhubungan dengan manusia, maka *customer service* perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Customer service harus cepat tanggap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas *customer service* yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.³⁸

9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan petugas *customer service* khususnya dan seluruh karyawan bank umumnya.

7. Syarat-syarat seorang *customer service*

Sudah kita ketahui bahwa tugas yang diemban seorang *customer service* amat berat. Oleh sebab itu, sebelum ditugaskan *customer service* harus terlebih dahulu memiliki persyaratan tertentu. Persyaratan ini mutlak untuk dipenuhi sehingga mampu mengemban tugas yang diberikan kepadanya kelak. Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh seorang *customer service* adalah sebagai berikut:³⁹

1. Persyaratan fisik

Seorang *customer service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik seperti tinggi yang ideal dengan berat badan, misalnya

³⁸ Kasmir, *Kewirausahaan.....*, h. 310

³⁹ Kasmir, *Kewirausahaan.....*, h. 311

seorang wanita 160 cm dan laki-laki 165cm. Kemudian harus memiliki wajah yang menarik dan menawan. Petugas *customer service* juga harus memiliki jiwa yang sehat. Artinya, seorang *customer service* harus sehat jasmani dan rohaninya. Disamping itu, petugas harus memiliki penampilan yang menarik, badan, dan pakaian rapi dan bersih, serta mempunyai badan yang seimbang antara berat dan tinggi.

2. Persyaratan mental

Customer service harus memiliki perilaku yang baik seperti sabar, ramah, dan murah senyum. Hindarkan petugas *customer service* yang mudah marah/emosi dan cepat putus asa. *Customer service* juga harus punya rasa percaya diri (*self confidence*) yang tinggi, tidak minder, punya *inisiatif*, teliti, cermat, rajin, jujur, serius, hati-hati, dan punya rasa tanggung jawab.

3. Persyaratan kepribadian

Syarat lain *customer service* harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan, lemah lembut, simpatik, lincah, energik, menyenangkan, berjiwa bisnis, memiliki rasa humor, dan ingin maju. Dalam melayani nasabah kesan pertama yang mengesankan (*first impression*) perlu ditonjolkan. *Customer service* juga harus mampu mengendalikan diri (*self control*), tidak mudah marah, tidak terpancing untuk berbuat dan berkata kasar, ketidaksabaran, dan rasa tidak puas. Kemudian *customer service*

harus mampu mengendalikan gerakan-gerakan tubuh yang mengesankan serta tidak terpancing untuk berbicara hal-hal yang bersifat negatif.

4. Persyaratan sosial

Customer service harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, memiliki budi pekerti yang luhur, pandai bergaul, pandai bicara, dan fleksibel. *Customer service* juga harus cepat menyesuaikan diri dan mudah bekerja sama dengan berbagai pihak⁴⁰

B. Loyalitas

1. Pengertian

Loyalitas merupakan satu kata lama yang biasanya digunakan untuk menggambarkan kesetiaan dan kepatuhan.⁴¹ 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.⁴²

Loyalitas adalah tentang persentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak

⁴⁰ Kasmir, *Kewirausahaan.....*, h. 312

⁴¹ Cristopher lovelock dkk, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h. 76

⁴² <http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2009/11/10/definisi-loyalitaspelanggan/>, diakses tgl 30 Oktober 2016

pembelian yang pertama.⁴³ Loyalitas terbentuk karena keinginan pelanggan tersebut untuk menjaga hubungan kerja sama dengan cara menggunakan jasa perusahaan secara berulang-ulang.⁴⁴

loyalitas (*loyalty*) yaitu komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.⁴⁵

Hal yang sama dinyatakan bahwa loyalitas merupakan komitmen dari seorang pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang diukur dengan pembelian ulang atau *attitudinal commitment*.⁴⁶ Berdasarkan pengertian di atas, dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengarah kepada perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengembalian keputusan.

Tipe-tipe pelanggan berdasarkan tangga loyalitas:

- a. Prospek, yaitu orang-orang telah mengenal jasa suatu perusahaan, tetapi belum pernah datang ke perusahaan dan membelinya.
- b. Pembelanja, prospek yang telah yakin mengunjungi perusahaan, tetapi belum membeli dan perusahaan hanya memiliki kesempatan terbatas untuk mempengaruhi mereka.
- c. Pelanggan, telah melakukan pembelian.

⁴³ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 13

⁴⁴ Farida Jasfar, *Teori dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 24

⁴⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 138

⁴⁶ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bandung: ALFABETA, 2015), h. 61

- d. Klien, pelanggan secara rutin melakukan pembelian.
- e. Penganjur, pelanggan yang telah puas akan menceritakan kepada siapa saja.⁴⁷

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah menurut Zikmund yaitu:

a) Ikatan

Yaitu bagaimana perusahaan menciptakan hubungan baik dengan nasabah dengan proses penciptaan kesadaran terhadap produk jasa yang ditawarkan.

b) Kepercayaan

Yaitu bagaimana nasabah mempercayai suatu produk jasa sehingga menggunakan produk tersebut secara berulang.

c) Kepuasan

Yaitu bagaimana nasabah mendapatkan sebuah proses yang memuaskan terhadap produk jasa yang digunakan dalam setiap proses transaksi tersebut.⁴⁸

3. Karakteristik Loyalitas

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

⁴⁷ Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), h. 50

⁴⁸ Rizki Hartawan, Skripsi “*Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Safir Kota Bengkulu*”, (Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri, 2016), h. 15

- a) Melakukan pembelian yang berulang-ulang.
- b) Hanya membeli produk dari perusahaan tersebut.
- c) Menolak produk lain.
- d) Menunjukkan kekebalan (tidak terpengaruh) oleh daya tarik produk sejenis dari perusahaan pesaing.
- e) Melakukan penciptaan *prospek*.⁴⁹

4. Strategi Membangun Loyalitas

Membangun loyalitas pelanggan merupakan hal yang sulit. Walaupun perusahaan sudah mengeluarkan banyak biaya untuk membangun loyalitas dengan pelanggan mereka sering gagal membangun hubungan dengan pelanggan yang sesungguhnya. Ada strategi yang dapat digunakan untuk membangun loyalitas yang disebut dengan roda loyalitas, yang terdiri dari tiga langkah yaitu:

- a) *Build a foundation for loyalty*. Perusahaan perlu membangun fondasi yang solid untuk menciptakan loyalitas pelanggan yang memasukkan portofolio yang benar dalam mengidentifikasi segmen pelanggan, menarik pelanggan yang benar, meningkatkan pelayanan dan mengantarkan nilai kepuasan yang tinggi.
- b) *Create loyalty bonds*. Untuk membangun loyalitas yang sesungguhnya, suatu perusahaan perlu mengembangkan ikatan yang erat dengan pelanggannya, serta memperdalam hubungan tersebut

⁴⁹ Muhammad adam, *Manajemen Pemasaran.....*, h. 52

dengan melakukan penjualan silang dan *bundling* atau menambah nilai melalui *loyalty rewards* dan level ikatan yang lebih tinggi.

c) *Reduce churn drivers*. Perusahaan perlu mengidentifikasi dan mengeliminasi faktor-faktor yang dihasilkan dari *churn* yang membuat kehilangan pelanggan dan menggantikannya dengan pelanggan baru.⁵⁰

C. Nasabah

1. Pengertian

Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, nasabah adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Nasabah adalah orang atau badan yang memiliki rekening pada suatu bank.⁵¹ Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain. Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank.

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. Dalam praktiknya, nasabah dibagi dalam tiga kelompok:

⁵⁰ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran.....*, h. 66

⁵¹ Mintardjo, *Administrasi Bank Manual Operasional Kantor Cabang*. (Jakarta: Erlangga, 2013), h.34

1. 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.

2. 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.

3. 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.⁵²

2.Sifat-Sifat Nasabah

Dalam melayani nasabah sebaiknya seorang *customer service* mampu memahami dan mengerti akan sifat-sifat masing-masing nasabahnya. Hal ini disebabkan masing-masing nasabah memiliki sifat-sifat yang berbeda, misalnya daerah asal, agama, pendidikan, pengalaman, dan budaya. Secara umum setiap nasabah memiliki keinginan yang sama, yaitu ingin dipenuhi

⁵² Kasmir, *Etika Customer.....*, h. 68

keinginan dan kebutuhannya serta selalu ingin memperoleh perhatian.

Berikut sifat-sifat nasabah yang harus dikenal:⁵³

1. Nasabah dianggap sebagai raja

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.

2. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

Tugas *customer service* ialah berusaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

3. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung

Sebagai *customer service* harus dapat mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

4. 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.

5. Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

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

⁵³ Kasmir, *Kewirausahaan.....*, h. 305

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.⁵⁴

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

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

⁵⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*....., h. 189

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.

Untuk mengatasi hal-hal tersebut diatas, maka perlu diketahui caracara 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.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Deskripsi Wilayah/Gambaran Umum

1. Letak Geografis



Gambar 3.1.Lokasi PT.BPRS Safir Bengkulu (Kantor Pusat)

2. Tempat Kedudukan

a. Kantor Pusat

Kantor Pusat PT BPRS Safir Bengkulu berkedudukan di Jl.Merapi
Raya 02 Kebun Tebeng, Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu.⁵⁵

b. Kantor Cabang Manna

⁵⁵ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

Kantor Cabang Manna PT BPRS Safir Bengkulu berkedudukan di Jl.Jend Sudirman No.160, Bengkulu Selatan, Provinsi Bengkulu.

c. Kantor Cabang Ketahun

Kantor Cabang Ketahun PT BPRS Safir Bengkulu berkedudukan di Jl.Wijaya Kesuma D1 Ketahun, Bengkulu Utara, Provinsi Bengkulu

d. Kantor Cabang Curup

Kantor Cabang Curup PT BPRS Safir Bengkulu berkedudukan di Jl.Sokowati No.69 Curup, Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu.

3. Sejarah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir Bengkulu

Di Bengkulu hingga tahun 2005 terdapat sekitar 20 ribuan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), namun baru 10 ribuan yang memperoleh fasilitas dan akses layanan perbankan. 3-8 ribuan wirausaha memperoleh pembiayaan usaha berasal dari tengkulak dan kerabat/keluarga serta hanya beberapa persen yang baru dapat pelayanan di Perbankan Syariah.⁵⁶

Memahami hal ini sebelumnya, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir telah melakukan pengamatan dan wawancara (Studi Kelayakan Bisnis) kepada pengusaha mikro dan kecil di beberapa Kabupaten di Bengkulu. Responden mengatakan bahwa Bank terlalu rumit dan menakutkan dengan berbagai persyaratan dan proses untuk meminjam uang, selain itu mereka tidak mempunyai waktu untuk datang ke Bank karena harus menunggu toko atau kiosnya.

Mereka membutuhkan suatu layanan persyaratan yang sederhana, proses yang mudah dan cepat, serta kenyamanan transaksi yang dapat dilakukan ditempat usaha mereka serta mereka berkeinginan untuk kembali membangkitkan ekonomi berbasis syariah Oleh karna itu, pada tahun 2005 Bank Pembiayaan Rakyat syariah Safir hadir untuk memberikan layanan secara khusus bagi usaha dengan skala mikro dan kecil.

⁵⁶ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

Bank Syariah Safir didirikan pada tanggal 10 September 2005, berdasarkan keputusan Bank Indonesia No.07/53/KEPPGBI/2005. PT BPRS Safir telah disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM RI no.C.18069HT.01.01 Tahun 2005. Akta pendiriannya disahkan didepan Notaris Irawan, SH dengan akta No.8 pada tanggal 04 Juni 2004. Bank Syariah Safir didirikan atas prakarsa:

1. H. Basri Muhammad, S.Sos
2. Ir. Bambang Sutrisno
3. Ir. Akhmad Muklis Yusuf

Bank Syariah Safir dalam kegiatannya diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah yang diangkat dengan persetujuan dari Dewan Syariah Nasional, yang terdiri dari:⁵⁷

Ketua : Drs. KH. Abdullah Munir. M. Pd

Anggota : Dr.Rohimin. M.Ag

Bank Syariah Safir Bengkulu didirikan dengan modal dasar perseroan sebesar Rp.4.000.000.000,- yang terdiri atas 4.000 lembar saham, masing-masing saham bernilai nominal seluruhnya sebesar Rp.1.000.000,-
Modal dasar perseroan tersebut terdiri dari:

- a. H. Basri Muhammad, sebanyak 2.733 lembar saham,dengan nominal seluruhnya sebesar Rp.2.733.000.000,-
- b. Ir. Bambang Sutrisno sebanyak 747 lembar saham,dengan nominal seluruhnya sebesar Rp.747.000.000,-
- c. Ir Ahmad Muklis Yusuf sebanyak 520 lembar saham, dengan nominal seluruhnya sebesar Rp.520.000.000,-

Pada Bank Syariah Safir Bengkulu telah ditentukan dan dibentuk Dewan Direksi dan Komisaris, terdiri dari:

⁵⁷ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

Komisaris Utama : H. Basri Muhammad
Komisari : Ir. Bambang Sutrisno
Direktur Utama : Amir Mukadar
Direktur : Rahmat Suryatna⁵⁸

Namun pada tanggal 16 Juli 2008, PT Bank Perkreditan Rakyat Syariah Safir berubah menjadi PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dan juga pada tanggal 31 Desember 2015 berdasarkan Akta Notaris Dian Rismawati, SH. Nomor 42 tanggal 14 Juli 2015 terjadi perubahan susunan Direksi, Dewan Komisaris, dan Dewan Pengawas Syariah sebagai berikut :

A. Direksi

Direktur Utama : Friska Dipniustiawan
Direktur : Ahmad Fauzi

B. Dewan Komisaris

Komisaris Utama : H. Basri Muhammad, S.Sos, M.Si
Komisaris : DR. H. Ahmad Mukhlis Yusup, MBA

C. Dewan Pengawas Syariah

Ketua : Drs. KH. Abdullah Munir
Anggota : Prof. Dr. Rohimin, M.Ag

Untuk menunjang perubahan susunan Direksi, Dewan Komisaris dan Dewan Pengawas Syariah tadi, Bank Syariah Safir Bengkulu telah melakukan langkah-langkah strategis, taktis dan nyata dalam mengoptimalkan peran untuk meningkatkan potensi ekonomi yang dimiliki masyarakat Bengkulu. Langkah-langkah ini dilakukan dengan memberikan pembiayaan dan pembinaan terhadap usaha kecil dan mitra terutama pada sektor perdagangan dan pertanian.

Bank Syariah Safir Bengkulu juga melakukan upaya peningkatan manajemen SDM, teknologi operasi yang nantinya diharapkan dapat lebih

⁵⁸ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

meningkatkan pelayanannya terhadap masyarakat secara cepat dan tepat, sesuai dengan visi dan misi Bank Syariah Safir Bengkulu.⁵⁹

4. Visi dan Misi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir Bengkulu

Adapun Visi dan Misi PT Bank Syariah Safir Bengkulu, adalah sebagai berikut:

Visi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir yaitu :

Menjadi Bank Syariah unggulan di Provinsi Bengkulu dengan memberikan manfaat dalam membangun perekonomian masyarakat Bengkulu.

Sedangkan Misi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir Bengkulu yaitu:

- a. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah, dan selaku mitra pilihan utama.
- b. Menciptakan kondisi terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
- c. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan sosial.

Hanya karyawan yang mempunyai kemampuan kerja yang tinggi sajalah yang akan mampu memberikan kontribusi positif terhadap pencapaian visi dan misi tersebut.

5. Nilai Budaya Kerja dan Nilai Perilaku Insan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir (PT BPRS Safir)

Secara umum ada lima nilai budaya kerja Bank Syariah Safir Bengkulu, diantaranya yaitu:

- a. *Sidiq*, (benar, baik perbuatan maupun perkataan)

⁵⁹ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

- b. *Amanah*, (dapat dipercaya)
- c. *Fathonah*, (cerdas)
- d. *Istiqomah*, (Konsisten) dan
- e. *Rahmat* (Kebaikan)⁶⁰

Sedangkan disisi lain, yang berkaitan erat dengan empat nilai budaya kerja Bank Syariah Safir Bengkulu, ada enam nilai perilaku utama insan Bank Syariah Safir Bengkulu yang tidak kalah penting untuk diperhatikan, diantaranya yaitu:

- a. Meningkatkan kompetensi dan memberikan hasil terbaik,
- b. Jujur, tulus, dan ikhlas,
- c. Disiplin, konsisten, dan bertanggung Jawab,
- d. Memberikan layanan terbaik berdasarkan prinsip syariah,
- e. Senantiasa melakukan penyempurnaan,
- f. Kreatif dan inovatif.

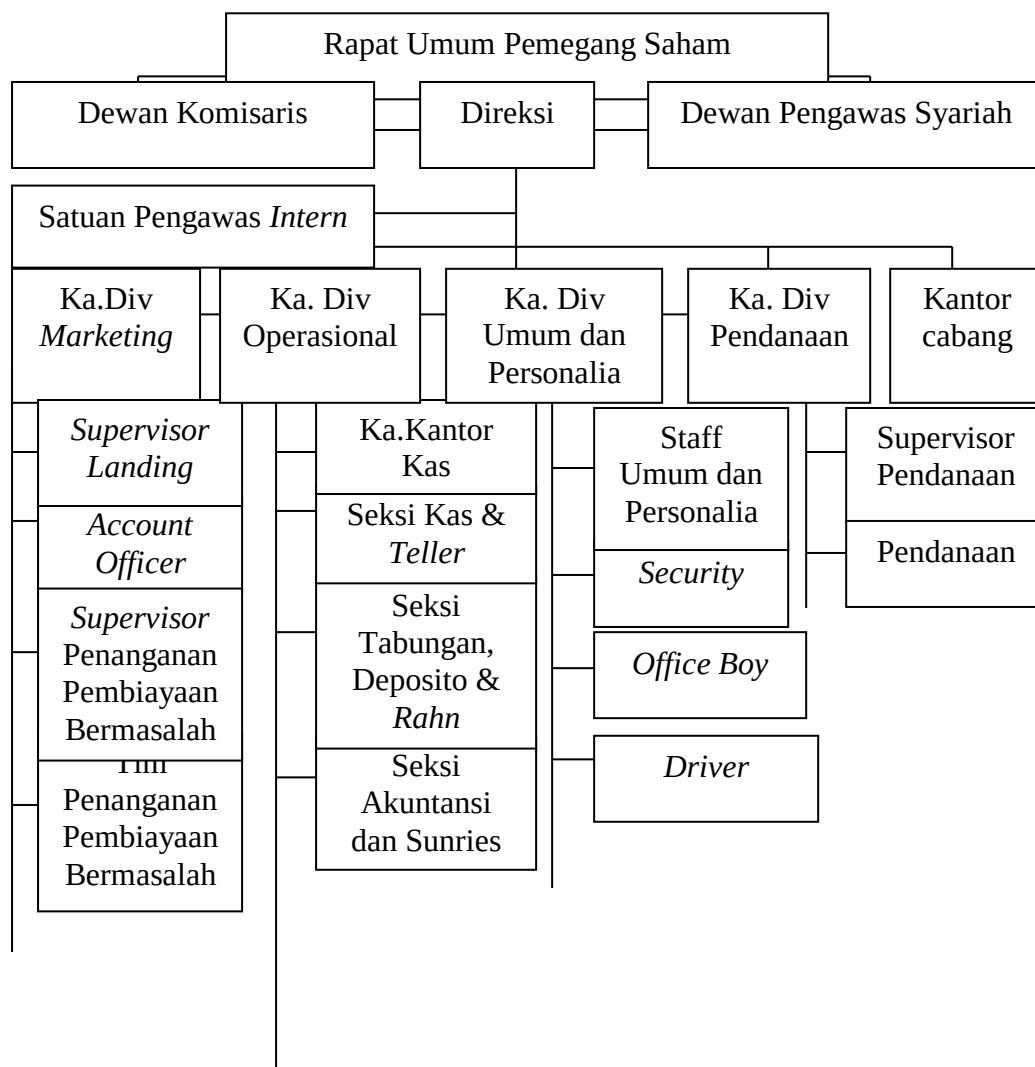
Dengan demikian, Bank Syariah Safir Bengkulu harus menjalankan seluruh kegiatan operasionalnya dibutuhkan ketelitian, ketepatan, dan kemampuan sumber daya manusia terhadap kinerja, agar meningkatkan kepuasan pelayanan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan berdasarkan prinsip Islam. Dengan kata lain, karyawan Bank Syariah Safir Bengkulu mempunyai peran yang sangat strategis dalam menunjang keberhasilan visi dan misi perusahaannya.⁶¹

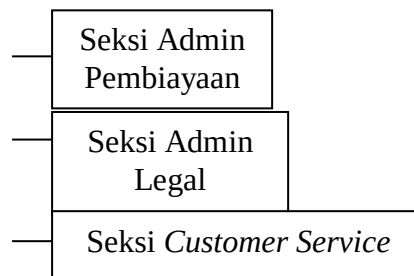
⁶⁰ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

⁶¹ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

B. Struktur Organisasi PT BPRS Safir Bengkulu

Struktur organisasi PT BPRS Safir Bengkulu dapat dilihat di Gambar 3.2 di bawah ini:





C. Produk-Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir (BPRS Safir)

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir (BPRS Safir) melayani berbagai aktivitas usaha mikro dan kecil, baik dalam pembiayaan maupun simpan pinjam. Untuk selalu memberikan kemudahan, kecepatan dan kenyamanan layanan, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Safir terdiri beberapa produk yang telah disesuaikan dengan kebutuhan, sebagai berikut:

1. Pembiayaan atau Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam tiga kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu:

1. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli.
2. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa.
3. Transaksi pembiayaan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa, dengan prinsip bagi hasil.
4. *Rahn* dan *Qordh*⁶²

Pada kategori pertama dan kedua, tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Produk yang termasuk dalam kelompok ini adalah produk yang menggunakan prinsip jual-beli seperti *murabahah*, *salam*, dan *istishna* serta produk yang menggunakan prinsip sewa

⁶² Profil PT BPRS Safir Bengkulu

yaitu *ijarah*. Sedangkan pada kategori ketiga, tingkat keuntungan bank ditentukan dari besarnya keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi-hasil. Pada produk bagi hasil keuntungan ditentukan oleh *nisbah* bagi hasil yang disepakati di muka. Produk perbankan yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah *musyarakah* dan *mudharabah*.

- a. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli yang ada di PT.BPRS Safir Bengkulu berupa pembiayaan *murabahah*, yakni :

Murabahah bi Tsaman Ajil atau lebih dikenal sebagai *murabahah*. *Murabahah* berasal dari kata *ribhu* (keuntungan) adalah transaksi jual-beli di mana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan. Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual-beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad.

Dalam perbankan, *murabahah* lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan (*bi tsaman ajil*). Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad sedangkan pembayaran dilakukan secara tangguh.⁶³

Gambar 3.3. Alur Pembiayaan *Murabahah*

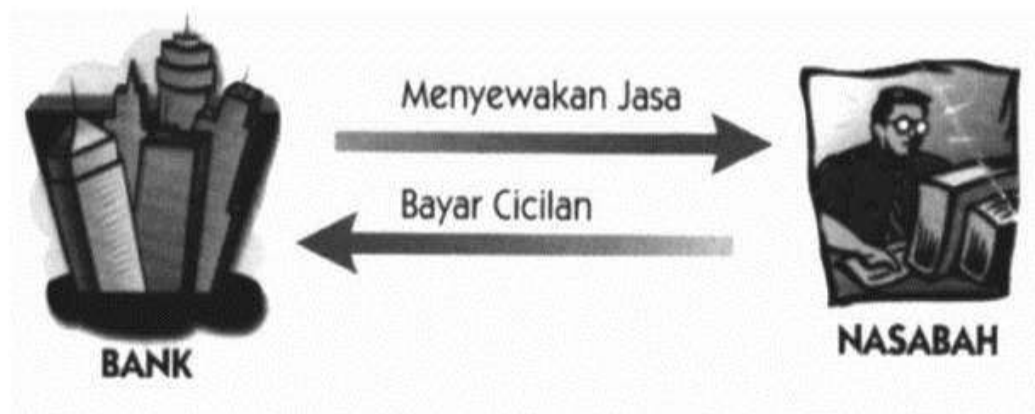
⁶³ Profil PT BPRS Safir Bengkulu



- b. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa yang ada diterapkan di PT BPRS Safir Bengkulu yakni prinsip *ijarah* :

Transaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, maka pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa.

Gambar 3.4. Alur Pembiayaan dengan Prinsip *Ijarah*



64

Pada akhir masa sewa, bank dapat saja menjual barang yang disewakannya kepada nasabah. Karena itu dalam perbankan syariah dikenal *ijarah muntahhiyah bittamlik* (sewa yang diikuti dengan

berpindahnya kepemilikan). Harga sewa dan harga jual disepakati pada awal perjanjian.

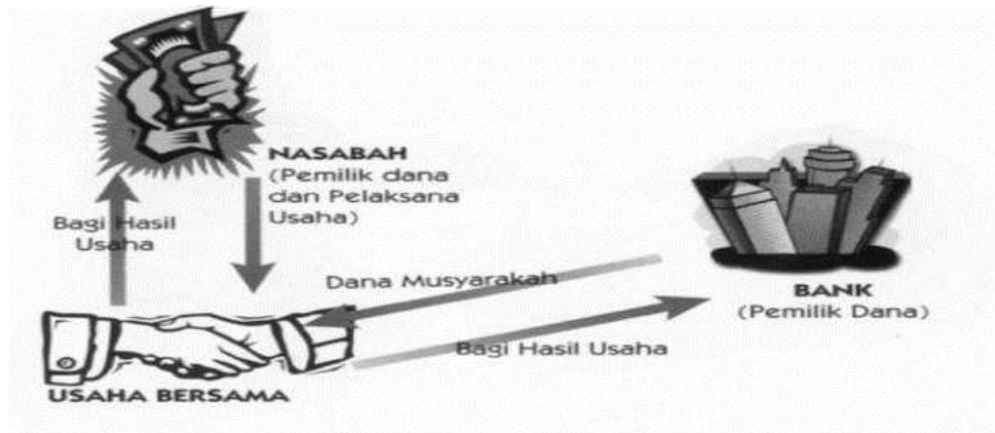
- c. Transaksi pembiayaan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa, dengan prinsip bagi hasil yang terjadi di PT BPRS Safir Bengkulu yakni Pembiayaan *Musyarakah*.

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah *musyarakah* (*syirkah* atau *syarikah* atau serikat atau kongsi). Transaksi *musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerjasama untuk meningkatkan nilai asset yang mereka miliki secara bersama-sama. Termasuk dalam golongan *musyarakah* adalah semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud.⁶⁵

Secara spesifik bentuk kontribusi dari pihak yang bekerjasama dapat berupa dana, barang perdagangan (*trading asset*), kewiraswastaan (*entrepreneurship*), kepandaian (*skill*), kepemilikan (*property*), peralatan (*equipment*), atau *intangible asset* (seperti hak paten atau goodwill), kepercayaan/reputasi (*credit worthiness*) dan barang-barang lainnya yang dapat dinilai dengan uang. Dengan merangkum seluruh kombinasi dari bentuk kontribusi masing-masing pihak dengan atau tanpa batasan waktu menjadikan produk ini sangat fleksibel.

Gambar 3.5. Alur Pembiayaan *Musyarakah*

⁶⁵ Profil PT BPRS Safir Bengkulu



Ketentuan umum:

Semua modal disatukan untuk dijadikan modal proyek *musyarakah* dan dikelola bersama-sama. Setiap pemilik modal berhak turut serta dalam menentukan kebijakan usaha yang dijalankan oleh pelaksana proyek. Pemilik modal dipercaya untuk menjalankan proyek *musyarakah* tidak boleh melakukan tindakan seperti:

1. Menggabungkan dana proyek dengan harta pribadi.
2. Menjalankan proyek *musyarakah* dengan pihak lain tanpa ijin pemilik modal lainnya.
3. Memberi pinjaman kepada pihak lain.⁶⁶

Setiap pemilik modal dapat mengalihkan penyertaan atau digantikan oleh pihak lain. Setiap pemilik modal dianggap mengakhiri kerjasama apabila:

- a. Menarik diri dari perserikatan
- b. Meninggal dunia,
- c. Menjadi tidak cakap hukum

Biaya yang timbul dalam pelaksanaan proyek dan jangka waktu proyek harus diketahui bersama. Keuntungan dibagi sesuai kesepakatan sedangkan kerugian dibagi sesuai dengan porsi kontribusi modal. Proyek

⁶⁶ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

yang akan dijalankan harus disebutkan dalam akad. Setelah proyek selesai nasabah mengembalikan dana tersebut bersama bagi hasil yang telah disepakati untuk bank.

d. Transaksi *Rahn* dan *Qordh*

Tujuan akad *rahn* adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Barang yang digadaikan wajib memenuhi kriteria :

1. Milik nasabah sendiri.
2. Jelas ukuran, sifat, dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai riil pasar.
3. Dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh bank. Atas izin bank, nasabah dapat menggunakan barang tertentu yang digadaikan dengan tidak mengurangi nilai dan merusak barang yang digadaikan. Apabila barang yang digadaikan rusak atau cacat, maka nasabah harus bertanggungjawab.

Apabila nasabah wanprestasi, bank dapat melakukan penjualan barang yang digadaikan atas perintah hakim. Nasabah mempunyai hak untuk menjual barang tersebut dengan seizin bank. Apabila hasil penjualan melebihi kewajibannya, maka kelebihan tersebut menjadi milik nasabah. Dalam hasil penjualan tersebut lebih kecil dari kewajibannya, nasabah menutupi kekurangannya.

Qardh adalah pinjaman uang. Aplikasi *qardh* dalam PT BPRS Safir Bengkulu biasanya dalam dua hal, yaitu :

1. Sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil, dimana menurut perhitungan bank akan memberatkan pengusaha bila diberikan pembiayaan dengan skema jual beli, *ijarah*, atau bagi hasil.

2. Sebagai pinjaman kepada pengurus bank, dimana bank menyediakan fasilitas ini untuk memastikan terpenuhinya kebutuhan pengurus bank. Pengurus bank akan mengembalikannya secara cicilan melalui pemotongan gajinya.

2. Produk Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana di Bank pembiayaan Rakyat Syariah Safir dapat berbentuk tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.⁶⁷

a. Prinsip *Wadiah*

Prinsip *Wadiah* yang diterapkan adalah *wadiah amanah*, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Tetap jika dana tersebut digunakan, maka keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank, sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif untuk menarik dana masyarakat namun tidak boleh diperjanjikan di muka. Bank harus membuat akad pembukaan rekening yang isinya mencakup izin penyaluran dana yang disimpan dan persyaratan lain yang disepakati selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Tabungan *Wadiah* PT BPRS Safir Bengkulu terdiri dari :

1. Tabungan *Wadiah* Umum
2. Tabungan *Wadiah* Pelajar
3. Tabungan Haji&Qurban
4. Tabungan Pasar
5. Tabungan Toko/Warung

⁶⁷ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

1. Tabungan *Wadiah* Bank Syariah Safir Tabungan *Wadiah* Umum⁶⁸

Tabungan ini menunjuk sasaran pada masyarakat umum, dalam komponen tabungan ini terdiri dari tabungan umum, tabungan bagi hasil deposan serta tabungan dalam pennebetan angsuran pembiayaan.

2. Tabungan *Wadiah* Bank Syariah Safir Tabungan *Wadiah* Pelajar

Tabungan ini dikemas dengan melakukan kerjasama terpadu kepada sekolah-sekolah dengan dasar sebagai media edukasi kepada anak-anak tentang menabung sejak dini. Sistem yang digunakan adalah sistem jemput bola, dimana tabungan akan dijemput dan kembali diantar secara berkala dan berkontinu sesuai kesepakatan dengan pihak sekolah.

3. Tabungan *Wadiah* Bank Syariah Safir Tabungan *Wadiah* Haji dan Qurban

Diperuntukan sebagai sarana penyimpanan dan tidak menyediakan pemberangkatan haji. Sedangkan tabungan qurban memiliki sasaran kelompok-kelompok qurban pada beberapa jamaah masjid

4. Tabungan *Wadiah* Bank Syariah Safir Tabungan *Wadiah* Pasar

Tabungan ini merupakan bentuk kepedulian atas kurangnya manfaat dan akses bank pada masyarakat terutama pedagang pasar. Hadirnya safir dalam produk tabungan pasar ini memberi peluang yang luas kepada para pedagang dipasar yang selama ini enggan menabung dengan langsung datang ke bank.⁶⁹

5. Tabungan *Wadiah* Bank Syariah Safir Tabungan *Wadiah* Warung

Dengan banyaknya warung yang tersebar memberikan peluang atas potensi yang besar dalam penghimpunan dana murah. Kegiatan

⁶⁸ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

⁶⁹ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

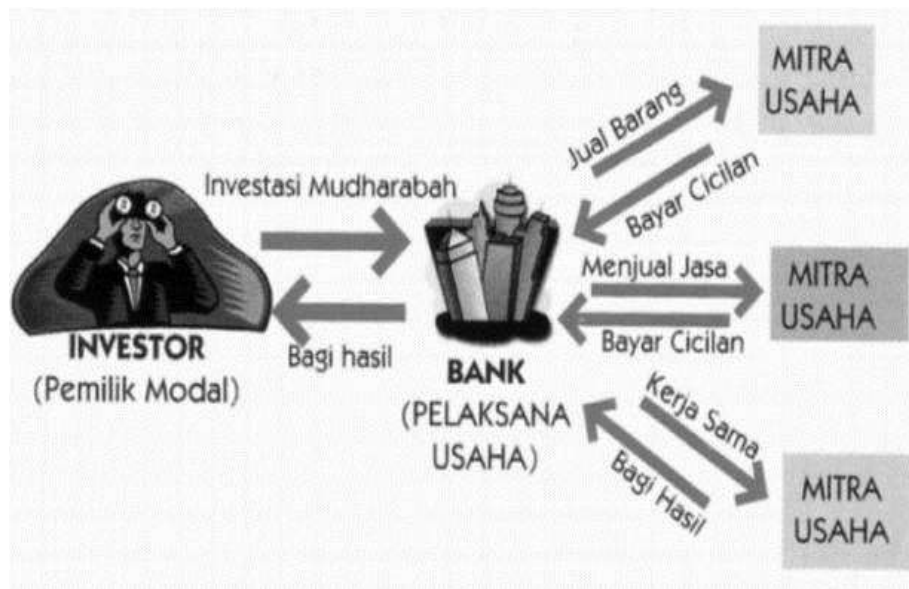
ini dilakukan dengan penjemputan secara rutin secara berkala sesuai dengan kesepakatan.

Nilai Tabungan *Wadiah* Safir :

1. Sebagai media edukasi kepada masyarakat atas manfaat menabung
 2. Melatih menabung sejak dini melalui tabungan pelajar
 3. Melayani dengan sepenuh hati dengan bersentuhan langsung kepada masyarakat
 4. Membantu memberi kesempatan kepada masyarakat untuk mendapat manfaat menabung melalui antar jemput tabungan
- Sebagai media promosi yang efektif.

b. Prinsip *Mudharabah* / Deposito

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan pembiayaan *murabahah* atau *ijarah* seperti yang telah dijelaskan terdahulu. Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati. Dalam hal bank menggunakannya untuk melakukan pembiayaan *mudharabah*, maka bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi. Rukun *mudharabah* terpenuhi sempurna (ada *mudharib* – ada pemilik dana, ada usaha yang akan dibagi hasilkan, ada *nisbah*, ada *ijab kabul*). Prinsip *mudharabah* ini diaplikasikan pada deposito berjangka.



Gambar 3.6. Alur Penggunaan Dana Deposito

Deposito mudharabah hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Deposito yang diperpanjang, setelah jatuh tempo akan diperlakukan sama seperti deposito baru, tetapi bila pada akad sudah dicantumkan perpanjangan otomatis maka tidak perlu dibuat akad baru. Ketentuan-ketentuan yang lain yang berkaitan dengan tabungan dan deposito tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

D. Sumber Daya Manusia

Sampai Desember 2015, jumlah karyawan/ti PT. BPRS Safir Bengkulu adalah 99 orang, dengan jumlah karyawan Pria (P) 60 Orang dan karyawan Wanita (W) 39 Orang, dengan rincian:⁷⁰

1. Kantor Pusat : 50 Orang (P= 32, W= 18)
2. Kantor Cabang Ketahun : 15 Orang (P= 9, W= 4)
3. Kantor Cabang Curup : 17 Orang (P= 9, W= 8)
4. Kantor Cabang Manna : 17 Orang (P= 10, W= 7)⁷¹

⁷⁰ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

⁷¹ Profil PT BPRS Safir Bengkulu

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Peran *customer service* pada PT BPRS Safir Bengkulu

Peranan *customer service* secara umum ada 2 yaitu: mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah dan berusaha untuk mendapat nasabah baru melalui berbagai pendekatan.⁷²

Pada PT BPRS Safir Bengkulu, *customer service* dalam menjalankan perannya mempunyai standar pelayanan khusus dari kantornya yaitu SOP (Standar Operasional Prosedur), seperti jika menerima nasabah berdiri, mengucapkan assalamualaikum, kemudian ditanya dengan siapa, mempersilahkan duduk, lalu menanyakan apa yang bisa dibantu.⁷³

Berdasarkan keterangan dari ibu Ardila Fatimah, menjelaskan bahwa *customer service* sudah menjalankan perannya dengan baik, melayani dengan ramah dan menyampaikan informasi sesuai kebutuhan nasabah dengan jelas dan mudah dipahami, sehingga nasabah merasa senang dan puas.⁷⁴

Dari hasil wawancara dengan Kepala Divisi Umum dan Personalia, Bapak Marlian Hamedi. Penulis mengajukan pertanyaan yang sama. Bapak Medi menjelaskan bahwa ada aturan khusus dari lembaga namanya *job description* karyawan, yang dimana saat melayani nasabah, pertama, harus mengucap salam. Kedua, tidak boleh bermain handphone. Ketiga, jika ingin

⁷² Kasmir, *Etika Customer.....*, h.181

⁷³ Nadiyah, *Customer Service*, Wawancara pada tanggal 03 April 2017

⁷⁴ Ardila Fatimah, Nasabah, Wawancara pada tanggal 18 April 2017

menerima telpon saat ada nasabah, maka harus meminta izin terlebih dahulu dengan nasabah. Keempat, harus melayani nasabah dengan sabar.⁷⁵

Berdasarkan keterangan dari ibu Sujian, menjelaskan bahwa pelayanannya sudah bisa dikategorikan baik. Pelayanan yang ibu Sujian rasakan selama menjadi nasabah, pelayanannya enak, ramah, nasabah merasa dihargai dan apa yang disampaikan mudah dimengerti. Loyalitas ibu Sujian pada bank Safir yaitu dengan terus menjadi nasabah. Dengan pelayanan yang maksimal yang sudah diberikan oleh *customer service*, maka ibu Sujian merasa puas dengan pelayanan *customer service* pada bank Safir.⁷⁶

Peran *customer service* yang kita ketahui yaitu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dan calon nasabah, seperti pada PT BPRS Safir ini selain mempunyai Standar Operasional Pelayanan (SOP) khusus, PT BPRS Safir juga menerapkan bentuk pelayanan prima 3S yaitu senyum, sapa, dan salam.⁷⁷ Yang dimana ini bukan hanya diterapkan oleh *customer service*, tetapi semua bagian pelayanan seperti *teller* dan *security*.

Berdasarkan hasil keterangan di atas, selain aturan khusus dari lembaga berupa Standar Operasional Pelayanan (SOP), bank Safir juga menerapkan pelayanan prima 3S untuk semua bagian pelayanan termasuk *teller* dan *security*.

⁷⁵ Marlian Hamedi, Kepala Devisi Umum dan Personalia, Wawancara tanggal 18 April 2017

⁷⁶ Sujian, Nasabah, Wawancara pada tanggal 18 April 2017

⁷⁷ Nadiyah, *Customer Service*, Wawancara pada tanggal 03 April 2017

Dikatakan oleh ibu Yana, bahwa pelayanan secara keseluruhan sudah bagus, jika menunggu maka *security* akan mempersilahkan duduk di tempat yang nyaman dengan bahasa yang santun.⁷⁸

Ditambahkan oleh bapak Oktoyo, sebagai calon nasabah, bapak Oktoyo benar-benar tertarik untuk menjadi nasabah, karena pelayanan yang diberikan oleh *customer service*. Bapak Oktoyo mengatakan “*customer servicenya* ramah, pelayanannya baik, cepat dan suasananya Islami”⁷⁹

Selain peran-peran yang dijelaskan di atas, *customer service* mempunyai peran utama yaitu berperan menyampaikan informasi yang dibutuhkan nasabah. Dalam hal ini *customer service* PT BPRS Safir berperan menyampaikan informasi yang dibutuhkan nasabah.⁸⁰ Jika ada nasabah yang sulit untuk mengerti dengan apa yang disampaikan, maka *customer service* akan memberikan penjelasan secara perlahan dan detail serta dengan bahasa yang mudah dimengerti nasabah sehingga nasabah mengerti dengan apa yang disampaikan oleh *customer service*.⁸¹

Dikatakan oleh ibu Masna, bahwa *customer service* sudah maksimal dalam penyampaian informasi, apa yang disampaikan mudah diterima, dan sudah menyampaikan informasi sesuai dengan kebutuhan nasabah. *Customer service* juga selalu sabar dalam menjawab berbagai pertanyaan dan selalu dijelaskan sehingga nasabah benar-benar mengerti.⁸²

⁷⁸ Yana, Nasabah, Wawancara pada tanggal 18 April 2017

⁷⁹ Oktoyo, Nasabah, Wawancara pada tanggal 18 April 2017

⁸⁰ Eva Lisma, Teller, Wawancara pada tanggal 31 Maret 2017

⁸¹ Nadiyah, *Customer Service*, Wawancara pada tanggal 03 April 2017

⁸² Masna, Nasabah, Wawancara pada tanggal 18 April 2017

Dalam hal penyampaian informasi, *customer service* pada PT BPRS Safir ini dalam melayani nasabah sudah sampai tuntas, hal tersebut juga dikarenakan pada PT BPRS Safir ini tidak ada batasan waktu dalam melayani nasabahnya yang dalam hal ini penyampaian informasi oleh bagian *customer service*.⁸³ Dikatakan oleh bapak Andi, bahwa *customer service* selalu melayani sampai tuntas, dan nasabah dilayani sebaik mungkin.⁸⁴

Selain peran-peran tersebut di atas, *customer service* juga mempunyai peran untuk menarik nasabah baru dan meningkatkan loyalitas nasabah. Pada PT BPRS Safir ini *customer service* memang mempunyai peran untuk menarik nasabah baru. Sebagai pemberi informasi bagi nasabah, maka secara tidak langsung *customer service* sudah menjalankan perannya untuk menarik nasabah baru. Setelah *customer service* tersebut memberikan informasi tentang produk-produk dengan jelas biasanya calon nasabah baru tertarik untuk menjadi nasabah.⁸⁵ Dalam hal meningkatkan loyalitas nasabah, *customer service* berperan karena *customer service* merupakan gerbang utama untuk nasabah dan calon nasabah berkonsultasi.⁸⁶

B. Peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah

Selain peran di atas, *customer service* juga mempunyai peranan dalam meningkatkan loyalitas nasabah PT BPRS Safir Bengkulu. Pada PT BPRS Safir, *customer service* mempunyai peranan untuk mempertahankan nasabah lama agar tetap loyal menjadi nasabah PT BPRS Safir dengan cara yang

⁸³ Eva Lisma, Teller, Wawancara pada tanggal 31 Maret 2017

⁸⁴ Andi, Nasabah, Wawancara pada tanggal 18 April 2017

⁸⁵ Nadiyah, *Customer Service*, Wawancara pada tanggal 03 April 2017

⁸⁶ Eva Lisma, Teller, wawancara pada tanggal 31 Maret 2017

pertama yaitu menjaga komunikasi agar tetap terjaga, kedua yaitu menjalin serta menjaga silaturahmi dengan nasabah, dengan cara jika ada nasabah yang mengalami musibah meninggal dunia atau sakit, jika pihak PT BPRS Safir mengetahui maka akan mengunjungi, jika tidak bisa seluruh maka perwakilannya saja. Kemudian yang ketiga yaitu untuk nasabah deposito diberikan bingkisan pada hari raya idul fitri sebagai tanda ucapan terima kasih sudah menjadi nasabah di PT BPRS Safir ini. Dan yang terakhir yaitu memberikan pelayanan yang terbaik, pastinya yang tidak mengecewakan nasabah.

Dikatakan oleh ibu Rani, bahwa pelayanan yang diberikan selalu memuaskan, tidak mengecewakan dan prosesnya cepat. Pelayanan *customer service* bagus, ramah, dan selalu menjaga komunikasi dengan cara selalu menegur atau senyum jika nasabah datang, walaupun terkadang tidak ada keperluan dengan *customer service*.⁸⁷

Sebagai seorang *customer service* yang bertugas memberikan pelayanan yang terbaik untuk memberikan kepuasan kepada nasabah agar semakin loyal, maka *customer service* pada PT BPRS Safir ini mempunyai cara tersendiri untuk membuat nasabah semakin loyal, yaitu dengan cara menganggap nasabah tersebut sebagai keluarga atau teman, maksudnya yaitu agar tidak terasa canggung dan tidak merasa ada batasan antara nasabah dan pegawai bank. Dengan hal tersebut maka akan menjadi lebih akrab. Adapun cara kedua, yaitu dengan menyapa nasabah, walaupun nasabah sedang tidak

⁸⁷ Rani, Nasabah, Wawancara padatanggal 18 April 2017

ingin bertemu dengan *customer service*, tetapi tetap menyapa seperti bertanya apa kabar atau bertanya “belum nambah deposito pak atau buk”, intinya tidak sombong sehingga nasabah merasa senang dan tetap loyal menjadi nasabah kita.⁸⁸

Dari hasil wawancara dengan kepala divisi umum dan personalia PT BPRS Safir, beliau juga mengatakan bahwa peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah yaitu membuat kesan yang baik, berpakaian yang rapi, dan komunikasi lancar.⁸⁹

Dikatakan oleh ibu Siti Aura, bahwa kesan pertama yang diberikan sudah baik saat beliau ingin menjadi nasabah, cara penyampaian informasinya bagus, pelayanannya ramah, dan prosesnya cepat.⁹⁰ Ditambahkan oleh bapak Yanwar, bahwa pelayanan *customer service* bagus dan Islami.⁹¹

Setiap pekerjaan pasti memiliki resiko dan kendala yang akan dihadapi, seperti juga halnya dengan pekerjaan sebagai seorang *customer service*. Dalam menjalankan tugasnya *customer service* PT BPRS Safir ini mempunyai kendala yaitu komplain nasabah, misalnya pengambilan tabungan yang dikuasakan yaitu harus dengan membawa KK asli dan KTP asli, jika tidak maka tidak bisa, hal tersebut dilakukan untuk menjaga keamanan uang nasabah. Tetapi terkadang ada nasabah yang tidak mau mengerti, dan marah-marah karena tidak terima dengan peraturan seperti itu.⁹²

⁸⁸Nadiyah, *Customer Service*, Wawancara pada tanggal 03 April 2017

⁸⁹ Marlian Hamedi, Kepala Divisi Umum dan Personalia, wawancara tanggal 18 April 2017

⁹⁰ Siti Aura, Nasabah, Wawancara pada tanggal 18 April 2017

⁹¹ Yanwar, Nasabah, Wawancara pada tanggal 18 April 2017

⁹² Nadiyah, *Customer Service*, Wawancara pada tanggal 03 April 2017

Dalam menghadapi kendala-kendala tersebut pasti ada solusinya. Pada PT BPRS Safir ini, dalam menghadapi nasabah yang tempramen mereka mempunyai cara sendiri yaitu dengan cara nasabah tersebut di bawa ke ruangan VIP yang dimana merupakan ruangan khusus untuk nasabah yang komplain, disana akan diberi minum dan makan sampai emosi nasabah sedikit mereda, setelah itu baru kemudian ditanya apa keluhannya dan kemudian dijelaskan dan diberi solusi. Dengan hal tersebut, maka masalah terselesaikan dan nasabah juga merasa senang dan puas dengan pelayanan seperti itu.⁹³

C. Analisis Peranan *Customer Service*

Dalam melakukan transaksi atau jasa bank berpegang pada prosedur atau mekanisme yang telah ditetapkan.⁹⁴ Dari hasil wawancara dengan Nadiyah selaku *customer service*, bahwa *customer service* di bank Safir sudah mempunyai prosedur yang ditetapkan dan sudah melaksanakan tugasnya sesuai dengan prosedur.⁹⁵

Ditambahkan oleh bapak Medi, selain menjalankan tugas sesuai dengan standar prosedur yang telah ditetapkan, sebagai seorang *customer service* bank syariah maka juga harus menanamkan nilai-nilai Islam, seperti berpenampilan rapi dan sopan, mengucapkan salam, berbicara dengan sopan, bersikap jujur, sabar.⁹⁶

⁹³ Medi, Ka Devisi Umum dan Personalia, Wawancara pada tanggal 18 April 2017

⁹⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 209

⁹⁵ Nadiyah, *customer service*, Wawancara pada tanggal 03 April 2017

⁹⁶ Marlian Hamedi, Kepala Devisi Umum dan Personalia, Wawancara pada tanggal 18 April 2017

Dalam menjalankan tugasnya sebagai seorang *customer service* pada bank syariah, maka harus mempunyai etika dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan nasabah.

Dikatakan oleh bapak Kaidir, bahwa *customer service* sudah memenuhi kebutuhan nasabah dengan penuh tanggung jawab, selaku pemberi informasi sudah menyampaikan informasi sesuai kebutuhan nasabah. Berbicara sopan dan tidak kasar, serta selalu melayani nasabah dengan sabar.⁹⁷

Dalam dunia perbankan etika pelayanan sangat penting, karena dapat menanamkan kepercayaan dan citra nasabah. Menanamkan kepercayaan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang baik, membantu yang dibutuhkan nasabah sampai tuntas, bersikap sabar dalam menghadapi nasabah, selalu ramah kepada nasabah, menjaga komunikasi dengan nasabah, dan menjalin silaturahmi agar lebih akrab. Jika sudah menjalankan tugas sesuai dengan etika tersebut, maka nasabah akan loyal.⁹⁸

⁹⁷ Kaidir, Nasabah, Wawancara pada tanggal 18 April 2017

⁹⁸ Nadiyah, *customer service*, Wawancara pada tanggal 03 April 2017

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, penulis menarik kesimpulan dalam penelitian yaitu:

1. Peran *customer service* pada PT BPRS Safir Bengkulu yaitu melayani nasabah dan memberikan informasi dengan menggunakan SOP (Standar Operasional Prosedur). Secara tidak langsung *customer service* PT BPRS Safir juga berperan untuk menarik nasabah baru, dan mempertahankan nasabah lama dengan cara menjaga komunikasi tetap lancar serta selalu menjaga silaturahmi dengan nasabah.
2. Peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah yaitu Membuat kesan yang baik kepada nasabah, berpakaian rapi, berbicara sopan, menjaga komunikasi kepada nasabah, selalu bersilaturahmi kepada nasabah baik keadaan suka ataupun duka.

B. Saran

Untuk PT BPRS Safir Bengkulu agar tetap memberikan pelayanan yang lebih baik, serta selalau menjaga silaturahmi dengan nasabah, serta pada bagian *customer service* tetap menjaga kualitas dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah agar nasabah tetap loyal kepada PT BPRS Safir Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Majid Suharto. *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta: Rajawali Pers. 2009.
- Adam, Muhammad. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. 2015.
- Al-Arif, Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Al-Kausar. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Bandung: Sinar Baru Algensindo. 2009
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2007
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Komunikasi, ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Rajawali Pers. 2005.
- Harahap, S Sofyan, Wiroso, Muhammad Yusuf. *Akuntansi Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE. 2009.
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups*. Jakarta: Rajawali Pers. 2015
- Herlambang, Susatyo. *Public relations and Customer Service*. Yogyakarta: Gosyen Publishing. 2010
- Hartawan, Rizki. Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah PT BPRS Safir Kota Bengkulu. Institut Agama Islam Negeri: Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, 2016.
- Iskandar. *Metodelogi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press.2008
- Jasfar, Farida. *Teori dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta: Salemba Empat. 2012
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jak RajaGrafindo Persada. 2008.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers. 2013.
- Kasmir. *Pemasaran Bank. Rev.ed*. Jakarta: Kencana. 2008.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2008

Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, Jacky Mussry. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga. 2010

Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat. 2001.

Mintardjo. *Administrasi Bank Manual Operasional Kantor Cabang*. Jakarta: Erlangga. 2013.

Nasution. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2004

Nasution. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara. 2004.

Profil PT BPRS Safir Kota Bengkulu.

Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013

Soemitra, Andri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana. 2009.

Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2015

Sumar'in. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2012

Tjipto, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI. 2006

Wahjono, Sentot Imam. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.

<http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2009/11/10/definisi-loyalitaspelanggan/>, diakses tgl 30 Oktober 2016.

Mesha, Rio Dhypalonika, *Kualitas Pelayanan Customer Service Kepada Pelanggan Telkom di Plasa Telkom*, dikutip dari <https://core.ac.uk>, >download>pdf, pada hari Rabu, 5 Maret 2017, pukul 11.05 WIB

Rizki, Ramadhan, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*, dikutip dari repository.uinjkt.ac.id>dspace>skripsi, pada hari Selasa, tanggal 14 Maret 2017, pukul 10.53 WIB.

Yusron, Musthafa Kamal, *Strategi Pelayanan Customer Service Dalam meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Rawamangun*, dikutip dari repository.uinjkt.ac.id>dspace>bitstream, pada hari Rabu, tanggal 15 Maret 2017, pukul 11.45 WIB

Data Nasabah

No	Nama Nasabah	Status Nasabah	Alamat
1	Ardila Fatimah	Nasabah penabung	Surabaya, Bengkulu
2	Andi	Nasabah pembiayaan	Bengkulu
3	Masna	Nasabah penabung	Sukamerindu
4	Kaidir	Nasabah peminjam	Dermayu. Seluma, Bengkulu
5	Sujian	Nasabah penabung	Kebun tebeng
6	Yana	Nasabah penabung	Jln. Danau
7	Rani	Nasabah penabung, deposito	Jln. Dempo 3
8	Yanwar	Nasabah peminjam	Kebun kenanga
9	Siti Aura	Calon nasabah	Padang kemiling
10	Oktoyo	Calon nasabah	Bengkulu

**Foto-foto saat wawancara dengan pihak bank dan nasabah PT BPRS Safir
Bengkulu**



Saat wawancara dengan
bapak Marlian Hamedi,
S.E, M.Si selaku kepala
Devisi Umum dan
Personalia.

Saat wawancara dengan
Eva Lisma selaku Teller



Saat wawancara dengan Nadiyah selaku *customer service*



Foto bersama karyawan



Saat wawancara bersama ibu Ardila Fatimah





Saat wawancara
bersama bapak Andi



Saat wawancara
bersama ibu Masna



Saat wawancara bersama
bapak Kaidir



Saat wawancara bersama
ibu Sujian



Saat wawancara
bersama ibu Yana



Saat wawancara bersama
ibu Rani



Saat wawancara bersama
bapak Yanwar

Saat wawancara bersama ibu Siti Aura dan bapak Oktoyo



JADWAL PENELITIAN

[illegible]