PEMAHAMAN CUSTOMER SERVICE MENGENAI TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH PADABANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) KOTA MANNA



SKRIPSI

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

OLEH:

LINI SUSANTI NIM. 1611140181

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI IAIN BENGKULU
BENGKULU, 2021 M/ 1442 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Lini Susanti, Nim 1611140181 dengan judul "Pemahaman Customer Service Mengenai Tugas Dan Tanggung Jawab Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna", 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 munaqusyah skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, September 2020 M Shafar 1442 H

Pembimbing I

Dr. Asnaini, MA

NIP. 197304121998032003

Pembimbing II

H. Makmur, Lc, M.A

NIDN, 2004107601



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

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736)5127651771 Fax (0736)51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pemahaman Customer Service Mengenai Tugas dan Tanggungjawab Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna", oleh Lini Susanti NIM: 1611140181 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 : Jum'at

Tanggal : 05 Februari 2021 M/ 23 Jumadil Akhir 1442 H

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

Bengkulu, 11 Februari 2021 M 28 Jumadil Akhir 1442 H

H. Makmur. Lc. M.A.

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Drs. M. Syakroni, M. Ag.

NIP.195707061987031003

Penguji I

NIDN, 2004107601

Penguji II

Drs. M. Syakroni, M. Ag. NIP.195707061987031003 Amimah Oktarina, M.E. NIP, 199210212018012001

Mengetahui,

Dr. Asnaini, M.A

NIP. 19730412 1998032003

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

- Skripsi dengan judul "Pemahaman Customer Service Mengenai Tugas dan Tanggungjawab Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Kota Manna", adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
- Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
- Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan 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, Oktober 2020 M Rabbiul Awal 1442 H

Mahasiswa yang menyatakan METERAI TAMPEL

> Lini Süsanti NIM 1611140181

V

MOTTO

وَمَنْ جَاهَدَ فَإِنَّا يُجَاهِدُ لِنَفْسِه

Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri

(Qs. Al-Ankabut: 6)

PERSEMBAHAN

Rasa syukur yang tiada terhingga hamba panjatkan kepada-mu ya Rabb, hanya dengan izin-mu semua ini tercapai.

- 1. Buat kedua orang tuaku tercinta, ayahku dan ibuku yang tiada henti selalu mendoakanku dengan tulus dan sabar menunggu keberhasilanku,semua ini untukmu.
- 2. Untuk saudara-saudaraku tersayang, Kakak dan Adik-Adikku terimakasih atas segala bantuan, dukungan dan semangat yang telah member selama ini.
- 3. Kepada dosen pembimbingku terimakasih yang selalu membimbing dan member pengarahan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 4. Buat sahabatku, terimakasih untuk selama ini, tanpa dukungan semangat dan bantuan kalian semua takkan mungkin aku sampai disini.
- 5. Untuk teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 2016.
- 6. Agama, Bangsa dan Negara Serta almamaterku IAIN Bengkulu.

ABSTRAK

Pemahaman *Customer Service* Mengenai Tugas dan Tanggungjawab Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Kota Manna Oleh Lini Susanti, NIM 1611140181

Tujuan Penelitian ini adalah 1) Peran customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada bank muamalat cabang kota manna. 2) Kendala customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada bank muamalat cabang kota manna.Penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian 1) Peran customer service bank Muamalat Cabang Manna sebagai pihak yang langsung menjembatani antara nasabah dengan perusahaan dalam hubungannya dengan transaksi atau operasional sehari-hari. Customer service juga berperan memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan nasabahnya. Customer service bertanggung jawab atas suksesnya sebuah pelayanan, dimulai dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah serta menjaga hubungan perusahaan dengan nasabahnya, termasuk merayu atau membujuk nasabah agar tetap bertahan untuk bekerjasama dengan perusahaan dan tidak berpindah menggunakan jasa perusahaan pesaing. Customer service dalam melakukan pelayanan harus selalu mengutamakan keramahan, ketepatan, dan kecepatan dalam menghadapi nasabah. Hal tesebut tentu untuk mendapatkan kepuasan nasabah dan mencapai keloyalan nasabah. 2) Kendala yang dihadapi customer service bank Muamalat Cabang Manna secara garis besar yaitu gangguan sistem dari pusat seperti offlinenya jaringan internet, sehingga menghambat data-data nasabah yang masuk.

Kata Kunci: Customer Service, Loyalitas Nasabah, Bank Muamalat.

ABSTRACT

Understanding Customer Service Regarding Duties and Responsibilities in Increasing Customer Loyalty at Bank Muamalat, Manna City
By Lini Susanti, NIM 1611140181

The objectives of this study are 1) The role of customer service in increasing customer loyalty at Bank Muamalat, Manna City. 2) Customer service constraints in increasing customer loyalty at Muamalat Bank, Manna City. This research is a descriptive study. This research approach is quantitative. Data collection techniques obtained from observation, interviews and documentation. Based on the results of the study 1) The role of customer service at Bank Muamalat, Manna Branch as a party that directly bridges between customers and the company in relation to transactions or daily operations. Customer service also plays a role in providing services and fostering good relationships with its customers. Customer service is responsible for the success of a service, starting from the beginning until the completion of a customer service and maintaining the company's relationship with its customers, including seducing or persuading customers to stay in cooperation with the company and not switch to using the services of competing companies. Customer service in providing services must always prioritize friendliness, accuracy, and speed in dealing with customers. This is of course to get customer satisfaction and achieve customer loyalty. 2) Constraints faced by the Bank Muamalat Manna Branch customer service in general are system disruptions from the center such as the offline internet network, thus obstructing the entry of incoming customer data.

Keywords: Customer Service, Customer Loyalty, Bank Muamalat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pemahaman *Customer Service* Mengenai Tugas dan Tanggungjawab Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Kota Manna". Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (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, peneliti mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada:

- Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu yang telah memimpin kampus ini dengan baik dan mengembangkan kampus ini dengan baik beserta staf-staf dan juga tenaga ahli di dalam nya.
- 2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah membuat FEBI semakin Eksis dan juga sekaligus pembimbing I yang sudah mengarahkan dan memberi masukkan sehingga skripsi ini selesai dengan baik.

3. H. Makmur Lc, M. A selaku pembimbing II yang sudah banyak membantu

dalam pengarahan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.

4. Kedua orang tua ku yang selalu memberikan motivasi dan mendo'akan

kesuksesan peneliti.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

yang telah mengajar dan Staf serta karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, Oktober 2020 M Rabbiul Akhir 1442 H

Penulis

Lini Susanti NIM. 1611140181

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN PLAGIASI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	X
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Penelitian Terdahulu	6
F. Metode Penelitian	22
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	22
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	23
3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	23
4. Informan Penelitian	24
5. Teknik Analisis Data	25
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemahaman	27
B. Customer Service	30
1. Pengertian Customer Service	30
2. Tugas dan Fungsi Customer Service	32
C. Loyalitas Nasabah	
Pengertian Loyalitas Nasabah	
BAB III GAMBARAN UMUM BANK MUAMALAT CABAN KOTA MANNA	1 G
A. Sejarah Bank Muamalat Indonesia	39

В.	Visi Bank Muamalat Indonesia	41
C.	Misi Bank Muamalat Indonesia	41
D.	Produk-Produk Bank Muamalat	42
BAB 1	IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Deskripsi Informan	51
B.	Pemahaman Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas	
	Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu	
	(KCP) Kota Manna	51
C.	Kendala Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas	
	Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu	
	(KCP) Kota Manna	56
D.	Pembahasan	59
BAB '	V PENUTUP	
A.	Kesimpulan	65
B.	Saran	66
DAFT	'AR PUSTAKA	67
	PIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	13
--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Bukti menghadiri seminar proposal

Lampiran 2 : Lembar Pengajuan Judul

Lampiran 3 : Bukti Hadir Seminar Mahasiswa

Lampiran 4 : Halaman Pengesahan

Lampiran 5 : Surat Pengajuan Pembimbing

Lampiran 6 : Surat Penunjukkan Pembimbing

Lampiran 7 : Lembar Bimbingan Skripsi

Lampiran 8 : Pedoman Wawancara

Lampiran 9 : Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 10 : Surat Rekomendasi Izin Penelitian KESBANGPOL

Lampiran 11 : Surat Izin Penelitian

Lampiran 12 : Surat Balasan Dari Bank muamalat cabang kota manna

Lampiran 13 : Foto-Foto Dokumentasi

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan meningkatnya perkembangan dunia ekonomi dan dunia bisnis yang semakin pesat dapat dilihat dari ketatnya persaingan. Fenomena ini disebabkan oleh semakin banyaknya lembaga-lembaga keuangan syariah yang bermunculan. Lembaga keuangan syariah itu mampu sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi suatu Negara, sehingga peran dan keadaannya yang sangat penting dan sangat di butuhkan. Hal itu dibuktikan oleh adanya lembaga perbankan syariah di Indonesia yang telah menunjukkan perkembangan pesat selama beberapa tahun terakhir. 1

Bank syariah berdiri dilatar belakangi oleh keinginan umat Islam untuk menghindari *riba* dalam kegiatan muamalahnya. Tidak hanya menghindari *riba*, tujuan didirikan bank syariah juga untuk memperoleh kesejahteraan lahir batin melalui kegiatan muamalah berlandaskan pada Alqur'an.² Konsep itulah yang membuat perbankan syariah memiliki nilai lebih dibanding dengan bank konvensional. Nilai lebih ini terbukti mampu menjadi mesin pendorong yang efektif bagi perkembangan bank syariah, sebab nilai lebih itu menjadi daya tarik tersendiri bagi perkembangan bank syariah di mata masyarakat.

¹Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait (BAMUI & Takaful) di Indonesia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 135

² Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offiset, 2004), h. 49

Dengan didukung nasabah yang puas, bank syariah diharapkan bukan hanya mampu secara aktif memilih dan mendapatkan calon nasabah baru, melainkan juga dapat menghadapi pangsa pasar yang persaingannya semakin meningkat. Loyalitas nasabah merupakan salah satu aspek penting dalam oleh karena itu *marketer* perusahaan pemasaran, harus mampu mengintegrasikan strategi pemasaran untuk mendapatakan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi bank, karena dengan nasabah loyal diharapkan bank dapat memperoleh profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Maka dari itu, nasabah yang merasa puas adalah asset perusahaan yang harus dipertahankan.³

Hal ini sesuai dengan Firman Allah dalam Al-Quran Surat Ali Imran Ayat 159:

Artinya: Maka disebabkan rahmat dariAllah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.⁴

Ayat di atas berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Penerbit J-ART, 2006), h. 71

³ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offiset, 2004), h. 55

memberi perhatian secara individu kepada nasabah. Dengan kemauan yang telah ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami, dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan nasabah. Melalui hal tersebut akan membuat nasabah merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Sikap lainnya yang bisa ditunjukkan oleh pegawai adalah dengan memberikan layanan informasi dan keluhan nasabah, melayani transaksi nasabah dengan senang hati, membantu nasabah ketika mengalami kesulitan dalam bertransaksi.

Dengan tren permintaan konsumen di era modern ini cenderung lebih suka yang instan atau tidak direpotkan untuk ma salah administrasi dan lainlain. Oleh karena itu, banyak bank yang menawarkan kepada masyarakat atau calon nasabah untuk produk yang dijual, dengan cara mempermudah sistem administrasi dan syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh nasabah. Hal ini dilakukan oleh bank, untuk merebut calon nasabah dan unggul dalam persaingan. Sehingga perbankan membutuhkan pemahaman *Customer Service* untuk melakukan interaksi dan memberikan pelayanan terhadap nasabah dan calon nasabah terkait dengan jasa yang akan digunakan. Pemahaman *Customer Service* ini dinilai sangat menentukan kelancaran usaha perbankan.

Dalam menghadapi nasabah yang emosional atau marah, maka pihak perusahaan dalam hal ini *customer service* perlu bersikap empati, karena bila tidak maka situasi akan bertambah ruyam. Untuk itu perlu diluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang

dirasakan oleh nasabah tersebut. Dengan demikian permasalahan yang dihadapi dapat menjadi jelas sehingga pemecahan yang optimal dapat diupayakan bersama. Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan pelanggan atau nasabah tersebut menjadi puas. Apabila pelanggan atau nasabah tersebut puas dengan cara penananan keluhannya, maka besar kemungkinannya ia akan menjadi pelanggan perusahaan bank kembali. Sedangkan pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna bahwa *customer service* yang ada di Bank Muamalat kurang ramah terhadap nasabah dan tidak menampakkan keramahan dan senyum setiap ada nasabah yang datang dan berkeluh.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna dengan melakukan wawancara kepada bapak Bela Adani pada tanggal 12 September 2019 bahwa Bank muamalat cabang kota manna belum memiliki nasabah yang benar-benar loyal terhadap perusahaan. Nasabah yang ada hanya sekedar puas dalam melakukan transaksi sedangkan bank membutuhkan nasabah yang loyal karena nasabah yang loyal membantu dalam kemajuan bank. Nasabah kurang loyal karena *customer service* dan pelayanan pada bank Muamalat kurang ramah dan kurang memuskan nasabah sehingga nasabah banyak yang tidak loyal terhadap bank Muamalat.

⁵ Observasi Awal, wawancara kepada bapak Bela Adani tanggal 12 September 2019

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul: "Pemahaman Customer Service Mengenai Tugas dan Tanggungjawab Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

- 1. Bagaiamana pemahaman customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna?
- 2. Apa saja kendala *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah:

- Untuk mengetahui pemahaman customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna.
- Untuk mengetahui kendala customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Berharap dijadikan sumber informasi bagi akademisi sebagai tuntunan untuk penelitian yang serupa pada masa akan datang, serta dapat memperluas wawasan ilmiah mengenai pemahaman *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Customer Serice

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam memberikan pelayanan dan lebih mengetahui apa saja pemahaman sebagai *customer service*.

Bagi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna
 Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan
 pertimbangan dan pengambilan keputusan untuk perusahaan.

c. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai peningkatan pelayanan kepada nasabah.

E. Penelitian Terdahulu

 Amilatus Sa'adah, dengan judul Pemahaman Customer service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember. Peneliti ini bertujuan untuk mendeskripsikan peranan customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember. dan untuk mendeskripsikan loyalitas nasabah penabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember. Metode yang penulis gunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif, sedangkan metode pengumpulan datanya meliputi: metode observasi, interview atau wawancara. dokumentasi. untuk penentuan informasi dengan menggunakan teknik purposive sampling. Adapun analisa datanya menggunakan analisis deskriptif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa peranan customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung sangatlah penting, hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan yaitu mayoritas sebagian besar kepuasan mereka dan membuat mereka loyal terhadap Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember. Loyalitas nasabah dapat diketahui dengan keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember, itu semua bisa di tunjukkan dari adanya kepuasan mereka atas layanan yang diberikan selama ini. Dengan adanya pelayanan yang membuat mereka nyaman bertransaksi dan tetap menggunakan jasa f dari bank tersebut tanpa beralih ke bank lain. Dengan begitu kualitas pelayanan yang sudah baik dari customer service ini ditingkatkan lagi menjadi taraf yang lebih baik lagi agar nasabah tetap loyal.⁶ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti

⁶AMILATUS SA'ADAH, 2016, Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember. ["eprint_fieldopt_thesis_type_Undergraduate" not defined] thesis, IAIN JEMBER.

adalah sama-sama membahas tentang *customer service* dan loyalitas pada nasabah dan konsumen. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh implementasi dan perbedaan jenis penelitian, waktu dan lokasi pada penelitian.

2. Diana Suryaningrum dengan judul Peranan Customer Service Dan Personal Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Dan Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wattamwil Pahlawan Tulungagung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dan upaya-upaya yang dilakukan customer service dan personal marketing dalam meningkatkan jumlah dan loyalitas nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung. Skripsi ini diharapkan dapat nenberikan manfaat bagi BMT Pahlawan Tulungagung agar dapat meningkatkan kinerja karyawan. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan atau referensi bagi peneliti selanjutnya. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode observasi dan wawancara mendalam serta dokumentasi. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa 1.) strategi pelayanan customer service dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan cara berkomunikasi dengan nasabah dengan baik dan sopan serta menawarkan produk-produk BMT Pahlawan kepada nasabah yang datang agar mengajak rekan-rekannya bergabung dengan BMT

Pahlawan. 2.) Upaya pelayanan customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah adalah dengan menerapkan sistem pelayanan 3 S (Senyum, Sapa, Salam) serta memberikan apresiasi kepada nasabah yang tidak memiliki pelanggaran. 3.) Strategi personal marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan menggunakan sistem promosi dor to dor bertamu dan bersilaturahmi ke masyarakat secara langsung . 4.) Upaya personal marketing dalam meningkatkan loyalitas nasabah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan melakukan pendekatan emosional kepada nasabah.⁷ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah tentang customer service, loyalitas nasabah, dan jenis penelitian yang digunakan sama-sama jenis penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian membahas tentang loyalitas nasabah dalam menabung, bank yang ditelit, lokasi penelitian dan waktu dalam penelitian.

3. Skripsi Dina Novita Krisni dengan judul "Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi karena pesatnya pertumbuhan perbankan yang saling berkompetisi untuk mencari nasabah ataupun membuat nasabah loyal dengan bank. Ketertarikan masyarakat dan tingkat loyalitas mereka

⁷Diana Suryaningrum, 2018, *Peranan Customer Service Dan Personal Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Dan Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wattamwil Pahlawan Tulungagung*, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung 2017

dalam dunia perbankan salah satunya dilatarbelakangi oleh kualitas pelayanan dan kunci dari pelayanan bank adalah seorang customer service. Karena kita tahu bahwa customer service adalah jembatan penghubung antara nasabah dengan bank. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui sejauh mana peran customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung dan pengguna jasa pada Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung. Fokus masalah dalam penulisan skripsi ini adalah, 1) Bagaimanakah peran Customer Service dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. 2) Bagaimanakah loyalitas nasabah penabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Penelitian ini dilakukan terhadap Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung dan proses pengumpulan data dalam pengumpulan ini adalah melalui metode deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan hasil wawancara dengan para pengelola dan data-data lainnya yang kemudian menganalisisnya dengan teori. Metode yang penulis gunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah induktif 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. Hasil penelitian yang dilakukan di Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung ini mengenai peran customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung sangatlah

penting, hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan yaitu mayoritas sebagian besar kepuasan mereka dan membuat mereka loyal terhadap Bank Maumalat Indonesia KCP Tulungagung dengan adanya pelayanan yang membuat mereka nyaman bertransaksi dan tetap menggunakan jasa dari bank tersebut tanpa beralih ke bank yang lain. Dengan begitu kualitas pelayanan yang sudah baik dari customer service ini ditingkatkan lagi menjadi taraf yang lebih baik lagi agar nasabah tetap loyal. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang customer service, meningkatkan loyalitas nasabah, Bank Muamalat. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian terdahulu membahas tentang loyalitas nasabah penabung, lokasi bank yang berbeda dan waktu penelitian yang berbeda.

4. Santi dengan judul Pengaruh Implementasi *Customer Service* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Wonogiri). Penelitian ini dikategorikan ke dalam penelitian pengujian hipotesis (*hypotheses testing*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey. Sebanyak 100 nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Wonogiri diambil sebagai sampel dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* berjenis *purposive sampling*. Hasil analisis data menunjukan

⁸Dina Novita Krisni "Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung" (Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung)

bahwa keempat variabel relationship marketing baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Wonogiri. Total Quality Management bukan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Wonogiri. Variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Wonogiri adalah Dari hasil penelitian tersebut peneliti pemberdayaan karyawan. memberikan beberapa saran yaitu perlunya meningkatkan intensitas interaksi dengan nasabah agar dapat lebih memahami harapan nasabah. Meningkatkan hubungan kerjasama jangka panjang dengan nasabah yaitu dengan tetap konsisten menjaga komitmen bersama dan menjaga Meningkatkan kepercayaan nasabah. penerapan Total Quality Management melalui perbaikan dan inovasi secara berkelanjutan serta meningkatkan kualitas kinerja karyawan dalam melayani nasabah.⁹ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama membahas tentang Customer Service dan loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian, waktu penelitian dan objek dalam penelitian, penelitian terdahulu juga membahas tentang pengaruh implementasi sedangkan penelitian yang sedang diteliti adalah tentang pemahaman.

-

⁹Santi "Pengaruh Implementasi Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Wonogiri)" (Jurnal Nasional Ekonomi Vol 3 No 2, 2017)

5. Dinda (International Journal Bussines and society) dengan judul Implementation Of Relationship Marketing For Creating Customer Satisfaction. Penelitian ini bertujuan menguji dampak relationship marketing inputs melalui understanding customer expectation, building service partnership, total quality management, dan empowering employees terhadap customer satisfaction. Penelitian dilakukan pada nasabah Bank Central Asia Cabang Malang. Sampel diambil dengan metode accidental sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 100 nasabah. Metode analisis menggunakan Regresi Berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa understanding customer expectation, building service partnership, total quality management, dan empowering employees teruji mampu menciptakan customer satisfaction nasabah. Di antara variabel relationship marketing inputs ternyata building service partnership memberikan dampak yang paling besar dalam menciptakan customer satisfaction nasabah. 10 Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama membahas tentang customer service. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah waktu penelitian, jenis penelitian, lokasi penelitian dan objek dari penelitian tersebut.

¹⁰Dinda "Implementation Of Relationship Marketing For Creating Customer Satisfaction. (International Journal Bussines and society)

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

	Penelitian Terdahulu			
No	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Penelitian	-		
1	Amilatus	Peneliti ini	Persamaan	Perbedaan
	Sa'adah, dengan	bertujuan untuk	penelitian	jenis
	judul Peranan	mendeskripsikan	terdahulu	penelitian,
	Customer service	peranan customer	C	waktu dan
	Dalam	service dalam	penelitian yang	lokasi pada
	Meningkatkan	meningkatkan	dilakukan oleh	penelitian.
	Loyalitas	loyalitas nasabah di	peneliti adalah	
	Nasabah	Bank Muamalat	sama-sama	
	Penabung di	Indonesia Kantor	membahas	
	Bank Muamalat	Cabang Jember. dan	tentang	
	Indonesia Kantor	untuk	customer	
	Cabang Jember.	mendeskripsikan	<i>service</i> dan	
		loyalitas nasabah	loyalitas pada	
		penabung di Bank	nasabah dan	
		Muamalat Indonesia	konsumen.	
		Kantor Cabang	Perbedaan	
		Jember. Metode	penelitian	
		yang penulis	terdahulu	
		gunakan dalam	dengan	
		menganalisis data	penelitian yang	
		pada penelitian ini	dilakukan	
		menggunakan	adalah	
		kualitatif deskriptif,	penelitian	
		sedangkan metode	terdahulu	
		pengumpulan	membahas	
		datanya meliputi:	tentang	
		metode observasi,	pengaruh	
		interview atau	implementasi.	
		wawancara,		
		dokumentasi, untuk		
		penentuan informasi		
		dengan		
		menggunakan		
		teknik purposive		
		sampling. Adapun		
		analisa datanya		
		menggunakan		
		analisis deskriptif.		
		Berdasarkan		
		penelitian yang		
		dilakukan, diperoleh		
		kesimpulan bahwa		
	1		I .	L

peranan customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung sangatlah penting, hal ini ditunjukkan dengan wawancara hasil yang telah peneliti lakukan yaitu mayoritas sebagian besar kepuasan mereka dan membuat mereka loyal terhadap Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember. Loyalitas nasabah dapat diketahui dengan keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember, itu bisa semua di tunjukkan dari adanya kepuasan mereka atas layanan diberikan yang selama ini. Dengan adanya pelayanan membuat yang mereka nyaman bertransaksi dan tetap menggunakan jasa f dari bank tersebut tanpa beralih ke bank lain. Dengan begitu kualitas pelayanan yang sudah baik dari customer service ini ditingkatkan lagi menjadi taraf yang

		lebih baik lagi agar		
		nasabah tetap loyal.		
2	Diana	Tujuan dari	Persamaan	Perbedaan
	Suryaningrum	penelitian ini adalah	penelitian	penelitian
	dengan judul	untuk mengetahui	terdahulu	terdahulu
	Peranan	strategi dan upaya-	dengan	dengan
	Customer	upaya yang	penelitian yang	penelitian
	Service Dan	dilakukan customer	peneliti	yang peneliti
	Personal	service dan personal marketing dalam	lakukan adalah	lakukan adalah
	Marketing Dalam	marketing dalam meningkatkan	tentang customer	
		jumlah dan loyalitas	service,	penelitian membahas
	Meningkatkan Jumlah Dan	nasabah di BMT	loyalitas	tentang
	Loyalitas	Pahlawan	nasabah, dan	loyalitas
	Nasabah Pada	Tulungagung.	jenis penelitian	nasabah
	Baitul Maal	Skripsi ini	yang	dalam
	Wattamwil	diharapkan dapat	digunakan	menabung,
	Pahlawan	nenberikan manfaat	sama-sama	bank yang
	Tulungagung.	bagi BMT Pahlawan	jenis penelitian	ditelit, lokasi
		Tulungagung agar	kualitatif.	penelitian dan
		dapat meningkatkan		waktu dalam
		kinerja karyawan.		penelitian.
		Selain itu penelitian		
		ini diharapkan dapat		
		digunakan sebagai		
		bahan masukan atau		
		referensi bagi		
		peneliti selanjutnya.		
		Dalam penelitian ini		
		menggunakan		
		pendekatan		
		kualitatif dan jenis		
		penelitian deskriptif. Adapun teknik		
		pengumpulan data		
		pada penelitian ini		
		yaitu dengan		
		menggunakan		
		metode observasi		
		dan wawancara		
		mendalam serta		
		dokumentasi.		
		Berdasarkan hasil		
		analisis dapat		
		disimpulkan bahwa		
		1.) strategi		

pelayanan customer service dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan cara berkomunikasi dengan nasabah dengan baik dan sopan serta menawarkan produk-produk **BMT** Pahlawan kepada nasabah yang datang agar mengajak rekanrekannya bergabung dengan **BMT** Pahlawan. 2.) Upaya pelayanan customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah adalah dengan menerapkan sistem pelayanan 3 S (Senyum, Sapa, Salam) serta memberikan apresiasi kepada nasabah yang tidak memiliki pelanggaran. 3.) Strategi personal marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan menggunakan sistem promosi dor to dor bertamu dan bersilaturahmi ke masyarakat secara langsung. 4.) Upaya personal marketing dalam meningkatkan

		loyalitas nasabah dengan cara		
		meningkatkan		
		kualitas pelayanan		
		dan melakukan		
		pendekatan emosional kepada		
		nasabah.		
3	Dina Novita	Hasil penelitian		Perbedaan
	Krisni dengan	yang dilakukan di	penelitian	penelitian
	judul "Peran	Bank Muamalat		terdahulu
	Customer	Indonesia KCP	dengan	dengan
	Service Dalam	Tulungagung ini	penelitian yang dilakukan oleh	penelitian
	Meningkatkan Loyalitas	mengenai peran customer service	peneliti adalah	yang dilakukan
	Nasabah	dalam	sama-sama	oleh peneliti
	Penabung Pada	meningkatkan	membahas	adalah
	Bank Muamalat	loyalitas nasabah		penelitian
	Indonesia	penabung sangatlah	customer	terdahulu
	Kantor Cabang	penting, hal ini	service,	membahas
	Pembantu	ditunjukkan dengan	meningkatkan	tentang
	Tulungagung	hasil wawancara	loyalitas	loyalitas
		yang telah peneliti	nasabah, Bank	nasabah
		lakukan yaitu	Muamalat.	penabung,
		mayoritas sebagian		lokasi bank
		besar kepuasan		yang berbeda
		mereka dan		dan waktu
		membuat mereka		penelitian
		loyal terhadap Bank		yang berbeda.
		Maumalat Indonesia		
		KCP Tulungagung		
		dengan adanya		
		pelayanan yang		
		membuat mereka		
		nyaman bertransaksi		
		dan tetap menggunakan jasa		
		dari bank tersebut		
		tanpa beralih ke		
		bank yang lain.		
		Dengan begitu		
		kualitas pelayanan		
		yang sudah baik dari		
		customer service ini		
		ditingkatkan lagi		
		menjadi taraf yang		

		lebih baik lagi agar nasabah tetap loyal		
4	Santi dengan judul Pengaruh Implementasi Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Wonogiri)	Hasil analisis data menunjukan bahwa keempat variabel relationship marketing baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Wonogiri. Total Quality Management bukan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Wonogiri. Variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Wonogiri. Variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Wonogiri adalah pemberdayaan karyawan. Dari hasil penelitian tersebut peneliti memberikan beberapa saran yaitu perlunya meningkatkan intensitas interaksi dengan nasabah agar dapat lebih memahami harapan nasabah.	adalah sama- sama	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian, waktu penelitian dan objek dalam penelitian terdahulu juga membahas tentang pengaruh implementasi sedangkan penelitian yang sedang diteliti adalah tentang pemahaman

		Meningkatkan		
		hubungan kerjasama		
		jangka panjang		
		yaitu dengan tetap		
		konsisten menjaga		
		komitmen bersama		
		dan menjaga		
		kepercayaan		
		nasabah.		
		Meningkatkan		
		penerapan Total		
		Quality		
		Management		
		melalui perbaikan		
		dan inovasi secara		
		berkelanjutan serta		
		meningkatkan		
		kualitas kinerja		
		karyawan dalam		
		melayani nasabah		
5	Dinda	Hasil analisis	Persamaan	Perbedaan
	(International	menunjukkan bahwa	penelitian	penelitian
	Journal Bussines	understanding	terdahulu	terdahulu
	and society)	customer	dengan	dengan
	dengan judul	expectation,	penelitian yang	penelitian
	Implementation	building service	dilakukan	yang
	Of Relationship	partnership, total	adalah sama-	dilakukan
	Marketing For	quality management,	sama	adalah waktu
	Creating	dan <i>empowering</i>		penelitian,
	Customer	1 0	tentang	jenis
		employees teruji		3
	Satisfaction.	mampu menciptakan	customer	penelitian,
		customer	service.	lokasi
		satisfaction nasabah.		penelitian dan
		Di antara variabel		objek dari
		relationship		penelitian
		marketing inputs		tersebut.
		ternyata building		
		service partnership		
		memberikan		
		dampak yang paling		
		besar dalam		
		menciptakan		
		customer		
		satisfaction		

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian deskriptif, dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk memperoleh deskripsi pemahaman *customer service* mengenai tugas dan tanggungjawab dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data orangorang atau perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian ini jenis deskriptif digunakan untuk memperoleh deskripsi pemahaman customer service mengenai tugas dan tanggungjawab dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

a. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan mulai dari bulan September 2019 s/d selesai. Waktu penelitian terhitung dari peneliti mulai mengajukan judul sampai selesai.

b. Lokasi Penelitian

¹¹Sukardi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h.78

Peneliti mengambil lokasi penelitian di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna. Adapun alasan peneliti melakukan penelitian di disini adalah karena terdapat permasalahan yang diketahui ketika observasi awal yang dilakukan oleh peneliti.

3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari karyawan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna. Sehingga data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kepada 5 orang informan terdiri dari 2 orang karyawan dan 3 orang nasabah.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang mendukung atas permasalahan yang akan dibahas, yang diperoleh dari Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna seperti profil tentang bank, data informan.

b. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperolah data yang dibutuhkan, penulis mengumpulan data dengan memperoleh dua sumber data. Teknik dilakukan dengan:

1. Observasi

Pada hal ini peneliti akan mengadakan penelitian dengan cara mengumpulkan data secara langsung, melalui pengamatan di

lapangan terhadap aktivitas yang dilakukan untuk mendapat kan data tertulis yang di anggap relevan di tempat penelitian yaitu Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna.

2. Wawancara

Dalam hal ini peneliti mengadakan tanya jawab secara langsung kepada karyawan dan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna sesuai dengan pedoman wawancara.

3. Dokumentasi

Kegiatan dokumentasi pada penelitian digunakan untuk mendapatkan gambar atau foto pada saat melakukan penelitian.

4. Informan Penelitian

Teknik penentuan informan dengan *snowball sampling* dimana awalnya peneliti hanya mengetahui karyawan bagian umum yaitu Bapak Bela Adani kemudian beliau yang menunjukkan bahwa informasi bisa didapatkan dari *customer service* langsung dan mengarakan kepada 3 orang nasabah juga. Pada penelitian ini, informan penelitian terdiri dari karyawan dan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna. Informan dalam penelitan ini berjumlah 5 orang.

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengunakan model analisis interaksi, di mana komponen reduksi data dan sajian data dilakukan

bersamaan proses pengumpulan data. Tiga tahap dalam menganalisa data, yaitu:¹²

a. Data Reduction (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah di reduksi akan memberikan gambar yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data juga dapat dibantu dengan menggunakan peralatan elektronik.

b. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif data yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya.

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Setelah semua data dipaparkan dan idapatkan hasilnya maka peneliti langsung menarik kesimpulan dari hasil penelitin.

_

 $^{^{12}}$ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, (Bandung: Alfabeta, 2013) , h. 247

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pemahaman

Pemahaman merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat. Pemahaman konsep suatu materi kehidupan bermasyarakat adalah mengerti benar tentang konsep materi kehidupan bermasyarakat tersebut, yaitu masyarakat dapat menerjemahkan, menafsirkan, menyimpulkan suatu konsep materi kehidupan bermasyarakat berdasarkan pembentukan pengetahuannya sendiri, bukan sekedar menghafal. Masyarakat dapat menemukan dan menjelaskan kaitan konsep dengan konsep lainnya. Dengan memahami konsep, masyarakat dapat mengembangkan kemampuannya dalam kehidupan bermasyarakat, masyarakat menerapkan konsep yang telah dipelajarinya untuk menyelesaikan permasalahan sederhana sampai dengan yang kompleks.¹³

Masyarakat dapat dikatakan memahami bila masyarakat dapat mengkonstruksi makna dari pesan-pesan kehidupan bermasyarakat, baik yang bersifat lisan maupun tulisan, maupun grafis, yang disampaikan melalui kehidupan bermasyarakat, buku atau layar komputer. Masyarakat memahami ketika masyarakat menghubungkan pengetahuan "baru" dan pengetahuan "lama" masyarakat. Dasar untuk memahami adalah pengetahuan konseptual. Proses-proses kognitif dalam kategori memahami meliputi menafsirkan,

¹³ Vivi Utari, Ahmad Fauzan, & Media Rosha, *Peningkatan Kemampuan Pemahaman Konsep Melalui Pendekatan PMR dalam Pokok Bahasan Prisma dan Limas*. Jurnal Pendidikan Matematika, Volume 1 Nomor 1, 2012, h. 34

mencontohkan, mengklasifikasikan, meringkas, menyimpulkan, membandingkan dan menjelaskan. Berikut ini adalah penjabaran proses kognitif yang dinyatakan oleh: 14

a. Menafsirkan

Menafsirkan terjadi ketika masyarakat dapat mengubah informasi dalam satu bentuk ke dalam bentuk yang lain. Informasi yang disampaikan dalam satu bentuk, lalu masyarakat diminta untuk menyusun atau memilih informasi yang sama dalam bentuk yang berbeda.

b. Mencontohkan

Mencontohkan terjadi apabila masyarakat dapat memberikan contoh tentang konsep atau prinsip umum. Dalam proses kognitif mencontohkan, yang dilibatkan adalah proses identifikasi ciri-ciri pokok dari konsep atau prinsip umum.

c. Mengklasifikasikan

Proses kognitif mengklasifikasi kan terjadi ketika masyarakat mengetahui bahwa sesuatu yang diinformasikan termasuk dalam kategori tertentu. Mengklasifikasikan adalah proses kognitif yang melengkapi proses mencontohkan, jika mencontohkan dimulai dari konsep atau prinsip umum dan mengharuskan masyarakat menemukan contoh tertentu, mengklasifikasi dimulai dari contoh tertentu dan mengharuskan masyarakat menemukan konsep atau prinsip umum.

26

_

¹⁴Anderson, L.W dan Krathwohl, D.R. *Kerangka Landasan untuk Pembelajaran, Pengajaran dan Asesmen (Revisi Taksonomi Pendidikan Bloom)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 45

d. Merangkum

Merangkum adalah proses yang terjadi ketika masyarakat mengemukakan satu kalimat yang mempresentasikan informasi yang diterima atau mengabstraksikan suatu tema. Merangkum melibatkan proses membuat ringkasan informasi.

e. Menyimpulkan

Proses kognitif menyimpulkan menyertakan proses menemukan pola dalam sejumlah contoh. Menyimpulkan terjadi ketika masyarakat dapat mengabstraksikan sebuah konsep atau prinsip yang menerangkan contoh-contoh tersebut dengan mencermati ciri-ciri setiap contohnya dan yang terpenting dengan menarik hubungan diantara ciri-ciri tersebut. Proses menyimpulkan melibatkan proses kognitif membandingkan seluruh contohnya.

f. Membandingkan

Membandingkan melibatkan proses mendeteksi persamaan dan perbedaan antara dua atau lebih objek, peristiwa, ide, masalah atau situasi. Membandingkan juga melibatkan proses menentukan keterkaitan antara dua atau lebih objek, peristiwa atau ide yang disuguhkan.

g. Menjelaskan

Proses kognitif menjelaskan berlangsung ketika masyarakat dapat membuat dan menggunakan model sebab akibat dalam sebuah sistem. Tugas-tugas penalaran, penyelesaian masalah, desain ulang dan prediksi bisa digunakan untuk menilai kemampuan masyarakat dalam menjelaskan.

Mengkaji dari beberapa sumber, maka dapat diketahui bahwa pemahaman konsep suatu materi kehidupan bermasyarakat adalah mengerti benar tentang konsep materi kehidupan bermasyarakat tersebut, yaitu masyarakat dapat menafsirkan, mencontohkan, mengklasifikasikan, meringkas, menyimpulkan, membandingkan dan menjelaskan suatu konsep materi kehidupan bermasyarakat berdasarkan pembentukan pengetahuanya sendiri, bukan sekedar menghafal. Proses-proses kognitif dalam kategori memahami meliputi menafsirkan, mencontohkan, mengklasifikasikan, meringkas, menyimpulkan, membandingkan dan menjelaskan. ¹⁵

B. Customer Service

1. Pengertian Customer Service

Secara umum, pengertian *customer service* adalah kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan kepada seseorang untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Artinya setiap *customer service* harus melayani segala keperluan nasabah secaramemuaskan. 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. ¹⁶

Customer Service adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kegiatan dan kebutuhan nasabah.

28

¹⁵ Elizabeth, Siwi W dan Endang P. 2015. Asuhan Kebidanan Masa Nifas dan Menyusui. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

¹⁶ Kasmir, Etika Customer Service, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 179

Customer Service memegang peran sangat penting dalam perusahaan maupun bank. Oleh karena itu tugas customer service merupakan tulang punggung kegiatan operasional dunia perbankan. Peran customer service adalah mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah. Dan juga berusaha untuk mendapatkan nasabah baru untuk melalui berbagai pendekatan juga meyakinkan nasabah tentang kualitas produk yang dimiliki.

Customer service mempunyai peran yang sangat penting dalam hal pelayanan terhadap nasabah. Customer service bank dalam melayani nasabah harus selalu berusaha menarik dengan cara merayu calon nasabahnya agar tertarik para produk bank yang ditawarkan. Customer service merupakan bagian terpenting dari bank, dimana semua transaksi yang mengenai produk dan pelayanan terhadap kebutuhan nasabah terkait informasi.

Seorang *customer service* juga diharapkan dapat memberikan pelayanan yang cepat, akurat, baik dan ramah terhadap nasabah. Pelayanan baik, memuaskan dan maksimal yang diberikan oleh *customer service* memang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang bersangkutan. Seorang *customer service* yang baik tidak hanya dilihat dari segi fisik, namun juga dilihat dari segi non-fisik seperti kemampuan dan etika pelayanan. Disamping itu untuk mempertahankan nasabah lama untuk terus membeli dan mengkonsumsi produk bank tersebut, tetapi juga

mampu untuk menarik calon nasabah baru untuk ikut membeli produk bank yang ditawarkan serta memberikan pelayanan yang memuaskan kepada semua nasabah.¹⁷

2. Tugas dan Fungsi Customer Service

Sebagai seorang *customer service* tentu telah mengetahui tugas pokok yang harus diembannya. Tugas ini harus dilaksanakan sebaikbaiknya Dalam praktiknya, khususnya di dunia perbankan, tugas sekaligus fungsi *customer service* yang sesuai adalah sebagai berikut:¹⁸

a. Sebagai Resepsionis

Customer service bertugas sebagai resepsionis yaitu sebagai penerima tamu yang datang ke bank. Tamu yang dimaksud adalah nasabah yang datang ke bank. Fungsinya dalam hal ini adalah melayani pertanyaanpertanyaan yang diajukan oleh nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin. Ketika menerima tamu customer service harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan.

b. Sebagai *Deskman*

Sebagai *deskman* artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah dan calon nasabah. Pelayanan yang diberikan termasuk memberikan arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas, serta prosedur yang diinginkan.

¹⁷Kasmir, Etika Customer Service..., h. 179

¹⁸ Kasmir, Etika Customer Service..., h. 180

c. Sebagai Maksudnya adalah customer service berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagi pelaksana cross selling.

Menjual produk artinya menawarkan produk bank kepada setiap calon nasabah yang datang ke bank. 19 Dalam hal ini *customer* service harus pandai menyakinkan nasabah agar mau membeli produk yang ditawarkan. ²⁰

d. Sebagai Customer Relation Officer

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. Fungsi sebagai Customer Relation Officer dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya komunikasi melalui telepon atau secara langsung. Dalam hal ini, tugas seorang customer service harus menjaga image bank dengan cara membinahubungan baik dengan seluruh nasabah sehingga nasabah merasa puas dan percaya kepada bank. Yang terpenting adalah sebagai penghubung anatara bank dengan seluruh nasabah.

e. Sebagai Komunikator

Sebagai komunikator customer service berfungsi orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.

Kasmir, Etika Customer Service,...,h. 145
 Kasmir, Etika Customer Service,...,h. 147

Customer Service juga dapat menjadi sebagai penyambung lidah bank kepada nasabahnya.

B. Loyalitas Nasabah

1. Loyalitas Nasabah

a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas adalah kesetiaan atau loyalitas konsumen merupakan dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcomes) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidak setiaan timbula pabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen".²¹

Loyalitas pelanggan merupakan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi pelanggan dari perusahaan tersebut. Contohnya: Jika produk tidak mampu memuaskan pelanggan, pelangganakan bereaksi dengan cara *exit* (pelanggan menyatakan berhenti membeli mereka atau produk) dan *voice* (pelanggan menyatakan ketidak puasan langsung pada perusahaan).²²

Loyalitas berhubungan erat dengan pelayanan yang baik dan kepuasan. Dalam dunia perbankan, nasabah akan menjadi loyalapabila nasabah merasa puas dengan pelayanan maupun produk bank tersebut. Loyalitas muncul karena kebutuhan dan keinginan terpenuhi. Kebutuhan adalah sebuah kondisi di mana seseorang merasa kekurangan atas satu

²²Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa...*, h. 48

²¹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), h. 46

barang tertentu dan ada sebuah dorongan untuk memenuhinya. Sedangkan keinginan merupakan kebutuhan manusia yang sudah dibentuk oleh budayadan kepribadian individu. ²³

Loyalitas konsumen memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. Mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan, untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.²⁴

Loyalitas nasabah merupakan salah satu komitmen nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku.²⁵

Dari beberapa pendapat tersebut penulis menyimpulkan pengertian loyalitas nasabah ialah suatu keputusan nasabah dalam mencapai puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan berdasarkan potensi untuk menyebabkan perilaku, sehingga nasabah akan puas dan setia serta bertahan secara lama terhadap produk bisnis perbankan.

Terdapat ciri-ciri pelanggan yang loyal terhadap suatu produk atau jasa, yaitu :²⁶

- a. Melakukan pembelian ulang secara teratur
- b. Melakukan pembelian lini produk yang lainnya dari perusahaan

²⁵Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, (Bandung:Alfabeta, 2005),

-

²³Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* Jilid 1,(Jakarta: Prenhalindo, 2002), h. 55

²⁴Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* ..., h. 23

h. 129 ²⁶ Ratih Hurriyati, *BauranPemasaran...*, h. 127

- c. Memberikan referensi kepada orang lain
- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing atau tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing lain.

Dalam menjaga loyalitas pelanggan, perusahaan dapat mempertahankan pelanggan tersebut agar pelanggan tidak beralih kepada pesaing dengan cara sebagai berikut:²⁷

1) Meriset Pelanggan

Tujuan diadakannya riset yang teratura dalah untuk memahami tentang apa yang pelanggan inginkan.

2) Membuat hambatan agar pelanggan tidak berpindah

Ada tiga macam hambatan yang dapatdilakukan agar pelanggan tidak berpindah keperusahaan lain, yaitu: ²⁸

- a) Hambatan fisik, yaitu dengan menyediakan layananfisik yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan,
- b) Hambatan ekonomis, yaitu dengan memberikanintensif
 bagi yang mengunungkan secara ekonomis, misalnya dengan memberikan hadiah bagi pelanggan,
- c) Hambatan Psikologis, yaitu dengan menciptakan persepsi dalam pikiran pelanggan supaya bergantung pada produk atau jasa perusahaan.
- 3) Melatih dan memotivasi Staff atau Karyawan untuk Loyal

Karyawan atau Staff merupakan faktor penting untuk

²⁸Jill Griffin, Customer Loyalty: Menumbuhkan..., h. 143

²⁷Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* Edisi Revisi dan Terbaru, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 141

membangun loyalitas pelanggan, mengikut sertakan merekan dalam proses tersebut dan beri pelatihan, dukungan, dan imbalan agar mereka mau melakukan hal itu.

4) Pemasaran untuk loyalitas

Maksudnya adalah pemasaran menggunakan program-program yang memberikan nilai tambah pada perusahaan dan produk atau jasa dimata konsumen. Program-program tersebut antara lain: ²⁹

- a) (Relationship marketing yaitu pemasaran yang bertujuan untuk membangun hubungan baik dengan karyawan.

 Relationship marketing adalah pertumbuhan, pengembangan, dan pemeliharaan dalam jangka panjang yang Menimbulkan hubungan biaya efektif dengan pelanggan, pemasok, karyawan, dan rekan-rekan lain yang saling menguntungkan,
- b) (*Frequency marketing* yaitu pemasaran yang bertujuan membangun komunikasi dengan pelanggan. Perusahaan secara berkala membuat pertanyaan-pertanyaan seputar produk atau jasa yang digunakan oleh pelanggan.
- c) *Membership marketing* yaitu mengorganisir pelanggan ke dalam kelompok keanggotaan atau klub yang dapat mendorong mereka melakukan pembelian ulang dan

_

²⁹Jill Griffin, Customer Loyalty: Menumbuhkan..., h. 144

meningkatkan loyalitas mereka. Keanggotaan biasanya ditandai dengan adanya sebuah kartu anggota atau *membercard*. Dari berbagai pendapat mengenai loyalitas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah adalah suatu komitmen dan kepercayaan nasabah untuk tetap berlangganan dan membeli ulang produk atau jasa suatu perusahaan.

BAB III

GAMBARAN UMUM BANK MUAMALAT CABANG MANNA

a. Sejarah Bank Muamalat Indonesia

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (Bank Muamalat Indonesia) memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produkproduk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan *multifinance* syariah (*Al-Ijarah* Indonesia *Finance*) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia.³⁰

Selain itu produk Bank yaitu *Shar-e* yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk *Shar-e Gold Debit Visa* yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi *chip* pertama di Indonesia serta layanan *e-channel* seperti *internet banking*, *mobile banking*, ATM, dan *cash management*.

 $^{^{30}}$ www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat

Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.³¹

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi *Mudharabah*. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia Electronic Payment (MEPS).

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin

 $^{^{31}\} www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat$

meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu *Al-Ijarah Indonesia Finance* (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS).³²

Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi "*The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence*". Adapun Visi dan Misi dari Bank Muamalat Indonesia, yaitu:³³

C. Visi Bank Muamalat Indonesia

"Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regioonal".

D. Misi Bank Muamalat Indonesia

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang

³² www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat

³³ www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat

Islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

E. Produk-Produk Bank Muamalat

Produk-Produk Bank Muamalat yang diuraikan berikut dalam rangka lebih mengenalkan aneka produk dan Jasa yang ditawarkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk sebagai pelopor lahirnya perbankan syariah di Indonesia. Rinciannya merujuk pada situs resmi bank muamalat dan kami tulis kembali untuk para pembaca setia blog tips serba serbi. Produk dan jasa tersebut adalah:³⁴

 Produk Penghimpunan Dana (Funding Product). Produk-produk penghimpunan dana PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk adalah sebagai berikut:

a. Tabungan Ummat-Ummat Saving

Merupakan investasi tabungan dengan akad *mudharabah* di *counter* PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk di seluruh Indonesia maupun di Gerai Muamalat yang penarikannya dapat dilakukan di seluruh *counter* PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, ATM Muamalat, jaringan ATM BCA/PRIMA, dan jaringan ATM Bersama. Tabungan Ummat dengan kartu Muamalat juga berfungsi sebagai akses debit di seluruh merchant debit BCA/PRIMA di seluruh Indonesia. Nasabah memperoleh bagi hasil yang berasal dari pendapatan bank atas dana tersebut.

_

³⁴ www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat

b. Tabungan Arafah-Arafah Saving

Merupakan tabungan yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji. Produk ini akan membantu nasabah untuk merencanakan ibadah haji sesuai dengan kemampuan dan waktu pelaksanaan yang diinginkan. Dengan fasilitas asuransi jiwa, insya Allah pelaksanaan ibadah haji tetap terjamin. Dengan keistimewaan tersebut, nasabah Tabungan Arafah bisa memilih jadwal waktu keberangkatannya sendiri dengan setoran tetap setiap bulan, keberangkatan nasabah terjamin dengan nasabah asuransi jiwa.

Apabila penabung meninggal dunia, maka ahli waris dapat berangkat. Tabungan haji Arafah juga dapat menjamin nasabah untuk mendapatkan porsi keberangkatan (sesuai dengan ketentuan Departemen Agama) dengan jumlah dana Rp. 20 juta, karena PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk telah on line dengan siskohat Departemen Agama Republik Indonesia. Tabungan haji Arafah memberikan keamanan lahir bathin karena dana yang disimpan akan dikelola secara syariah. 35

c. Deposito Mudharabah-Mudharabah Deposit.

Merupakan jenis investasi bagi nasabah perorangan dan badan hukum dengan bagi hasil yang menarik. Simpanan dana ini akan dikelola melalui pembiayaan kepada sektor riil yang halal dan baik

³⁵ www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat

saja, sehingga memberikan bagi hasil yang halal. Tersedia dalam jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan.

d. Deposito Fulinves-Fulinves Deposit.

Merupakan jenis investasi yang dikhususkan bagi nasabah perorangan, dengan jangka waktu 6 dan 12 bulan dengan nilai nominal Rp. 2.000.000; atau senilai USD 500 dengan fasilitas asuransi jiwa yang dapat diperpanjang secara otomatis (*automatic roll over*) dan dapat dipergunakan sebagai jaminan pembiayaan atau untuk referensi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Nasabah memperoleh bagi hasil yang menarik setiap bulan.³⁶

e. Giro Wadi`ah-Wadi`ah Current Account.

Merupakan titipan dana pihak ketiga berupa simpanan giro yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet, giro, dan pemindah bukuan. Diperuntukkan bagi nasabah pribadi maupun perusahaan untuk mendukung aktivitas usaha. Dengan fasilitas kartu ATM dan Debit, tarik tunai bebas biaya di lebih dari 8.888 jaringan ATM BCA/PRIMA dan ATM Bersama, akses di lebih dari 18.000 merchant Debit BCA/PRIMA dan fasilitas Sala Muamalat (Phone Banking 24 jam untuk layanan otomatis cek saldo, informasi histori transaksi, transfer antar rekening sampai dengan Rp. 50 juta dan berbagai pembayaran).

42

 $^{^{36}\} www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat$

f. Dana Pensiun Muamalat.

Muamalat *pension fund* dana pensiun muamalat dapat diikuti oleh mereka berusia minimal 18 tahun, atau sudah menikah, dan pilihan usia pensiun 45-46 tahun dengan iuran yang sangat terjangkau, yaitu minimal Rp. 20.000; perbulan dan pembayarannya dapat di debet secara otomatis dari rekening PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk atau dapat di transfer dari bank lain. Pesertajuga dapat mengikuti program Wasiat Ummat, di mana selama masa kepesertaan, peserta dilindungi asuransi jiwa sebesar nilai tertentu dengan premi tertentu. Dengan asuransi ini, keluarga peserta memperoleh dana pensiun sebesar yang diproyeksikan sejak awal jika peserta meninggal dunia sebelum memasuki masa pensiun.³⁷

g. Shar-e

Tabungan instan investasi syariah yang memadukan kemudahan akses ATM, Debit dan *Phone Banking* dalam satu kartu dan dapat dibeli di kantor pos di seluruh Indonesia. Hanya dengan Rp. 125.000; langsung dapat diperoleh satu paket kartu *Shar-e* dengan saldo awal tabungan Rp. 100.000; sebagai sarana menabung dan berinvestasi di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. *Shar-e* dapat dibeli di kantor pos. Diinvestasikan hanya untuk usaha halal dengan bagi hasil kompetitif. Tarik tunai bebas biaya di lebih dari 8.888 jaringan ATM BCA/PRIMA dan ATM Bersama, akses di lebih dari 18.000

³⁷ www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat

merchant debit BCA/PRIMA dan fasilitas SalaMuamalat. (Phone banking 24 jam untuk layanan otomatis cek saldo, informasi histori transaksi, transfer antar rekening sampai dengan Rp. 50 juta dan berbagai pembayaran).

h. Produk Penanaman Dana.

Investment Product Produk-produk penanaman dana PT.

Bank Muamalat Indonesia, Tbk adalah sebagai berikut:

2. Konsep Jual-beli–*Sales-Purchase Concept*³⁸

a. Murabahah

Adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Harga jual tidak boleh berubah selama masa perjanjian.

b. Salam

Adalah pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari dimana pembayaran dilakukan dimuka, tunai.

c. Istishna

Adalah jual-beli barang dimana *shani*` (produsen) ditugaskan untuk membuat suatu barang (pesanan) dari *mustashni*` (pemesan). *Istishna*` sama dengan salam yaitu dari segi objek pesanannya yang harus dibuat atau dipesan terlebih dahulu dengan ciri-ciri khusus. Perbadaannya hanya pada sistem pembayarannya yakni pada istishna` pembayaran dapat dilakukan diawal, ditengah, atau di akhir pesanan.

³⁸ www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat

3. Konsep Bagi-hasil-Profit Sharing Concept

a. Musyarakah

Adalah kerjasama antara dua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung sesuai kesepakatan.³⁹

a. Mudharabah

Adalah kerjasama antara bank dan dengan mudharub (nasabah/pengelola) yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola usaha. Dalam hal ini shabibul maal menyerahkan modalnya kepada pekerja atau pengelola untuk dikelola sebaik-baiknya.

1. Konsep Sewa-Leasing Concept

- Ijarah menurut etimologi memiliki arti upah, sewa, jasa dan imbalan.
 Menurut terminologi ijarah adalah akad sewa menyewa dengan mengambil manfaat sesuatu dari orang lain dengan jalan membayar sesuatu dengan perjanjian yang telah ditentukan dengan syarat-syarat.
- 2) *Ijarah Muntahiya Bittamlik* adalah perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan pemindahan kepemilikan barang di tangan si penyewa.

45

³⁹ www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat

2. Produk Jasa-Service Product

Produk-produk jasa PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk adalah sebagai berikut: 40

1) Wakalah

Berarti penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat. Secara teknis perbankan, wakalah adalah akad pemberian wewenang/kuasa dari lembaga/seseorang (sebagai pemberi mandat) kepada pihak lain (sebagai wakil) untuk melaksanakan urusan dengan batas kewenangan dan waktu tertentu. Segala hak dan kewajiban yang diemban wakil harus mengatasnamakan yang memberikan kuasa.

2) Kafalah

Merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (kafil) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau pihak yang ditanggung. Dalam pengertian lain, kafalah juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.

3) Hawalah

Adalah pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam pengertian lain, merupakan pemindahan beban hutang dari muhil (orang yang berhutang) menjadi tanggungan muhal `alaihi atau orang yang berkewajiban membayar hutang.

46

 $^{^{40}\} www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat$

4) *Rahn*

Adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis, sehingga pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana rahn adalah jaminan hutang atau gadai.

5) *Qardh*

Adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat di tagih atau diminta kembali. Menurut teknis perbankan, *qardh* adalah pemberian pinjaman dari bank kepada nasabah yang dipergunakan untuk kebutuhan mendesak, seperti dana talangan dengan kriteria tertentu dan bukan untuk pinjaman yang bersifat konsumtif. Pengembalian pinjaman ditentukan dalam jangka waktu tertentu (sesuai kesepakatan bersama) sebesar pinjaman tanpa ada tambahan keuntungan dan pembayarannya dilakukan secara angsuran atau. Bagian I-III adalah produk bank muamalat, sementara bagian IV dikategorikan sebagai jasa bank muamalat. IV. Jasa Layanan—*Services* jasa layanan yang diberikan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk adalah sebagai berikut:⁴¹

1. ATM

Layanan ATM 24 jam yang memudahkan nasabah melakukan penarikan dana tunai, pemindah bukuan antar rekening, pemeriksaan saldo, pembayaran zakat-infaq-shadaqah (hanya pada

⁴¹ www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat

ATM *Muamalat*), dan tagihan telepon. Untuk penarikan tunai, kartu *Muamalat* dapat di akses di lebih dari 8.888 jaringan ATM BCA/PRIMA dan ATM Bersama, yang bebas biaya penarikan tunai. Kartu Muamalat dapat juga dipakai untuk bertransaksi di lebih dari 18.000 merchant Debit BCA/PRIMA. Untuk ATM Bersama dan BCA/PRIMA, saat ini sudah dapat dilakukan transfer antar bank.

2. Salam Muamalat

Merupakan layanan *phone banking* 24 jam dan *call center* melalui (+6221) 251 1616, 0807 1 6826 2528 (Muamalat) atau 0807 11 74273 (*Share*) yang memberikan kemudahan kepada para nasabah, setiap saat dan dimanapun nasabah berada untuk memperoleh informasi mengenai produk, saldo dan informasi transaksi, transfer antar rekening, serta mengubah PIN.

3. Pembayaran Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS)

Jasa yang memudahkan nasabah dalam membayar ZIS, baik ke lembaga pengelola ZIS PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk maupun lembaga-lembaga ZIS lainnya yang bekerjasama dengan PT. Bank MuamalatIndonesia, Tbk melalui phone banking dan ATM Muamalat diseluruh cabang PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

4. Jasa-jasa lain

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk juga menyediakan jasajasa perbankan lainnya kepada masyarakat luas, seperti transfer, collection, standing instruction, bank draft, referensi bank.

Demikian sejumlah produk dan jasa bank muamalat Indonesia.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Informan

Adapun informan dalam penelitian ini adalah customer service bank Muamalat dan juga nasabah bank sebagai berikut:

Tabel 4.1 Data Informan

No.	Nama	Pendidikan	Umur	Jabatan
1	Tiara Kurnia	SI	25 tahun	Customer Service KCP.
				Muamalat Kota Manna
2	Bela Adani	S1	30 tahun	Bagiam Umum KCP.
				Muamalat Kota Manna
3	Lia	SMA	25 tahun	Nasabah dari Babatan
4	Endah	SMA	35 tahun	Nasabah dari Pasar
				Ampera
5	Zaitun	SMA	24 tahun	Nasabah dari Bengkenang

B. Pemahaman Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Kantor Cabang Pembantu (KCP) Muamalat Cabang Kota Manna

Customer Service adalah suatu bagian dari unit organisasi atau bank, yang berada di bagian Front Office, yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan dan produk-produk bank. Bentuk pelayanan Customer Service tidak

hanya pada pemberian informasi pada nasabah, tetapi juga menerima keluhan dari nasabahnya, serta mencarikan jalan keluar dari setiap permasalahan yang dihadapi oleh nasabahnya, serta mencarikan jalan keluar dari setiap permasalahan yang dihadapi oleh nasabahnya, dengan sikap ramah, sopan, tidak memotong pembicaraan nasabah bertanya setelah selesai berbicara, serta mau mendengarkan setiap keluhan nasabahnya dengan empati, kemudian memberikan jalan keluar untuk setiap masalah yang dihadapi oleh nasabahnya. Berdasarkan hasil wawancara kepada *customer service* mengenai sistem pelayanan yang diberikan pada nasabah, beliau menjelaskan sebagau berikut:

"Kami selaku *customer service* dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dan ramah dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Kami juga* juga harus bisa menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah". ⁴²

Menurut *customer service*, beliau suah memberikan pelayanan terbaik dan maksimal untuk nasabah. Berikut adalah hasil wawancaranya:

"Kami harus memberikan pelayanan yang terbaik dan maksimal. Dalam memberikan pelayanan yang baik, bank telah menetapkan standar yang didukung dengan sarana dan prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi. Bank Muamalat ini menggunakan kriteria untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik yang didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan" "43"

⁴²Tiara Karunia, *Customer Service Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna*, Wawancara pada Tanggal 10 September 2020

⁴³Tiara Karunia, *Customer Service Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna*, Wawancara pada Tanggal 10 September 2020

Adapun pemahaman *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Kantor Cabang Pembantu (KCP) Muamalat sebagai berikut:

"Pemahaman kami sebagai *customer service* dalam mengkomunikasikan pemasaran bank kepada nasabah atau calon nasabah disaat proses pra transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi. Kami dituntut harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik didukung dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi kepuasan nasabah". ⁴⁴

Adapun cara penyempaian informasi yang diberikan oleh *customer* service kepada nasabah adalah sebagai berikut:

"Kami harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Selain itu, kami harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Komunukasi harus dapat membuat nasabah senang sehingga jika nasabah mempunyai masalah, nasabah tidak segan-segan mengemukakannya kepada kami. Mampu berkomunikasi dengan baik juga akan membuat setiap permasalahan menjadi jelas sehingga tidak timbul salah paham".

Adapun tingkat loyalitas nasabah pada Bank Muamalat KCP Kota Manna dijelaskan oleh *customer service* berikut:

"Nasabah kami sudah banyak juga yang menjadi nasabah loyal. Loyalitas nasabah dapat diketahui dengan keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari Bank Muamalat cabang Manna ini, itu semua bisa ditunjukkan dari adanya kepuasan mereka atas layanan yang diberikan selama ini. Dengan adanya pelayanan yang membuat mereka nyaman bertransaksi dan tetap menggunakan jasa dari bank ini tanpa beralih ke bank lain. Dengan begitu kualitas pelayanan yang

_

⁴⁴ Tiara Karunia, *Customer Service Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna* Wawancara pada Tanggal 10 September 2020

⁴⁵ Tiara Karunia, *Customer Service Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna*, Wawancara pada Tanggal 10 September 2020

sudah baik dari kami ini ditingkatkan lagi menjadi taraf yang lebih baik lagi agar nasabah tetap loyal".⁴⁶

Sebagai seorang *customer service* yang bertugas memberikan pelayanan yang terbaik untuk memberikan kepuasan kepada nasabah agar semakin loyal, maka *customer service* pada Bank Muamalat KCP Kota Manna 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 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. Peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah yaitu membuat kesan yang baik, berpakaian yang rapi, dan komunikasi lancar

Peneliti melakukan wawancara kepada nasabah Bank Muamalat KCP Kota Manna bagaimana menurut mereka tentang pemahaman *customer service*. Berikut adalah jawaban dari informan:

"CS nya ramah di sana, pelayanan juga sudah baik. Apa yang kita tanyakan dan butuhkan juga dilayani sama mereka. Setiap bertanya dijawab dengan jelas dan juga senyuman". 47

_

⁴⁶Tiara Karunia, *Customer Service Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna*, Wawancara pada Tanggal 10 September 2020

"Saya masih akan menjadi nasabah bank Muamalat ini dan belum mau pindah ke bank lain. Saya puas ini, tidak lama antri dan juga CS nya ramah". ⁴⁸

C. Kendala *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna

Setiap perusahaan yang mendirikan suatu usaha tentu menginginkan usahanya dapat hidup terus-menerus tanpa dibatasi oleh waktu. Hal ini merupakan tujuan didirikannya suatu perusahaan. Namun untuk mencapai hal itu tidaklah mudah, banyak sekali kendala-kendala yang harus dihadapi untuk mencapai tujuan tersebut. Sebuah jalan tidaklah selalu mulus, ada saja kendala yang harus dihadapi, ketika sebuah perusahaan bisa menghadapi kendala-kendala tersebut maka tujuannya akan tercapai. Sama halnya dengan seorang customer service, dalam memberikan pelayanan dan mengahdapi nasabah tentu tidaklah selalu mudah dan mulus jalannya, banyak kendala yang harus dihadapi.

Kendala-kendala itu juga dirasakan oleh *customer service* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Kota Manna. Adapun kendala *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah adalah sebagai berikut:

"Kendala yang saya hadapi biasanya berkenaan dengan sistem, gangguan secara teknis pada teknologi yang digunakan, dan dari pengetahuan nasabah yang berbeda-beda mengenai istilah-istilah perbankan. Kendala lain yang saya hadapi yaitu penggunaan bahasa nasabah yang berbeda-beda dan gangguan sistem dari pusat."

⁴⁷Lia, *Nasabah dari Babatan*, Wawancara pada Tanggal 10 September 2020

⁴⁸Endah, *Nasabah dari Pasar Ampera*, Wawancara pada Tanggal 10 September 2020

⁴⁹Tiara Karunia, *Customer Service dari Bengkenang*, Wawancara pada Tanggal 10 September 2020

Kendala yang dihadapi *customer service* Bank Muamalat KCP Kota Manna sumber secara garis besar yaitu:

- 1. Gangguan sistem dari pusat seperti *offline*nya jaringan internet, sehingga menghambat masuknya data-data nasabah yang masuk.
- Bahasa yang dipergunakan nasabah berbeda-beda, tidak semua nasabah Bank Muamalat KCP Kota Manna menggunakan bahasa indonesia, ada pula orang yang lanjut usia yang tidak bisa menggunakan bahasa Indonesia dengan baik.

Ada yang mengetahui dengan baik istilah-istilah perbankan yang digunakan oleh *customer service* Bank Muamalat KCP Kota Manna, namun ada pula yang tidak mengerti istilah-istilah perbankan yang digunakan oleh *customer service* Bank Muamalat KCP Kota Manna.

"Saya sering tidak tahu apa yang dijelaskan oleh orang bank karena saya ini orang kebun, sering tidak paham untuk bahasa yang digunakan oleh orang bank" 50

Seorang *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan menghadapi nasabah tentu tidaklah selalu mudah dan mulus jalannya, banyak kendala-kendala yang harus dihadapi. Kendala-kendala itu juga dirasakan oleh *customer service* Bank Muamalat KCP Kota Manna ketika menghadapi nasabah. Kendala yang berkenaan dengan gangguan teknis teknologi dari pusat yang mengganggu jalannya proses pelayanan, seperti

55

⁵⁰Nurhadi, *Nasabah dari Bengkenang*, Wawancara pada Tanggal 10 September 2020

sistem dari pusat yang *offline* terkadang membuat ada beberapa transaksi yang harus ditunda dan menunggu beberapa waktu.⁵¹

Akhirnya akan membuat pekerjaan *customer service* menjadi menumpuk dan ditunda-tunda. Namun perusahaan selalu meminimalisir hal tersebut dengan cara melapor ke pusat bahwa jaringannya *offline*, dan pusat pun akan merespon dengan cepat dan berusaha memperbaiki. Sedangkan kendala mengenai perbedaan penggunaan bahasa, *customer service* bank Muamalat Cabang Manna menghadapinya dengan cara terus meningkatkan kemampuan berbahasa. Untuk gangguan mengenai istilah-istilah perbankan yang tidak dimengerti oleh nasabah, *customer service* bank Muamalat Cabang Manna memberikan solusi dengan menyesuaikan penggunaan istilah tersebut sesuai tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah. ⁵²

Apabila menghadapi orang yang berpendidikan tinggi penggunaan istilah-istilah perbankan tidak akan menjadi masalah. Sebaliknya ketika menghadapi nasabah seperti orang yang lanjut usia atau berpendidikan rendah, customer service sebisa mungkin menghindari istilah-istilah perbankan yang sulit dimengerti oleh nasabah.

Terdapat juga kendala lainnya dimana terdapat nasabah yang tempramen. Setiap pekerjaan pasti memiliki resiko dan kendala yang akan dihadapi, seperti juga halnya dengan pekerjaan sebagai seorang *customer service*. Dalam menjalankan tugasnya *customer service* Bank Muamalat KCP

⁵¹Bela Adani, *Bagian Umum Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna*, Wawancara pada tanggal 10 September 2020

⁵²Bela Adani, *Bagian Umum Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna*, Wawancara pada Tanggal 10 September 2020

Manna 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. ⁵³

Dalam menghadapi kendala-kendala tersebut pasti ada solusinya. Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna ini, dalam menghadapi nasabah yang tempramen mereka mempunyai cara sendiri yaitu denga 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.⁵⁴

D. Pembahasan

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

 Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah;

_

⁵³Bela Adani, *Bagian Umum Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna*, Wawancara pada Tanggal 10 September 2020

⁵⁴Bela Adani, *Bagian Umum Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna*, Wawancara pada tanggal 10 September 2020

b. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada Bank Muamalat Cabang Manna bahwasanya, peran customer service terhadap nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna itu sangatlah penting, menjadikan pelayanan menjadi suatu hal yang harus terus diperbaiki dan di dipertahankan mengingat persaingan dunia perbankan untuk mempertahankan nasabah ataupun mencari calon nasabah untuk menjadi nasabah kita itu sulit dan sekaligus customer service merupakan jembatan penghubung atau perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk bank yang tersedia. Diantara kemudahan yang diberikan oleh customer service bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna yaitu:

a. Menyediakan sarana dan prasarana yang menunjang transaksi Bank.

Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna menyediakan sarana dan prasarana yang menunjang para nasabah dan pegawainya merasa nyaman melakukan transaksi, memberi kenyamanan dan kemudahan dalam tiap transaksi

b. Melayani secara cepat dan tepat

Pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna yaitu dengan pelayanan yang cepat dengan tersedianya ATM, SMS banking, Sala Muamalat, Muamalat Mobile Banking, Internet Banking dan lain-lain. Pelayanan yang diberikan sangat bersahabat sehingga tepat sasaran.

c. Melayani dengan penuh kesabaran dan menghargai nasabah.

Masyarakat atau nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna umumnya adalah orang awam yang belum mengenal tentang dunia perbankan, oleh karena itu *customer service* pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna melayani dengan penuh kesabaran, ketelatenan, menjelaskan agar para nasabah paham dari awal sampai dengan akhir, penghargaan diri yang diberikan oleh para *customer service* akan memberikan timbal balik yang besar dari nasabah kepada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna yang berlegalitas sebagai Bank Syariah.

 d. Jika nasabah bertanya dijawab dengan jelas dan dengan senyum, sikap sopan, ramah dan selalu bersikap tenang

Sehubungan dengan nasabah Bank Muamalat Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna yang tergolong masyarakat awam tentang dunia perbankan, maka secara otomatis banyak nasabah yang akan mengadu dan bertanya kepada *customer service* dan dari pemaparan yang peneliti lakukan bahwa *customer service* pada Bank Muamalat Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna memiliki kepribadian yang baik dimana dalam melayani nasabah selalu bersikap baik apabila bertanya dijawab dengan jelas dan tepat sehingga mudah dipahami dan dimengerti, penuh senyum, sikap sopan santun serta selalu berlaku tenang, tidak

gegabah dalam setiap keputusan, apabila tidak mampu menyelesaikan masalah segera meminta bantuan pegawai lain yang mengerti sehingga permasalahan segera bisa diatasi.

e. Memiliki pegawai yang berkompeten

Pegawai atau *customer service* yang berkompeten merupakan salah satu kunci *alternative* pemecahan masalah, karena dengan kompetensi yang dimiliki otomatis *customer service* akan selalu dengan cepat tanggap dan secara tepat dengan kemampuannya melayani nasabah dengan baik, diharapkan dengan kompetensi yang dimiliki *customer service* bisa bersikap ramah, sopan dan tekun serta teliti, sabar menghadapi sifat dari nasabah yang berbeda-beda.

Loyalitas pelanggan adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Demikian pula dengan Bank Muamalat Cabang Manna yang berupaya untuk menjalin hubungan kerjasama tersebut sebaik-baiknya dengan para nasabahnya melalui peran *customer service*.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada beberapa nasabah mengenai loyalitas nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna dapat diketahui bahwa keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna, menunjukan adanya kepuasan atas layanan yang diberikan

selama ini. Terciptanya kepuasan nasabah menunjukan adanya sikap loyal dari nasabah terhadap Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna.

Pihak nasabah dalam kondisi ini merasakan bahwa bank lainnya belum tentu mampu memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan bank Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna. Hal ini terlihat dari jawaban para nasabah yang menyatakan bahwa mereka menyimpan sebagian uang tabungannya hampir sebagian besar di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna, jadi bisa disimpulkan bahwa Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna mampu memikat para nasabahnya untuk menyimpan uangnya di bank tersebut dan dengan pelayanan yang maksimal, fasilitas yang memadai nasabahpun akan tetap nyaman dan loyal pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna.

Customer service di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna sudah mempunyai prosedur yang ditetapkan dan sudah melaksanakan tugasnya sesuai dengan prosedur. 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. Dalam menjalankan tugasnya sebagai seorang customer service pada bank syariah, maka harus mempunyai etika dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan nasabah.

Customer service sudah memenuhi kebutuhan nasabah dengan penuh tanggung jawab, selaku pemberi informas sudah menyampaikan informasi sesuai kebutuhan nasabah. Berbicara sopan dan tidak kasar, serta selalu melayani nasabah dengan sabar. 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.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

- 1. Pemahaman *customer service* bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna sebagai pihak yang langsung menjembatani antara nasabah dengan perusahaan dalam hubungannya dengan transaksi atau operasional sehari-hari. *Customer service* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna juga berperan memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan nasabahnya. *Customer service* bertanggung jawab atas suksesnya sebuah pelayanan, dimulai dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah serta menjaga hubungan perusahaan dengan nasabahnya, termasuk merayu atau membujuk nasabah agar tetap bertahan untuk bekerjasama dengan perusahaan dan tidak berpindah menggunakan jasa perusahaan pesaing. *Customer service* dalam melakukan pelayanan harus selalu mengutamakan keramahan, ketepatan, dan kecepatan dalam menghadapi nasabah. Hal tesebut tentu untuk mendapatkan kepuasan nasabah dan mencapai keloyalan nasabah.
- 2. Kendala yang dihadapi *customer service b*ank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna secara garis besar yaitu gangguan sistem dari pusat seperti *offline*nya jaringan internet, sehingga menghambat masuknya data-data nasabah yang masuk. Bahasa yang dipergunakan nasabah berbeda-beda, tidak semua nasabah bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna menggunakan Bahasa Indonesia,

ada pula orang yang lanjut usia yang tidak bisa menggunakan bahasa Indonesia dengan baik.

B. Saran

- Bagi pihak bank agar kualitas pelayanan yang diberikan customer service
 Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna perlu dipertahankan. Karena pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
- 2. Bagi *customer service* bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna agar dapat memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada nasabah dengan memperhatikan proses komunikasi kepada nasabah, sehingga informasi yang diberikan tidak terjadi kesalah pahaman sehingga tidak memperlambat pelayanan kepada nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Faisal dkk. Strategi & Operasional Bank. Bandung: PT. Citra Aditya. 2016.
- Alma. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta. 2008.
- Anderson, L.W dan Krathwohl, D.R. *Kerangka Landasan untuk Pembelajaran, Pengajaran dan Asesmen (Revisi Taksonomi Pendidikan Bloom)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010.
- Asnaini, ddk. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Bengkulu: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2019.
- Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Penerbit J-ART. 2006.
- Dinda. "Implementation Of Relationship Marketing For Creating Customer Satisfaction. (International Journal Bussines and society.
- Griffin, Jill. Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan Edisi Revisi dan Terbaru. Jakarta: Erlangga. 2005.
- Hasibuan, Malayu. Dasar-dasar Perbankan. Jakarta: BumiAksara. 2008.
- Hurriyati, Ratih. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta. 2005.
- Kasmir. Etika Customer Service. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2005.
- Komarudin. Kamus Perbankan. Jakarta: Grafindo. 2004.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1. Jakarta: Prenhalindo. 2002.
- Krisni, Dina Novita. "Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung". Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.
- Mappiere, Andi. *Psikolog Orang Dewasa Bagi Penyesuaian dan Pendidikan*. Surabaya: UsahaOffsite Printing. 2004.
- Nugroho, Gunarso Dwi. *Modul Globalisas*. Banyumas. CV. Cahaya Pustaka. 2006.
- Sa'adah, Amilatus. Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember. ["eprint_fieldopt_thesis_type_Undergraduate" not defined] thesis,

- IAIN Jember. 2016.
- Santi. "Pengaruh Implementasi Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Wonogiri)" (Jurnal Nasional Ekonomi Vol 3 No 2, 2017)
- Slamet, Santoso. dkk. Pendidikan Kewarganegaraan. Purwokerto: Oensoed. 2005
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*, Edisi Baru. Jakarta: Rajawali Pers. 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta. 2013.
- Sukardi. Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara. 2013.
- Sumedi, Pudjo. Organisasi dan Kepemimpinan. Jakarta: Uhamka Press. 2010.
- Sumitro, Warkum. *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait* (BAMUI & Takaful) di Indonesia. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2002.
- Suryaningrum, Diana. Peranan Customer Service Dan Personal Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Dan Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wattamwil Pahlawan Tulungagung, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. 2018.
- Tjiptono, Fandy. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi Offset. 2004.
- Utari, Vivi Ahmad Fauzan, & Media Rosha. Peningkatan Kemampuan Pemahaman Konsep Melalui Pendekatan PMR dalam Pokok Bahasan Prisma dan Limas. Jurnal Pendidikan Matematika, Volume 1 Nomor 1, 2012.
- www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat

L

A

 \mathbf{M}

P

I

R

A

N



PEMERINTAH KABUPATEN BENGKULU SELATAN KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN BENGKULU SELATAN

NOMOR: 070/100/IP/DPMPTSP/IX/2020

TENTANG

IZIN PENELITIAN

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN BENGKULU SELATAN

Membaca Menimbang dan sebagainya Mengingat

MEMUTUSKAN

Menetapkan PERTAMA

Memberikan Izin Penelitian Kepada Sdr

LINI SUSANTI

Alamat Tempat Tinggal

LINI SUSANTI
Desa Penandingan Kec. Air Nipis
"Pemahaman Customer Service Mengenai Tugas dan
Tanggungjawab Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasubah
Pada Bank Muamalat Kota Manna."
Untuk Melengkapi Persyaratan Perkuliahan
Bank Muamalat Kota Manna
IAIN Bengkulu
menambah Spesifikasi, peneliti harus mengajukan permohunan

Apabila dalam pelaksanaan penelitian terdapat pelanggaran atau tidak sesuai dengan ketentuan yang telah

ditetapkan maka:

1. Pemohon/Peneliti dikenai sanksi,

2. Izin Penelitian dibutalkan/dicabut.

: Izin penelitian ini berlaku sampai dengan tanggal 19 November 2020.

KELIMA

Keputusan ini disampaikan kepada Sdr. LINI SUSANTI berupa petikan untuk diketahui, diindahkan dan dipergunakan sesuai dengan kepertuan.

KEENAM

Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan akan diperbaiki sebagai mana mestinya.

Ditetapkan di Pada tanggal

Manna

4 September 2020

BIAYA GRATIS



An. Bupati Bengkulu Selatan Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Bengkulu Selatan

Drs. H. SAMSU HARDI, S.E.,M.SI NIP. 19620202 199203 1 005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal

. Kamis / 30 Januari 2020

Nama Mahasiswa

Jurusan/Prodi

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
PEMAHAMAH CUSTOMER SERVICE MENGENAI TUGAT DAN TANEGUNGJAWAR DALAM MENINCKATEAN LOYALITAS NASABAH PADA BANK MUAWALAT KOTA MANNA	Lini Susonti	MJ] H. MARMUN LC, MA



Catatan:

Mohon Berkas ini dikembalikan kepada Pengelola Fotokopi dan Cap 1 (Satu) Rangkap

HALAMAN PENGESAHAN

proposal Skripsi berjudul "Pernahaman Customer Service Mengenai Tugas dan Tanggung Jawab dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Kota Manna" yang disusun oleh:

: Lini Susanti

NIM

: 1611140181

Prodi

: Perbankan Syariah

Sudah diperbaiki sesuai dengan arahan tim pembimbing, selanjutnya dinyatakan memenuhi syarat ilmiah untuk diajukan Surat Izin Penelitian.

Bengkulu, 12 Juni 2020M

Sya'ban 1441 H

Pembimbing I

Pembimbing II

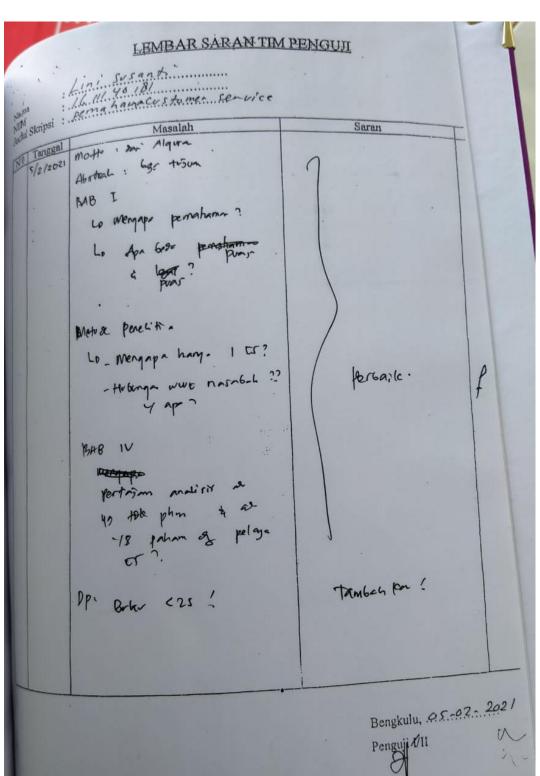
Dr. Asnaini, M.A.

H. Makmur, Lc., M.A. NIDN.2004107601

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah

Yosy Arisandy, M.M. NIP. 198508012014032001





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU

Jalan Raden Falah Pagar Dowa Kola Bengkulu 38211 Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.iainbengkulu.ac.id

Nomor Lampiran Perihal : 0890/In.11/F.IV/PP.00.9/08/2020

Bengkulu, 18 Agustus 2020

: Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth. Kepala KESBANGPOL Kabupaten Bengkulu Selatan di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan penyelesaian Program Studi Sarjana S.1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun Akademik 2020/2021 atas nama:

Nama

: Lini Susanti

NIM

: 161 114 0181

Fakultas/ Jurusan

: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi data penulisan skripsi yang berjudul: "Pemahaman Customer Service Mengenai Tugas dan Tanggung Jawab Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kota Manna"

Tempat penelitian: Bank Muamalat Kota Manna

Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

Mengetahui Ar Dekan,

Dr. Nurul Hak, M. A. VIP. 196606161995031002

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa

LINI SUSANTI

NIM

1611140181

NIM Jurusan/Prodi PEEBANKAN SYARIAH

No	Permasalahan	Saran Penyeminar		
1.	Pada Penelitian terdahulu.	- harus ada Perbedaan disetiap Penelitian Yang dilakukan.		
2.	Informan Yang akan diwawancari Jumlahnya terlalu Sedikit.	- tambakan Jumlah Informan minimal 8-9 orang.		
3.	Tolong dirincikan bank yang akan ditelihi.	- Kapan Bank Berdiri. - Visi dari Bank tersebut. - Misi dari Bank tersebut.		
4.	Parmat wawancara yang akan digunakan pada saut melakukan Tenelihan.	- Masukan format wowarcare Yang akan digunakan ke dalam Campiran - Bikin Strukhrnya		
7.	Pada Landasan Teori	- Tolong ditambahkan/ alaka tempat yang akan ditelih		
	Charles and	1		
		The same of the sa		
ı		Garage Control		
ı		I I I I I I I I I I I I I I I I I I I		

Bengkulu, Penyeminar, MJJ.

M. Malanur LC. MA

INSTITUT AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

9	, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,
/	MAHASISWA
10	ENTITAS MAHASISWA Lini Susanfi
N/	MA . [611]40181
	M PERBANYAN SYARIIAH
nE	ODI AM (TUDAN)
	-oterxxi.d
DE.	DUL YANG DIAJUKAN: DUL YANG DIAJUKAN: DUL YANG DIAJUKAN: DULYANG DIAJUKAN: DULYANG DIAJUKAN: DULYANG DIAJUKAN:
JU	Parallian Colored Colo
1.	Pada Bank Muamalat kota Manna
2.	
3.	
DR	OSES KONSULTASI
Lis	Konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan Fakultas
d.	Catatan
	Galacari
	Pengelola Perpustakaan
b	Konsultasi dengan Pembimbing Akademik
200	Catatan
	Valuation
	Pembimbing Akademik
C.	Tim Kelayakan Proposal
	Catatan Myotata layal
	Galatali
	Ketua,Tim
	Al wink
	Autoli
d.	Konsultani da ara Kansadi
700	Konsultasi dengan Kaprodi
	Catatan Dapat Allangum
	Variation of the state of the s
	Kaprodi
	- 31/h-noly
	Yosy Avisandy, MM

Senin, 24-08-2020	BAB I-III dan Pedoman Wawancara	ACC	Must
Senin, 21-09-2020	BABIV	5. Tambahkan Nama Personnya, Pekerjaan, Umur, Dan Jenis Kelamin.	
Senin, 21-09-2020	BAB V	6. Apa saja kendala Customer Service dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Muamalat kota Manna	M.Z.
Senin, 21-09-2020	Kesimpulan BAB I-V ACC	7. Harus ada jawaban dirumusan masalah	Mit

Bengkulu, 5 Oktober 2020

Pembimbing II

Musz

H. Makmur, L.c.M.A NIDN:2004107601

14-12-2020

Aengetahui,

ena Jirosan

^{IP. 197412022006042001}

SURAT KETERANGAN NO: 001/BMI/C-BKL/I/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

: Lini Susanti

: 1611140181

NPM

: Perbankan Syariah Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Program Studi

Telah melaksanakan kegiatan penelitian dalam rangka mencari data untuk melengkapi penulisan skripsi pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bengkulu dengan skripsi yang berjudul: Pemahaman Customer Service Mengenai Tugas dan Tanggung Jawab Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna"

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Bengkulu

Pada tanggal: 05 Januari 2021 M

21 Jumadil Awal 1442 H

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bengkulu

Plt. Branch Operational Service Manager



Gambar 1. Dokumentasi Dengan *Customer Service* Bank Muamalat Kota Manna



Gambar 2. Dokumentasi dengan Nasabah Bank Muamalat Kota Manna



Gambar 3, Dokumentasi dengan Nasabah Bank Muamalat Kota Manna



Gambar 4. Dokumentasi dengan Nasabah Bank Muamalat Kota Mann



Gambar 5. Dokumentasi dengan Nasabah Bank Muamalat Kota Manna