

**ANALISIS STRATEGI PELAYANAN BNI SYARIAH DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH
(Studi BNI Syariah KC Panorama Bengkulu)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH:

INDAH FEPBRI YUNIARMI
NIM: 1611140097

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Indah Febri Yuniarmi, NIM 1611140097 dengan judul **"Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi BNI Syariah KC Pangoama Bengkulu)"**, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 21 Desember 2020 M

6 Jumadil awal 1442 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Nurul Hak, M. A

NIP. 196606161995031002

Kustin Hartini, M. M

NIDN. 2002038102



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

Alamat: Jl. Raden Fatah PagarDewaTelp. (0736) 51276,511171Fax. (0736)51171 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi BNI Syariah KC Panorama Bengkulu)”** oleh **Via Aulia Sari NIM 1611140071** Program Studi **Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam**, telah diuji dan dipertahankan di depan **Tim Sidang Munaqasyah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada
 Hari: **Kamis**
 Tanggal: **17 Februari 2021 M/ 05 Rajab 1442 H**

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

Bengkulu, **23 Februari 2021 M**
11 Rajab 1442 H

Tim Sidang Munaqasyah,

Ketua

Dr. M. Syakroni, M.Ag
NIP. 195707061987031003

Penguji I

Dr. M. Syakroni, M.Ag
NIP. 195707061987031003

Sekretaris

Kustin Hartini, M.M
NIDN. 2002038102

Penguji II

Baddarudin Nurhab, M.M
NIP. 198508072015031005

Mengetahui,

Dekan

Dr. Asnami, M.A
NIP.197304121998032003



MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(QS Al Insyirah ayat 5-6)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- ✦ *Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Syamsul Bahri (ALM) dan Ibu Emi Puspita yang tiada henti memberikan kasih sayang, nasehat, support, dan selalu mendoakan kesuksesan dan keberhasilanku.*
- ✦ *Adikku tersayang Bagus Satria Meidiansyah dan Teriyo Maulana Yumistian yang selalu mensupport dan mendoakanku.*
- ✦ *Kedua pembimbing skripsiku (Bapak Dr. Nurul Hak, M. A dan Ibu Kustin Hartini, M. M) yang telah banyak membimbingku, memberikan ilmu, perhatian, dan masukan selama aku menyelesaikan skripsiku.*
- ✦ *Keluarga besarku yang telah membantu dan mensupportku.*
- ✦ *Nenek dan kakekku yang selalu mensupport dan mendoakanku.*
- ✦ *Mamang dan Cicikku (Japri, suprik, nur, sri, gugun dan iwan) yang telah mensupport dan membantuku.*
- ✦ *Geng Cooladthku, (Bella Gustianita, S.E, Fifi Fitriani, dan Salsabilla) yang selalu menemani dan menyemangati.*
- ✦ *Sahabat ChaiNdavika (Echa Rahmawati, AMD. KES, Indah Lestari Prasetya, Evi Yulianti, S. Ak, Eka Trinurmahayati) yang selalu menemani, mensupport, dan memotivasiku.*
- ✦ *Keluarga besar PBS. C (2016).*
- ✦ *Keluarga besar FEBI IAIN Bengkulu dan Almamater tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.*

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi dengan judul "*Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi BNI Syariah KC Panorama Bengkulu)*", adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademi, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam 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 lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 8 februari 2021M
26 Jumadil Akhir 1442 H

..... Mahasiswa Yang Menyatakan



Indah Febri Yuniarmi
NIM. 1611140097

ABSTRAK

Analisi Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah
(Studi BNI Syariah KC Panorama Bengkulu)
Oleh Indah Febri Yuniarmi, NIM 1611140097

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pelayanan BNI Syariah dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Untuk mengungkap persoalan tersebut, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, data *display*, dan kesimpulan/verifikasi. Hasil dari penelitian ini yaitu: strategi pelayanan BNI Syariah dalam mempertahankan loyalitas nasabah yang digunakan oleh BNI Syariah KC Panorama Bengkulu khususnya *frontliner* adalah Bukti Nyata (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Kesigapan (*Responsiveness*), Empati (*Empathy*), Jaminan (*Assurance*). BNI Syariah KC Panorama Bengkulu juga menggunakan strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah yaitu melakukan jaminan pelindung nasabah, meningkatkan kualitas pelayanan, melakukan hubungan personal, melakukan hubungan yang saling menguntungkan, Strategi pelayanan jempot bola.

Kata Kunci: Strategi Pelayanan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Analysis of BNI Syariah Service Strategies in Increasing Customer Loyalty (BNI Syariah KC Panorama Bengkulu Study)
By Indah Febri Yuniarmi, SRN 1611140097

This study aims to determine the BNI Syariah service strategy in maintaining customer loyalty. To reveal this problem, researchers used a qualitative approach with data collection techniques in the form of observation and interviews. The data analysis techniques used were data reduction, data display, and conclusion/verification. The results of this study are: BNI Syariah service strategies in maintaining customer loyalty used by BNI Syariah KC Panorama Bengkulu, especially frontliners, are Tangibles, Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance. BNI Syariah KC Panorama Bengkulu also uses a service strategy in increasing customer loyalty, namely guaranteeing customer protection, improving service quality, making personal relationships, conducting mutually beneficial relationships, pick-up service strategies.

Keywords: Service Strategy, Service Quality, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi BNI Syariah KC Panorama Bengkulu)". 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 (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu yang telah memberikan berbagai fasilitas dalam menimba ilmu pengetahuan di IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah mendorong keberhasilan penulis.
3. Desi Isnaini, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

4. Yosi Arisandy, M. M, selaku Kepala Prodi Perbankan Syariah.
5. Dr. Nurul Hak, M. A, selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Kustin Hartini, M. M, SE, MM, selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
7. Kedua orang tuaku yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal adminitrasi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

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

Bengkulu, 18 Februari 2021 M

6 Rajab 1442 H

Penulis,

INDAH FEPBRI YUNIARMI
NIM:1611140097

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A Latar Belakang Masalah.....	1
B Rumusan Masalah	6
C Tujuan Penelitian	6
D Kegunaan Penelitian.....	6
E Penelitian Terdahulu	7
F Metode Penelitian.....	12
a. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	12
b. Waktu dan Lokasi Penelitian	12
c. Subjek/Informan Penelitian.....	12
d. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	13
e. Teknik Analisis Data.....	15
BAB II KAJIAN TEORI	17
A Loyalitas Nasabah	17
1. Pengertian Loyalitas Nasabah	17
2. Tingkat Loyalitas Konsumen	22
3. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah	23
4. Indikator Loyalitas Nasabah	25

5. Perspektif Loyalitas Nasabah.....	26
6. Karakteristik Loyalitas	26
7. Strategi Membangun Loyalitas	27
8. Peningkatan Loyalitas Nasabah melalui Strategi Pemasaran	28
B Strategi	30
1. Pengertian Strategi	30
2. Perencanaan Strategi	31
3. Macam-Macam Strategi	32
C Pelayanan	33
D Pengertian Bank Syariah	35
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	37
A Sejarah BNI Syariah.....	37
B Visi dan Misi.....	38
C Produk dan Jasa BNI Syariah.....	39
D Struktur Organisasi BNI Syariah KC Panorama Bengkulu.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A Hasil Penelitian	45
B Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP	70
A Kesimpulan	70
B Saran-Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Bukti Pengajuan Judul Proposal
Lampiran 2	: Jadwal Seminar Proposal
Lampiran 3	: Daftar Hadir Seminar Proposal
Lampiran 4	: Catatan Perbaikan Proposal Skripsi
Lampiran 5	: Halaman Pengesahan Seminar Proposal
Lampiran 6	: Surat Penunjukan Pembimbing Skripsi
Lampiran 7	: Halaman Pengesahan Izin Penelitian
Lampiran 8	: Surat Permohonan Izin Penelitian
Lampiran 9	: Surat Rekomendasi Penelitian Kesbangpol
Lampiran 10	: Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 11	: Pedoman Wawancara
Lampiran 12	: Lembar Bimbingan Skripsi
Lampiran 13	: Jadwal Kegiatan Penelitian
Lampiran 14	: Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan memperebutkan nasabah bank di Indonesia sangat ketat. Dengan jumlah bank dan kantor cabang yang masih tetap banyak dan produk yang ditawarkan bank beragam, kualitas pelayanan memang masih ampuh bagi bank untuk mempertahankan nasabah atau mendapatkan nasabah baru. Kualitas pelayanan sangat penting dalam bisnis perbankan. Bank-bank semakin bersaing dalam merebut *customer based* dengan mengandalkan kualitas pelayanan. Selain menawarkan berbagai macam produk, perbaikan di sisi teknologi informasi, sisi pelayanan fisik lainnya, sisi pelayanan non fisik, dan beragam hal yang berbau pelayanan prima dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Semua itu disiapkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan akhirnya diharapkan mampu menjaring dana masyarakat. Pelayanan harus dilakukan terus menerus tanpa henti, karena bank bekerja berdasarkan prinsip kepercayaan, sehingga *value* itu menjadi penting. *Value* terbaik bisa membuat nasabah puas dan pada akhirnya nasabah menjadi loyal.¹

Sebagai lembaga keuangan bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), pembiayaan, serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, bank harus dapat menjaga kepercayaan

¹ Ferlina Ariyani, "Membangun Loyalitas Nasabah Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan Dan Keunggulan Produk." <http://core.ac.uk> (diakses pada tanggal 25 November 2019).

dari nasabahnya karena tanpa kepercayaan masyarakat mustahil bank dapat hidup dan berkembang. Maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakatnya. Tanpa citra yang positif, maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif. Untuk meningkatkan citra perbankan, maka bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya.² Salah satu aktivitas bank terutama bank syariah adalah memberikan pelayanan jasa perbankan bagi nasabahnya yang berpedoman pada syariah Islam yaitu Al Quran dan Sunnah. Selain itu, bank syariah juga menyalurkan dana atau memberikan pembiayaan, dan juga melakukan usaha menghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan.³

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.⁴ Loyalitas nasabah diduga juga berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan di industri perbankan untuk mencapai kinerja tertentu, bank harus berlomba-lomba meningkatkan loyalitas nasabahnya. Di Indonesia, persaingan antar bank kian lama kian ketat. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk merebut nasabah dan mempertahankan loyalitas nasabah yang ada. Oleh sebab itu, bank rela mengeluarkan biaya yang tidak sedikit untuk mempertahankan

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

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

⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, (Jakarta: Prenhalindo, 2002), h. 55

dan meningkatkan loyalitas nasabahnya. Kualitas pelayanan yang prima memang merupakan sesuatu yang wajib dimiliki oleh bank, namun hal itu tidak serta merta dapat menjadi nasabah berkomitmen dan loyal untuk menggunakan produk dan layanan yang diberikan oleh bank.⁵

Loyalitas nasabah sangat penting. Hal ini dikarenakan loyalitas akan: 1) mengurangi biaya promosi karena nasabah yang loyal akan mempromosikan jasa yang digunakan kepada orang lain, 2) dapat mengurangi biaya *turn over* nasabah, karena pergantian nasabah menjadi lebih kecil, 3) dapat meningkatkan penjualan silang, karena nasabah yang loyal cenderung menambah penggunaan jenis jasa yang lain, 4) mendorong *word of mouth* yang lebih positif, karena nasabah yang loyal akan selalu menceritakan hal-hal positif atas jasa yang digunakan. Seorang nasabah yang loyal akan bersikap positif seperti akan: a) mempromosikan jasa tabungan dari bank yang bersangkutan, b) menambah penggunaan jenis tabungan lainnya yang ada di bank tersebut, c) menceritakan hal-hal positif tentang bank yang bersangkutan sehingga jumlah nasabah akan bertambah. Mempertahankan nasabah yang loyal memang harus mendapatkan prioritas yang utama dari pada mendapatkan nasabah baru, karena untuk merekrut atau mendapatkan nasabah baru bukanlah hal yang

⁵ Nurul Aisyah Rachmawati, Lindawati Gani, Hilda Rossieta, "Loyalitas Nasabah Dan Kinerja Perbankan Di Indonesia, Jurnal Keuangan Dan Perbankan." Vol. 21 No.1 Januari 2017, h. 144-156

mudah karena akan memerlukan biaya yang banyak, maka sangatlah rugi bila perusahaan melepas nasabah yang telah loyal secara begitu saja.⁶

Kepuasan nasabah dipandang sebagai elemen kunci untuk membangun loyalitas nasabah. Saat ini, sebagian besar penyedia layanan keuangan percaya bahwa layanan nasabah yang bermutu adalah yang sesuai dengan harapan dan keinginan nasabah. Bank yang mampu memberikan yang dinilai dengan harapan nasabah yang dapat memuaskan nasabah. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu kualitas produk, kualitas jasa, emosional, harga, biaya, kualitas pelayanan.⁷

Dari observasi awal, bahwa BNI Syariah KC Panorama Bengkulu dalam meningkatkan loyalitas nasabah sangat mengedepankan kualitas pelayanan. Karena itu, mereka harus menekankan pada kualitas pelayanan mereka. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank dapat menarik calon pelanggan untuk loyal. Ketika kualitas pelayanan diberikan, prioritas bank sudah memenuhi standar layanan sehingga nasabah puas. Karena kualitas pelayanan sangat penting dengan citra perusahaan. Adapun yang menjadi salah satu penyebab ketidakpuasan nasabah salah satunya yang dilakukan nasabah dengan komplain, jika komplain yang dilakukan nasabah tersebut tidak terselesaikan dengan baik oleh perusahaan, maka itu merupakan suatu pemicu turunnya kepercayaan nasabah dan menyebabkan nasabah

⁶ Ristiyanti Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihlauw, *Prilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2005), h. 4

⁷ Yora Melanda, "*Pengaruh Kedekatan Emosional Dan Atmosphere Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Link (Studi Di Kecamatan Bermani Ilir Kabupaten Kepahiang)*", Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2019

tidak loyal dan karena itu pula dapat memicu citra perusahaan di mata masyarakat.⁸

Tabel 1.1
Tingkat Jumlah Nasabah yang Menabung pada BNI Syariah KC
Panorama Bengkulu dalam periode 3 bulan

No	Bulan	Jumlah Nasabah
1	Oktober 2020	392
2	November 2020	416
3	Desember 2020	421
	Jumlah	1229

Sumber: BNI Syariah KC Panorama Bengkulu⁹

Dari tabel diatas dengan jumlah nasabah di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu selama tiga bulan terakhir ini, nasabah atau anggota cukup signifikan. Berdasarkan sedikit wawasan tersebut maka penulis tertarik untuk menganalisis strategi pelayanan dalam mempertahankan loyalitas nasabah sehingga menyebabkan semakin meningkatnya nasabah yang menabung di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu dan untuk mengetahui apakah nasabah yang lama masih tetap memiliki loyalitas terhadap BNI Syariah KC Panorama Bengkulu.

Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang diberikan untuk memberikan harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal. Salah satu strategi yang dilakukan oleh bank yaitu dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada nasabahnya. Pelayanan tersebut dapat berupa senyuman, sopan santun serta kenyamanan yang diberikan oleh karyawan kepada nasabahnya. Jika pelayanan yang

⁸ Wedyos Marendi, *Manager*, Wawancara pada tanggal 05 Oktober 2020

⁹ Wedyos Marendi, *Manager*, Wawancara pada tanggal 18 Februari 2021

diberikan karyawan itu baik maka akan adanya ketertarikan nasabah untuk menggunakan suatu jasa dari bank tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti loyalitas nasabah terhadap bank syariah dengan judul *Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi BNI Syariah KC Panorama Bengkulu)*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka pokok masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi pelayanan BNI Syariah dalam mempertahankan loyalitas nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pelayanan BNI Syariah dalam mempertahankan loyalitas nasabah.

D. Kegunaan Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perkembangan wawasan dan pengetahuan dalam bidang Ekonomi Islam khususnya yang ada kaitannya dengan loyalitas nasabah, dapat dikembangkan dan menjadi bekal untuk penelitian yang lain untuk meneliti masalah yang sama.

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penyusun sendiri dan bagi karyawan di BNI Syariah agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah dan dapat memahami strategi yang tepat sehingga dapat membantu meningkatkan loyalitas nasabah.

E. Penelitian Terdahulu

Pada tahun 2019, Winda Arumningsih mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu membahas judul skripsi *“Implementasi Strategi Kaizen Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT. BNI Syariah KC. Bengkulu”*. Jenis penelitian yang digunakan oleh Winda Arumningsih ini ialah kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian disimpulkan bahwa Implementasi Strategi Kaizen di BNI Syariah dilakukan dengan memberikan layanan terbaik kepada nasabah yaitu Seiri atau pemilihan, Seiton atau penataan, Seiso atau pembersihan, Shitsuke atau pembiasaan, dan Seiketsu atau pemantapan.¹⁰

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian yang akan diteliti berfokus pada pelayanan bank dalam

¹⁰ Winda Arumningsih, *“Implementasi Strategi Kaizen dalam Meningkatkan Loyalitas nasabah pada PT. BNI Syariah KC Bengkulu.”* Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019

mempertahankan loyalitas nasabah, sedangkan penelitian sebelumnya implementasi strategi kaizen di BNI Syariah sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan membahas loyalitas nasabah.

Pada tahun 2017, Yulia Ellawati mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu membahas judul skripsi "*Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu*". Jenis penelitian yang digunakan oleh Yulia Ellawati ini ialah kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Narasumber langsung berjumlah 13 orang, 3 orang berasal dari pihak bank dan 10 orang nasabah. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan data. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan yang di ajukan. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa peran *customer service* pada PT BPRS Safir Bengkulu yaitu melayani nasabah dan memberi informasi dengan menggunakan SOP (Standar Operasional Prosedur). Secara tidak langsung *customer service* PT BPRS Safir juga berperan untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama dengan cara menjaga komunikasi tetap lancar serta selalu menjaga silaturahmi dengan nasabah ¹¹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian yang akan diteliti berfokus pada pelayanan bank dalam

¹¹ Yulia Ellawati, "*Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu*". Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2017.

meningkatkan loyalitas nasabah sedangkan penelitian sebelumnya peranan *customer service* sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan membahas loyalitas nasabah.

Pada tahun 2016, Nisfi Fatimah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto "*Strategi Peningkatan Mutu Layanan Dalam Usaha Mempertahankan Loyalitas Nasabah di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap*". Jenis penelitian yang digunakan oleh Nisfi Fatimah ini ialah kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dilokasi dengan mengadakan suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Sedangkan pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan dan loyalitas nasabah dimana pelayanan yang baik menjadi salah satu cara untuk membentuk loyalitas nasabah. Strategi pelayanan yang dilakukan oleh BPRS Bumi Artha Sampang ini telah sesuai dengan standar mutu layanan yang telah ditetapkan sehingga pelayanan tersebut dapat memenuhi keinginan dan harapan nasabah yang memberikan sebuah kepuasan pada nasabah.¹²

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian yang akan diteliti berfokus pada pelayanan bank dalam

¹² Nisfi Fatimah, "*Strategi Peningkatan Mutu Layanan Dalam Usaha Mempertahankan Loyalitas Nasabah di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap*". Institut Agama Islam Negeri Purwokerto: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017.

mempertahankan loyalitas nasabah, sedangkan penelitian sebelumnya memfokuskan pada peningkatan mutu layanan dalam usaha mempertahankan loyalitas nasabah serta lokasi yang diteliti juga berbeda sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan membahas loyalitas nasabah.

Pada tahun 2016, Dwi Ratna Pamungkas membahas judul jurnal “*Strategi Pelayanan PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, TBK dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di MMS Kertosono, Nganjuk, Jawa Timur*”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT dengan strategi SO (*strengths opportunities*). Lokasi penelitian adalah di Kertosono. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan analisis datanya menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan PT BTPN Syariah, TBK dalam meningkatkan loyalitas nasabah di MMS Kertosono sudah sesuai strategi yang di galakkan oleh bank.¹³

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian yang akan diteliti berfokus pada pelayanan bank dalam mempertahankan loyalitas nasabah, sedangkan penelitian sebelumnya membahas pelayanan PT. BTPN meningkatkan loyalitas nasabah , serta lokasi yang diteliti juga berbeda sedangkan persamaan dari penelitian ini

¹³ Dwi Ratna Pamungkas, “*Strategi Pelayanan PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, TBK dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di MMS Kertosono, Nganjuk, Jawa Timur*”. Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 5 No. 3 September 2016, h. 55-59

adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan membahas loyalitas nasabah.

Pada tahun 2006, Regan Lam, Suzan Burton membahas judul jurnal internasional ”*SME Banking Loyalty (And Disloyalty: A Qualitative Study In Hong Kong)*”. Penelitian ini untuk menyelidik sejauh mana loyalitas, dan alasan yang mendasari perilaku perbankan oleh pelanggan bisnis dari sektor usaha kecil dan menengah (UKM) di Hong Kong, dan dengan demikian berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang pendorong loyalitas pelanggan. Metode penelitian ini sebanyak 32 wawancara kualitatif mendalam dilakukandengan pengambilan keputusan dari UKM di Hong Kong. Analisi ini digunakan untuk menganalisis data wawancara.¹⁴

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian yang akan diteliti berfokus pada pelayanan bank dalam mempertahankan loyalitas nasabah, sedangkan penelitian sebelumnya memfokuskan pada loyalitas perbankan UKM (dan ketidakpastian), serta lokasi yang diteliti juga berbeda sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan membahas loyalitas nasabah.

¹⁴ Regan Lam, Suzan Burton, ”*SME Banking Loyalty (And Disloyalty: A Qualitative Study In Hong Kong)*”. *Jurnal Internasional Of Bank Markerting*, Vol. 25 No. 1 2006, h. 37-42

F. Metode Penelitian

a. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Moloeng, mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskripsikan berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Sedangkan penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif.¹⁵

Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk memperoleh deskripsi Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi BNI Syariah KC Panorama Bengkulu).

b. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu pada bulan Februari sampai dengan selesai.

c. Subjek/informan Penelitian

Informan adalah orang yang diharapkan dapat memberi informasi tentang situasi dan kondisi pada latar belakang subjek penelitian atau seseorang yang memberi informasi terkait judul penelitian. Informan penelitian ini berjumlah 10 orang yaitu 3 orang karyawan meliputi:

¹⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), h. 4

Manager, teller, Customer Service (CS) dan 7 orang Nasabah BNI Syariah KC Panorama Bengkulu.

Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan *sample* dengan pertimbangan tertentu, teknik ini bisa diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasarkan dengan tujuan-tujuan tertentu.

d. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1) Sumber Data

a) Data primer

Menurut Sugiyono, data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yaitu data yang peneliti dapatkan dari responden atau sumber pertama berupa informasi-informasi yang belum di olah berupa hasil wawancara dengan para nasabah BNI Syariah KC Panorama Bengkulu.

b) Data sekunder

Menurut Sugiyono, data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberi data kepada pengumpul data. Pada peneliti ini sumber data sekunder diperoleh melakukan penelitian

kepustakaan dan dari dokumen yang ada.¹⁶ Data sekunder berupa gambaran umum BNI Syariah KC Panorama Bengkulu dan data yang relevan dengan penelitian ini.

2) Teknik Pengumpulan Data

a) Observasi

Penelitian mengamati secara langsung ataupun secara tidak langsung data nasabah dalam meningkatkan loyalitas di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu.

b) Wawancara

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun dengan menggunakan telepon kepada pihak perwakilan manager secara mendalam, nasabah yang telah memilih BNI Syariah KC Panorama Bengkulu.

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik untuk memperoleh data melalui buku-buku dan sejenisnya yang relevan dengan penelitian selain itu bisa juga dengan mengambil data-data lapangan yang bisa berupa foto dan sebagainya.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.139

e. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam uni-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

a) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Karena datanya cukup banyak, maka perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Dalam mereduksi data, peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai yaitu temuan.

b) *Data display* (Penyajian data)

Setelah dilakukan reduksi data, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan huberman menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

c) *Conclusion drawing verification* (Penarikan kesimpulan dan verifikasi).

Pada tahap ini, peneliti membanding-bandingkan data-data yang sudah didapatkan dengan hasil wawancara dengan subjek dan informan bertujuan untuk menarik kesimpulan.¹⁷

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.189

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Loyalitas Nasabah

1. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas merupakan satu kata lama yang biasanya digunakan untuk menggambarkan kesetiaan dan kepatuhan.¹⁸ Loyalitas berasal dari kata dasar “Loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka.

Loyalitas adalah tentang persentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama. Loyalitas terbentuk karena keinginan pelanggan tersebut untuk menjaga hubungan kerja sama dengan cara menggunakan jasa perusahaan secara berulang-ulang. Dari definisi yang disampaikan Utomo, nasabah yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyediaan jasa. Dalam hal ini merupakan kesetiaan nasabah terhadap lembaga keuangan,

¹⁸ Cristopher lovelock, dkk, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h. 76

yaitu bank. Pada umumnya, loyalitas berkaitan dengan kesetiaan, sikap menurut, dan menerima apa adanya serta tidak mudah bergeser pada tujuan lain. Dalam konsep marketing, loyalitas erat kaitannya dengan nasabah atau loyalitas nasabah yang tidak lain merupakan bentuk kesetiaan nasabah kepada kualitas produk suatu bank.¹⁹

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, pelanggan akan beraksi dengan cara *exit* (pelanggan menyatakan berhenti membeli mereka atau produk) dan *voice* (pelanggan menyatakan ketidakpuasan langsung pada perusahaan).²⁰

Loyalitas berhubungan erat dengan pelayanan yang baik dan kepuasan. Dalam dunia perbankan, nasabah akan menjadi loyal apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan maupun produk bank tersebut. Loyalitas muncul karena kebutuhandan keinginan terpenuhi. Kebutuhan adalah sebuah kondisi dimana seseorang merasa kekurangan atau satu barang tertentu dan ada sebuah dorongan untuk memenuhinya. Sedangkan keinginan merupakan kebutuhan manusia yang sudah dibentuk oleh budaya dan kepribadian individu.²¹

¹⁹ Utomo, *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telpon Seluler*, (Yogyakarta: Tesis, 2011), h. 27

²⁰ Fandy Tjiptono, *Manajemen jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), h.46

²¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, (Jakarta: Prenhalindo, 2002), h. 55

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 meyebabkan perilaku.²²

Standar loyalitas nasabah yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan pembelian secara teratur.
- b. Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa.
- c. Merekomendasikan produk lain.
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.²³

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

1) Meriset Pelanggan

Tujuan diadakannya riset yang teratur adalah untuk memahami tentang apa yang pelanggan inginkan.

2) Membuat Hambatan Agar Pelanggan Tidak Berpindah

Ada tiga macam hambatan yang dapat dilakukan agar pelanggan tidak berpindah ke perusahaan lain, yaitu

²² Ratih Hurryati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h.129

²³ Etta Mamang Sangaji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), h. 105

1. Hambatan fisik, yaitu dengan menyediakan layanan fisik yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan.
 2. Hambatan ekonomis, yaitu dengan memberikan intensif bagi yang membutuhkan secara ekonomis, misalnya dengan memberikan hadiah bagi pelanggan.
 3. 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 membangun loyalitas pelanggan, mengikut sertakan mereka 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 tambahan pada perusahaan dan produk atau jasa dimata konsumen.²⁴

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas merupakan suatu sikap positif nasabah terhadap suatu produk atau jasa maupun pada perusahaan itu sendiri yang disertai dengan komitmen

²⁴ Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* Edisi Revisi dan Terbaru, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 141

untuk membeli produk atau jasa perusahaan tersebut dan merekomendasikannya pada pihak lain.²⁵

Loyalitas merupakan suatu konsep yang sangat penting dalam pemasaran, khususnya dalam persaingan usaha yang semakin ketat saat ini. Keberadaan konsumen yang loyal akan sangat dibutuhkan oleh perusahaan, agar tetap bertahan hidup. Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang memegang sikap yang akan datang dari perusahaan, kesepakatan untuk membeli ulang barang atau jasa dan merekomendasikan produk ke yang lain. Menurut Oxford English Dictionary (2005), loyalitas adalah *a strong feeling of support and alligience person shoeing firm and constant support*. Pandangan ini dipertegas Griffin (2002) yang mengatakan *loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*. Berdasarkan definisi tersebut, loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Griffin (2002) menjelaskan bahwa pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut.

- a) Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*)

²⁵ Wina Purnamasari, "Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu." Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018

- b) Membeli di luar lini produk atau jasa (*purchases across product and service lines*)
- c) Merekomendasikan produk lain (*refers other*).
- d) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*).
- e) Merancang dan menciptakan loyalitas.²⁶

2. Tingkat loyalitas Konsumen

Terdapat konsep loyalitas yang ditawarkan oliver mengenai tingkat loyalitas konsumen terdiri dari empat tahap yaitu:

1) Loyalitas Kognitif

Tahap dimana pengetahuan langsung maupun tidak langsung konsumen akan merek, manfaatnya dan dilanjutkan ke pembelian berdasarkan pada keyakinan akan superioritas yang ditawarkan. Pada tahap ini dasar kesetiaan adalah informasi tentang produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen.

2) Loyalitas Afektif

Sikap *favorable* konsumen terhadap merek yang merupakan hasil dari konfirmasi yang berulang dari harapannya selama tahap *cognitively loyalty* berlangsung. Pada tahap ini dasar kesetiannya adalah pada sikap dan komitmen terhadap produk dan jasa sehingga pada tahap ini telah terbentuk suatu hubungan yang lebih

²⁶ Tuti Hastuti, Muhammad Nasri, "Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Dan Loyalitas Nasabah: Aplikasi Servqual Model Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Kota Malang." Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Vol.3 No.3 Desember 04, h. 77

mendalam antara konsumen dengan penyedia produk atau jasa dibandingkan pada tahap sebelumnya.

3) **Loyalitas Konatif**

Intensif membeli ulang sangat kuat dan memiliki keterlibatan tinggi yang merupakan dorongan motivasi.

4) **Loyalitas Tindakan**

Menghubungkan penambahan yang baik untuk tindakan serta keinginan untuk mengatasi kesulitan seperti pada tindakan kesetiaan.²⁷

3. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu:

a) **Kepercayaan Nasabah**

Kepercayaan nasabah adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah dan semua kesimpulan yang dibuat nasabah tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

b) **Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

²⁷ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 13

c) Komitmen

Komitmen merupakan unsur perilaku sebagai upaya mempertahankan dan menjaga hubungan jangka panjang kedua belah pihak agar hubungan lebih bermakna.

d) Sikap Nasabah

Menurut Handoko, sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah-masalah baik ataupun kurang baik secara konsekuen. Sikap ini dilakukan nasabah berdasarkan pandangannya terhadap aktivitas perbankan, keunggulan produk dan proses belajar baik dari pengalaman atau lainnya yang bisa menjadi sikap positif atau cenderung tidak peduli terhadap aktivitas perusahaan.

e) *History With the Company* (Sejarah dengan Perusahaan)

Pembentukan perilaku akibat adanya pengalaman pelanggan terhadap perusahaan.

Sedangkan pemasaran untuk loyal (*Marketing for Loyalty*). Pemasaran untuk loyal adalah pemasaran yang menggunakan program-program yang memberikan nilai tambah pada perusahaan dan produk dimata pelanggan. Program-program tersebut yaitu:

- a. *Relationship Marketing*
- b. *Frequency Marketing*

c. *Membership Marketing*²⁸

4. Indikator Loyalitas Nasabah

Indikator loyalitas nasabah adalah sebagai berikut:

- a) Melakukan pembelian secara berulang dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing
- b) Mereferensikan kepada orang lain
- c) Membicarakan hal-hal yang positif kepada orang lain
- d) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing

Sedangkan indikator loyalitas menurut kotler adalah:

- a) Kesetiaan terhadap produk
- b) Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai produk
- c) Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan.

Loyalitas nasabah dapat diukur melalui lima indikator variabel, yaitu:

- a) Transaksi secara berulang,
- b) Rekomendasi,
- c) Menambah jumlah tabungan,
- d) Menceritakan hal positif,
- e) Kesiediaan menerima bunga yang rendah atau biaya yang tinggi.²⁹

²⁸ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), h.5

²⁹ Winda Arumningsih, *Implementasi Strategi Kaizen Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT. BNI Syariah KC. Bengkulu.* Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019

5. Perspektif Loyalitas Nasabah

Pada dasarnya ada dua perspektif utama dalam mendefinisikan dan mengukur loyalitas sebagai perilaku (*behavior*) dan loyalitas sebagai sikap (*attitude*).

a) Perilaku Loyal (*Behavior Loyalty*)

Loyalitas bila diukur dari segi perilaku dapat diukur melalui perilaku pembeliannya, adapun dimensi yang menjadi ukurannya adalah konsumen yang masih aktif melakukan pembelian dan menjadi konsumen yang tetap melakukan pembelian.

b) Sikap Loyal (*Attitudinal Loyalty*)

Loyalitas dapat diukur dari segi sikap konsumen terhadap perusahaan yaitu melalui beberapa komponen yang terdiri dari kepercayaan, perasaan dan preferensi pembelian. Dalam hal ini memiliki preferensi dan komitmen yang tinggi terhadap perusahaan.³⁰

6. Karakteristik Loyalitas

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

- a) Melakukan pembelian yang berulang-ulang.
- b) Hanya membeli produk dari perusahaan tersebut.
- c) Modal produk lain.

³⁰ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 219

- d) Menunjukkan kekebalan (tidak terpengaruh) oleh daya tarik produk sejenis dari perusahaan pesaing.
- e) Melakukan penciptaan prospek.

7. Strategi Membangun Loyalitas

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

- a) *Build a foundation for loyalty.* Perusahaan perlu membangun fondasi yang solid untuk menciptakan loyalitas pelanggan yang memasukkan portofolio yang benar dalam mengidentifikasi segmen pelanggan, menarik pelanggan yang benar, meningkatkan pelayanan dan mengantarkan nilai kepuasan yang tinggi.
- b) *Create loyalty bonds.* Untuk membangun loyalitas yang sesungguhnya, suatu perusahaan perlu mengembangkan ikatan yang erat dengan pelanggannya, serta mempedalam hubungan tersebut dengan melakukan penjualan silang dan *bundling* atau menambah nilai melalui *loyalty rewards* dan level ikatan yang lebih tinggi.
- c) *Reduce churn drivers.* Perusahaan perlu mengidentifikasi dan mengeliminasi faktor-faktor yang dihasilkan dari *churn* yang

membuat kehilangan pelanggan dan menggantikannya dengan pelanggan baru.³¹

8. Peningkatan Loyalitas Nasabah Melalui Strategi Pemasaran

Menurut Hasan strategi untuk meningkatkan loyalitas ada tiga yaitu:

a. *Customer Banding*

Yaitu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan marketing dapat melakukan *customer banding* (mengikat pelanggan) dengan program yang direkomendasikan oleh Richard Cross dan Janet Smith sebagai berikut:

- 1) *Adding financial benefis*. pemberian reward bagi pelanggan yang sering dan banyak membeli kumpulkan poin berikan hadiah.
- 2) *Adding sosial benefis*. perlakukan pelanggan sebagai patner melalui personalisasi dan individualisasi: *membership, proaktif, problem solving*
- 3) *Adding structural ties*. Menambah ikatan struktual: pengajian, arisan, training dan sejenisnya.

b. Mengelola *Ineslastis Demond*

Guna menciptakan loyalitas pelanggan, perusahaan perlu mengelola permintaan menjadi *ineslastis* dengan cara penyesuaian sebagai berikut:

³¹ Yulia Ellawati, "Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT. BPJS Syafir Bengkulu.", Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017

1) Kualitas Produk

Nasabah yang memperoleh kepuasan atas produk yang dibelinya cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama, salah satunya adalah kualitas. Ini dapat digunakan oleh pemasar untuk mengembangkan loyalitas merek dari nasabahnya. Pemasar yang kurang atau tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung resiko tidak loyalnya nasabah.

2) Promosi Penjualan

Loyalitas dapat dikembangkan melalui promosi penjualan yang intensif, misalnya membeli dua dapat tiga, mengumpulkan sepuluh tutup minuman mendapatkan hadiah menarik. Cara-cara serupa lainnya digunakan pemasar untuk meningkatkan kemungkinan nasabah melakukan pembelian ulang.

c. *Relationship Marketing*

Dapat didefinisikan sebagai pengenalan setiap pelanggan dengan lebih dekat dengan menciptakan komunikasi dua arah dengan mengelola suatu hubungan yang saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan. Dimana merupakan pertukaran antara pembeli dan penjual secara berkelanjutan, sehingga terjalin sebuah kemitraan dengan pelanggan terus menerus dan tidak berakhir setelah penjualan selesai, pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga terjadi bisnis ulang.

Tujuan *relationship marketing* untuk menemukan nilai sepanjang hidup (*life time value* - LTV) dari pelanggan. Setelah *life time value* didapatkan maka tujuan selanjutnya adalah bagaimana *life time value* masing-masing kelompok pelanggan itu dapat terus diperbesar dari tahun ke tahun. Setelah itu, bagaimana menggunakan laba yang didapat dari dua tujuan pertama tadi untuk mendapatkan pelanggan baru dengan biaya yang relatif murah. Dengan demikian tujuan jangka panjangnya adalah menghasilkan keuntungan terus-menerus dari dua kelompok pelanggan, yaitu pelanggan lama dan pelanggan baru.³²

B. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah penentuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang di perhatikan dalam mencapai tujuan juga bagaimana menggerakkan pasukan ke posisi saling menguntungkan sebelum perputaran aktual dan musuh, menggunakan strategi yang baik adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia komperatif. Dapat dipahami bahwa pada dasarnya strategi merupakan perencanaan sebuah perusahaan,

³² Syarifuddin Chan, *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2003, hal.4

organisasi untuk mencapai tujuan sehingga tujuan itu berjalan sesuai dengan rencana.³³

2. Perencanaan Strategi

Perencanaan strategi adalah proses untuk mengembangkan dan mempertahankan kecocokan strategi diantara sasaran-sasaran dan kemampuan perusahaan dan peluang-peluang pemasarannya yang terus berubah.³⁴ Dengan demikian langkah-langkah dalam perencanaan strategi yaitu:

a) Menetapkan Misi

Dalam perencanaan strategi penetapan suatu misi perusahaan sangatlah penting. Dalam suatu misi terdapat tujuan spesifik yang akan dicapai secara keseluruhan. Suatu misi disusun untuk mencapai suatu yang sangat luas dan dalam jangka waktu yang sangat panjang.

b) Menetapkan Tujuan dan Sasaran

Tujuan yang ingin dicapai terhadap berbagai macam, artinya setiap perusahaan dapat saja memiliki beberapa tujuan pada saat yang bersamaan asal tidak bertentangan dengan misi yang dijalankan perusahaan, Tujuan perusahaan mencerminkan ekspektasi spesifik manajemen terhadap kinerja perusahaan.

³³ Indah Nufita Sari, "*Strategi Meningkatkan Funding pada PT.Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Lubuk Linggau*," Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018

³⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*. Edisi Pertama, Cetakan ke-2, (Jakarta:Kencana, 2005), h. 78

c) Merancang Portofolio Bisnis

Merancang portofolio bisnis maksudnya adalah membuat rencana terhadap bisnis yang akan dijalankan melalui pendekatan yang rasional.³⁵

3. Macam-Macam Strategi

Pembahasan tentang strategi ada beberapa macam-macam strategi adalah sebagai berikut:

1. Strategi Pemimpin Pasar (*market leader*)

Pemimpin pasar adalah perusahaan yang diakui oleh industri yang bersangkutan sebagai pemimpin. Perusahaan yang dominan selalu ingin tetap nomor satu. Sikap ini mendorongnya untuk mengambil tindakan ke 3 arah yaitu: mengembangkan pasar keseluruhan, melindungi pangsa pasar, dan memperluas pangsa pasar.

2. . Yang dalam Strategi Pemantang Pasar (*market challenger*)

Pematang pasar adalah perusahaan “*runner up*” yang secara konstan mencoba memperbesar pangsa pasar mereka usaha tersebut mereka berhadap secara terbuka dan langsung dengan pemimpin pasar. Strategi yang dilakukannya adalah dengan menentukan lawan dan sasaran strategi serta memilih penyerangnya.

³⁵ Sri Khaerani, “*Strategi Bank Syariah Mandiri Cabang Mataram dalam Menjaga Loyalitas Nasabah.*” <https://etheses.uinmataram.ac.id> (diakses pada tanggal 25 November 2019)

3. Strategi pengikut pasar (*market follower*)

Pengikut pasar adalah perusahaan yang mengambil sikap tidak mengusik pemimpin pasar dan hanya puas dengan cara menyesuaikan diri terhadap kondisi-kondisi pasar.

4. Strategi Penggarap Pasar (*Market Nicher*)

Penggarap ceruk pasar adalah perusahaan yang mengkhususkan diri melayani sebagai pasar yang diabaikan perusahaan besar. Strategi yang dilakukan adalah spesialisasi dalam hal pasar, konsumen, produk, dan sebagainya.³⁶

C. Pelayanan

Pelayanan adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah dan pelanggan sesuai kebutuhan yang diinginkan. Artinya pelanggan akan merasa puas dan terus berta tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*).³⁷

Kualitas pelayanan secara islam dalam pelayanan merupakan rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segera kebutuhan mereka. Konsep islam

³⁶ M. Isnail Yustanto, M. Karbet Widjatakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Ismail Press, 2002), h. 319

³⁷ Ruslan dan Rosadi, *Manajemen Publik Relation Dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 280

mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang di jalankan baik berupa barang ataupun jasa haruslah yang berkualitas. Hal ini dijelaskan dalam (QS. Al-Baqarah: 267) sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا انْفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
 أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ
 بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu, dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya. Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.³⁸

Dari definisi diatas bahwa kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk menimbangi harapan konsumen, jadi adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan, adanya kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan oleh konsumen.³⁹

³⁸ QS. Al-Baqarah: 267

³⁹ Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2014), h. 240

D. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah terdiri dari dua kata, yaitu bank dan syariah. Kata bank itu berasal dari bahasa latin *banco* yang artinya bangku atau meja, counter atau tempat penukaran uang (*money charger*). Dengan demikian fungsi dasar bank adalah menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman dan menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa. Simpanan dan penyalurannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dalam Alquran, istilah bank tidak disebutkan secara eksplisit, tetapi jika yang dimaksud adalah sesuatu yang memiliki unsur-unsur seperti struktur, manajemen, fungsi, hak dan kewajiban maka semua itu disebutkan dengan jelas seperti zakat, Sadakah, rampasan perang, jual-beli, utang dagang, harta dan sebagainya, yang memiliki peran tertentu dalam kegiatan ekonomi. Sedangkan syariah adalah tata cara yang berlandaskan hukum islam yakni mengacu kepada Al-Quran dan Al-Hadist. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika ini adalah tiada lain sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Quran dan As-sunnah.⁴⁰

Ditinjau dari sudut pandang hukum, ruang lingkup pengertian perbankan itu masih bersifat umum sehingga belum sampai pada kesimpulan apakah jenis kegiatan usaha yang dilakukan di lembaga itu halal atau haram. Karena itu untuk menjamin kehalalan kegiatan usaha

⁴⁰ Ilham Novizar, "*Praktik Strategi Maintenance Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Di BRI Syariah cabang Bengkulu.*" Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019

perbankan, maka dalam operasionalnya harus menggunakan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, lembaga perbankan yang kegiatan usahanya berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah maka dapat dikatakan sebagai perbankan syariah.⁴¹

⁴¹ Burhanudin Susanto, *Hukum Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: UII Pres, 2008), h. 17

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah BNI Syariah

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, Transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada undang-undang no. 10 tahun 1998, pada tanggal 29 april 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 kantor cabang dan 31 kantor cabang pembantu.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 1746 *outlet* yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Didalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh DR. Hasanudin, M.Ag, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin

usaha kepada PT Bank BNI Syariah dan di dalam *Corporate Plan* UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksanakan pada tanggal 29 juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu *spin off* bulan juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan terberbitkannya UU No. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU no. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Desember 2019, BNI Syariah memiliki 3 kantor Wilayah dengan cabang BNI Syariah mencapai 68 Kantor Cabang, 218 Kantor Cabang Pembantu, 13 Kantor Kas, 23 Mobil Layanan Gerak dan 58 *Payment Point*.

B. Visi dan Misi

a. Visi BNI Syariah

Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

b. Misi BNI Syariah

1. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.

2. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
3. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
4. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
5. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

C. Produk dan Jasa Bank BNI Syariah

BNI Syariah menghadirkan produk-produk yang menjawab kebutuhan nasabah, mulai dari individu, usaha kecil, hingga institusi, dilengkapi dengan kebudahan, fleksibilitas dan fasilitas untuk kenyamanan dan kemudahan nasabah yang berada di bawah pengawasan Dewan Pengawasan Syariah.

Adapun bentuk produk-produk dan jasa Bank BNI Syariah KC Panorama KC Panorama Kota Bengkulu sebagai berikut:

1. Tabungan iB Hasanah

Tabungan iB Hasanah adalah simpanan transaksional yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu tidak dapat ditarik dengan cek/giro atau alat yang dipersamakan dengan itu.

Tabungan iB hasanah merupakan simpanan uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah mutlaqah atau simpanan berdasarkan akad *wadiah*.

2. Tabungan iB Prima Hasanah

Tabungan iB Prima Hasanah adalah simpanan transaksi yang ditunjukkan bagi nasabah prima BNI Syariah. Yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah*.

3. Tabungan iB Bisnis Hasanah

Tabungan iB Bisnis Hasanah adalah simpanan transaksi untuk para pengusaha dengan detail metasi debet dan pembiayaan pada buku tabungan.

4. Tabungan iB Tapenas Hasanah

Tabungan iB Tapenas Hasanah adalah tabungan berjangka bagi nasabah perorang untuk investasi dana pendidikan ataupun perencanaan lainnya dengan manfaat asuransi.

5. Tabungan iB Baitullah Hasanah

Tabungan iB Baitullah Hasanah adalah tabungan dengan akad *mudharabah* atau *wadiah* yang dipergunakan sebagai sarana untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah Haji (Reguler/Khusus) dan merencanakan ibadah umrah sesuai keinginan penabung dengan sistem setoran bebas atau bulanan dalam mata uang rupiah dan USD.

6. Tabunganku iB

Tabunganku iB adalah produk simpanan generic dari Bank Indonesia untuk meningkatkan kesadaran menabung.

7. Tabungan iB Tunas Hasanah

Tabungan iB Tunas Hasanah adalah simpanan transaksional dalam mata uang rupiah berdasarkan akad *wadiah* yang diperuntukan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun.

8. Giro iB Hasanah

Giro iB Hasanah adalah simpanan transaksional dalam mata uang rupiah (IDR) yang penarikannya dilakukan dengan cek atau bilyet giro (BG)

9. Deposito iB Hasanah

Deposito iB Hasanah adalah simpanan berjangka dalam mata uang rupiah (IDR) ditunjukkan untuk investasi dan dapat dicairkan pada saat jatuh tempo.

D. Struktur Organisasi Bank BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu

Sebagai lembaga keuangan yang harus tunduk dan patuh pada peraturan Bank Indonesia PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kota Bengkulu menempatkan struktur organisasi sesuai petunjuk Bank Indonesia sebagai Bank Sentral. Sebagai lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip syariah maka PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kota Bengkulu menempatkan Dewan Pengawas Syariah yang terdiri atas para pakar di bidang syariah muamalah di manajemen BSM. Dewan

Pengawas Syariah BSM bertugas mengarahkan dan mengawasi apakah akad-akad yang melandasi produk-produk telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam. Fungsi Dewa Pengawas Syariah untuk mengawasi kegiatan usaha bank agar sesuai dengan ketentuan syariaah dan sebagai penasehat dan pemberi saran mengenai hal-hal terkait aspek syariah.

Adapun fungsi pokok masing-masing bagian dalam struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Branch Manager*

- a. mengelola secara optimal sumber daya cabang agar dapat mendukung kelancaran operasi cabang.
- b. Mengkoordinir rencana kerja dan anggaran perusahaan tahunan
- c. Menetapkan dan melaksanakan strategi pemasaran produk bank guna mencapai tingkat volume atau sasaran yang telah ditetapkan baik pendanaan maupun jasa-jasa.

2. *Operating Manager*

- a. Menyelenggarakan pelayanan dan pengadministrasian atas transaksi-transaksi jasa perbankan.
- b. Menyelenggarakan pelap[oran transaksi kegiatan jasa-jasa perbankan, pemupukan dana, posisi likuiditas dan pembiayaan

Operational manager membawahi:

- 1) *Costumer Service Head (CSH)*
- 2) *Operational Head (OH)*
- 3) *General Alfairs Head (GAH)*

3. *Branch Internal Control (BIC)*

- a. Membantu kepala cabang dalam melaksanakan fungsi pengawasan cabang
- b. Memelihara kecermatan dan ketelitian data *accounting*, informasi keuangan serta laporan-laporan lain
- c. Mendorong dipatuhinya ketepatan atau kebijakan yang digariskan oleh kantor pusat, kantor cabang maupun Bank Indonesia.

4. *SME Financing Head (SFH)*

- a. Menyusun target volume sasaran kegiatan kerja di bidang pembiayaan produktif
- b. Menyelenggarakan penelitian potensi ekonomi maupun kegiatan usaha setempat
- c. Mencari nasabah-nasabah untuk memasarkan produk pembiayaan produktif

SFH membawahi:

SME Account Officer (SAO)

5. *Customer Sales Head (SH)*

- a. Menyusun target volume sasaran kegiatan kerja dibidang pembiayaan konsumtif dan pendanaan
- b. Menyelenggarakan penelitian potensi ekonomi setempat

- c. Mencari nasabah-nasabah untuk memasarkan produk pembiayaan konsumtif dan produk-produk perbankan lainnya.

SH membawahi:

- 1) *Sales Officer (SO)*
- 2) *Sales Assistant (SA)*

6. *Consumer Processing Head (CPH)*

- a. Memastikan bahwa semua pembiayaan, penambahan cruss clearing telah mendapatkan persetujuan yang berwenang sesuai dengan limit.
- b. Memastikan kebenaran administrasi atas pembiayaan yang diberikan
- c. Memastikan bahwa fisik jaminan sesuai dengan nilai dan lokasinya

CPH membawahi:

- 1) *Costumer Proccesing Assistant (CPA)*
- 2) *Collaction Assistant (CA)*

7. *Consumer Service Head (CSH)*

- a. Menyelenggarakan dan melakukan pemantauan layanan
- b. Menyusun target untuk pencapaian indeks kualitas pelayanan (IKP)
- c. Menyiapkan penyelenggaraan akad-akad pembiayaan pengadministrasiannya

OH membawahi:

- 1) *Custumer Service (CS)*

2) *Teller*

8. *Operational Head (OH)*

- a. Memeriksa mutasi harian
- b. Memastikan kebenaran posting
- c. Menyiapkan peyelenggaraan akad-akad pembiayaan pengadministrasiannya

OH membawahi:

- 1) *Finacing Support Assistant (FSA)*
- 2) *Operational Assistant (OA)*

9. *General Alfairs Head (GAH)*

- a. Mengelola secara optimal fasilitas fisik cabang untuk menunjang pelayanan kantor cabang
- b. Menyediakan dan mensupport kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan fasilitas cabang
- c. Mengawasi dan menyusun penyelenggaraan administrasi aset cabang

GAH membawahi:

*Administrational Assistant (ADA)*⁴².

⁴² www.bnisyariah.ac.id, diakses 06 Oktober 2020, pukul 15.30

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Untuk menjawab rumusan dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada 3 orang karyawan *customor service, teller, manager* dan 7 orang nasabah BNI Syariah KC Panorama Bengkulu.

Untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu maka peneliti melakukan wawancara kepada *customer service, teller, dan manager*. Setelah melakukan wawancara ada beberapa pertanyaan yang ada di pedoman wawancara.

Berikut ini peneliti mengemukakan hasil penelitian pada rumusan yang pertama:

Apa saja jenis-jenis pelayanan yang ada di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu? Berdasarkan hasil wawancara di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu Ibu Annisa Fadhila selaku *customer service*, mengatakan:

Jenis-jenis pelayanan yang ada di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu, yaitu:

- *Customer service* menjalani pembukaan rekening untuk nasabah dengan berbagi jenis tabungan yang di sesuaikan dengan kebutuhan nasabah. *Customer service* juga melayani pengantian atm, reset pin, buka blokir atm, pengaduan nasabah, rekening koran, pengantian buku tabungan nasabah.
- *Teller* di BNI Syariah menerima setoran nasabah, kliring, pemindahbukuan, transfer, pencairan cek, pembayaran SPP bagi

sekolah dan universitas yang telah berkerjasama dengan BNI Syariah.

- BNI Syariah juga melayani pembiayaan untuk nasabah yang memiliki usaha dan butuh tambahan modal.
- BNI Syariah juga melayani bagi nasabah yang ingin pembiayaan rumah dan mobil.⁴³

Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada nasabah? Mengenai pertanyaan ini, Ibu Annisa Fadhila selaku *customer service*, mengatakan:

Pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan SOP (*standar operasional prosedur*) dan SALAM (Senyum, Amanah, Lues, Antusias, Melayani). Jadi sebagai pegawai BNI Syariah kita harus melayani nasabah dengan semaksimal mungkin agar nasabah tetap nyaman berada di bank.⁴⁴

Sedangkan Ibu Ernita Sari selaku *teller*, menyatakan:

“Pelayanan yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan nasabah, petugas BNI Syariah memberikan opsi-opsi sesuai diinginkan dan diperlukan oleh nasabah”⁴⁵

Dari pemaparan yang disampaikan diatas BNI Syariah harus memberkan pelayanan yang baik yang sesuai dengan SOP dan SALAM agar nasabah tetap nyaman dan juga memberikan pelayanan kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan nasabah.

Bagaimana cara penyampaian informasi yang anda berikan kepada nasabah? Mengenai pertanyaan ini, Ibu Annisa Fadhila selaku *customer service* mengatakan:

⁴³ Annisa Fadhila, *Customer Service*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

⁴⁴ Annisa Fadhila, *Customer Service*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

⁴⁵ Ernita Sari, *Teller*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

“Informasi yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan produk-produk yang ada di BNI Syariah yang sesuai dengan kebutuhan yang nasabah perlukan dan tentu dengan bahasa dan gerak tubuh yang mudah dipahami”⁴⁶

Sedangkan menurut, Ibu Ernita Sari selaku *teller*, mengatakan:

“agar nasabah bisa memilih produk-produk yang diinginkan Informasi yang harus disampaikan kepada nasabah dengan jelas dan mudah dipahami oleh nasabah tersebut.”⁴⁷

Dari penuturan yang diberikan diatas bahwa penyampaian informasi yang diberikan adalah produk-produk bank yang sesuai dengan keinginan nasabah dan penyampaian yang dengan bahasa dan gerak tubuh yang mudah di pahami nasabah. Jadi penyampian informasi juga harus disampaikan dengan jelas dan mudah di pahami oleh nasabah tersebut.

Apakah anda sudah memberikan pelayanan dengan maksimal kepada nasabah? Menurut penuturan yang disampaikan oleh Ibu Ernita Sari selaku *teller*, mengatakan:

“Sudah memberikan pelayanan yang maksimal dengan memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan visi dan misi BNI Syariah agar nasabah tetap nyaman berada di bank kita”⁴⁸.

Sedangkan menurut, Ibu Annisa Fadhila selaku *costomer service*, mengatakan:

⁴⁶ Annisa Fadhila, *Customer Service*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

⁴⁷ Ernita Sari, *Teller*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

⁴⁸ Ernita Sari, *Teller*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

“harus sudah , karena kewajiban seorang costomer service adalah memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah oleh karena itu kami memberikan pelayanan dengan baik, sikap sopan, ramah dan telaten dalam menghadapi nasabah yang datang ke bank kita.”⁴⁹

Dari penuturan di atas BNI Syariah KC Panorama Bengkulu sudah memberikan pelayanan yang maksimal karena dengan memberikan pelayanan yang maksimal nasabah bisa tetap menggunakan jasa-jasa dari bank tersebut dan nasabah merasa nyaman sesuai dengan visi dan misi bank tersebut.

Apakah anda sudah melayani nasabah sampai tuntas saat nasabah mengalami kesulitan informasi? Dari hasil wawancara di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu yang disampaikan oleh Ibu Anissa Fadhila selaku *customer service*, mengatakan:

Harus sampai tuntas agar tidak mengecewakan nasabah. *Costomer service* berperan sangat penting sebagai penghubung antara pihak bank dengan nasabah, jadi saat nasabah itu mengalami kesulitan informasi *customer service* selalu memberikan yang terbaik dan selusi terbaik untuk nasabah.⁵⁰

Dari penuturan diatas BNI Syariah KC Panorama Bengkulu harus melayani nasabah sampai tuntas karena memang itu kewajiban seorang *customer service* agar nasabah tidak kecewa dengan pelayanan yang *customer service* berikan. Selain itu *customer service* juga melayani

⁴⁹ Annisa Fadhila, *Customer Service*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

⁵⁰ Annisa Fadhila, *Customer Service*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

nasabah yang mengalami kesulitan informasi informasi sekaligus sebagai jembatan penghubung antara nasabah dengan bank.

Bagaimana tingkat loyalitas nasabah di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu? Menurut penuturan yang disampaikan Bapak Wedyos Marendi selaku *manager*, mengatakan:

Tingkat loyalitas nasabah itu dapat dilihat dari intensitas nasabah dalam melakukan transaksi di BNI Syariah ini. Semakin sering nasabah melakukan transaksi artinya nasabah bisa dikatakan loyal di kerenakan dapat dilihat bertambahnya jumlah nasabah yang menggunakan jasa atau yang menabung disini setiap tahunnya meningkat.⁵¹

Bagaimana strategi pelayanan di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu dalam mempertahankan loyalitas nasabah? Penuturan yang disampaikan Bapak Wedyos Marendi selaku *manager*, mengatkan:

Strategi pelayanan yang diberikan kepada nasabah tentunya harus sesuai dengan SOP (standar operasional prosedur). Strategi dalam mempertahankan loyalitas nasabah yaitu dengan melakukan hubungan personal atau dengan menjalin hubungan kekeluargaan. Hubungan personal yang dimaksudkan adalah hubungan atau komunikasi yang lebih mengutamakan pada pertemuan secara langsung yaitu seorang karyawan BNI Syariah yang secara langsung mendatangi calon nasabah atau calon nasabah yang datang langsung ke kantor untuk mengetahui informasi-informasi tentang produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. BNI Syariah KC Panorama juga memberikan penawaran-penawaran istimewa yang dibutuhkan oleh nasabah.⁵²

Apakah nasabah di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu ini sudah bisa dikatakan loyal khususnya nasabah penabung? Pernyataan ini disampaikan oleh Ibu Anissa Fadhila selaku *customer service*, mengatakan:

⁵¹ Wedyos Marendi, *Manager*, Wawancara pda Tanggal 23 Oktober 2020

⁵² Wedyos Marendi, *Manager*, Wawancara pda Tanggal 23 Oktober 2020

“Iya sudah, nasabah-nasabah yang menabung di BNI Syariah sudah loyal hal tersebut dibuktikan dengan nasabah tidak hanya memiliki satu rekening saja di BNI Syariah.”⁵³

Sedangkan yang Ibu Ernita Sari selaku *teller*, mengatakan:

“Nasabah penabung ataupun pengguna jasa pada BNI Syariah sudah loyal, itu dapat dilihat semakin tahun semakin banyak jumlah penabung di Bank kita. Jadi nasabah setiap tahunnya bertambah.”⁵⁴

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa BNI Syariah KC Panorama Bengkulu nasabahnya bisa dikatakan loyal, karena setiap tahun nasabah penabung terus bertambah dan juga nasabah tidak hanya memiliki satu rekening saja.

Bagaimana anda mempertahankan nasabah lama agar tetap loyal menjadi nasabah di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu? Menurut penuturan yang disampaikan Bapak Wedyos Marendi selaku *manager*, mengatakan:

“Dengan cara silaturahmi yang baik dan selalu memberikan service yang terbaik sehingga nasabah selalu merasa puas dan tidak berpaling ke bank lain jika service yang kami berikan tidak membuat nasabah kecewa.”⁵⁵

Dari penuturan diatas salah satu cara untuk mempertahankan nasabah yang lama agar tetap loyal yaitu dengan selalu silaturahmi yang baik dan memberikan service yang terbaik, dengan adanya

⁵³ Annisa Fadhila, *Customer Service*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

⁵⁴ Ernita Sari, *Teller*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

⁵⁵ Wedyos Marendi, *Manager*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

service yang maksimal maka nasabah akan selalu nyaman bertransaksi atau menggunakan jasa BNI Syariah KC Panorama Bengkulu dan tidak akan beralih ke bank lain.

Apa saja kendala-kendala dalam menghadapi nasabah yang datang ke BNI Syariah KC Panorama Bengkulu? Penuturan yang disampaikan oleh Ibu Annisa selaku *customer service*, mengatakan:

“Kendala yang dihadapi oleh nasabah hampir tidak ada karena memang pelayanan disini dikondisikan untuk membantu kendala nasabah dan sampai saat ini yang menjadi keperluan dan kebutuhan nasabah selalu menjadi prioritas BNI Syariah.”⁵⁶

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada 7 nasabah BNI Syariah KC Panorama Bengkulu.

Bagaimana pelayanan yang Bapak/Ibu rasakan di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu? Sebagaimana yang disampaikan kepada nasabah BNI Syariah KC Panorama Bengkulu Ibu Sri, mengatakan:

Selama saya menjadi nasabah di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu ini saya merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan kebersihan ruangan dan ruang tunggu yang nyaman. Saat saya bertanya saya menangkap jawabannya dengan jelas, jadi saya merasa nyaman dan puas menabung disini.⁵⁷

Dari pemaparan yang disampaikan oleh salah seorang nasabah yang bernama Ibu Sriwa sealma menjadi nasabah BNI Syariah KC Panorama Bengkulu beliau merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank. Mereka melayani dengan penuh kesabaran dan

⁵⁶ Annisa Fadhila, *Customer Service*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

⁵⁷ Sri, *Nasabah*, Wawancara pada Tanggal 30 Oktober 2020

ketlatenan, jika ada nasabah yang bertanya didengarkan dengan baik-baik dan dijawab pula dengan baik-baik. Jadi itu sudah mencerminkan pelayanan yang baik yang dilakukan oleh BNI Syariah KC Panorama Bengkulu terhadap para nasabah. Selain itu ada hal lain yang mendukung yaitu adanya kenyamanan dalam bertransaksi yang didukung oleh fasilitas yang nyaman dan lengkap dimiliki BNI Syariah KC Panorama Bengkulu.

Sedangkan Ibu Putri selaku nasabah di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu, mengatakan :

“Pelayanan yang di berikan oleh BNI Syariah KC Panorama Bengkulu selama ini saya merasakan puas, karena setiap saya bertanyaan dijawab dengan jelas dan dengan senyuman, sikap sopan dan ramah, jadi saya merasa nyaman menabung di bank tersebut”⁵⁸

Dari pemaparan disampaikan oleh Ibu Putri bahwa pelayanan yang di berikan oleh BNI syariah sudah merasa cukup puas di lihat ketika beliau bertransaksi dan bertanya selalu di jawab dengan jelas dan dengan senyuman, sikap sopan, dan ramah. Itu semua sudah mencerminkan sikap melayani nasabah yang baik yang dimiliki oleh BNI Syariah KC Panorama Bengkulu.

Apakah Bapak/Ibu sudah diberikan pelayanan yang maksimal di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu? Menurut hasil wawancara yang

⁵⁸ Putri, *Nasabah*, Wawancara pada Tanggal 30 Oktober 2020

telah disampaikan kepada nasabah BNI Syariah KC Panorama Bengkulu Ibu Aini, mengatakan :

Menurut saya sudah BNI Syariah KC Panorama Bengkulu sudah memberikan pelayanan yang maksimal untuk nasabahnya terutama kepada saya karena mereka memahami apa saja yang saya keluhkan diwaktu saya bertanya tentang apa yang tidak saya mengerti mereka juga selalu bersikap sopan, ramah dan juga telaten dalam melayani nasabah.⁵⁹

Sedangkan yang disampaikan kepada nasabah BNI Syariah KC panorama Bengkulu Lia Kartika, mengatakan:

“Iya sudah, sarana dan prasarana di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu sudah cukup memadai. Tetapi di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu belum memakai antrian elektronik. Mereka masih memakai antrian manual.”⁶⁰

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa BNI Syariah KC Panorama Bengkulu sudah memberikan pelayanan yang maksimal kepada para nasabah. Mereka juga selalu berusaha memahami dan memberikan solusi tentang semua keluhan nasabah disampaikan disaat nasabah mempertanyakan apa yang nasabah tidak mengerti serta dengan sikap sopan, ramah dan telaten tersebut dapat menarik nasabah agar nasabah tetap nyaman menggunakan jasa BNI Syariah Panorama Bengkulu akan tetapi nomor antrian yang di pakai BNI Syariah KC Panorama Bengkulu masih memakai antrian manual.

⁵⁹ Aini, *Nasabah*, Wawancara pada Tanggal 30 Oktober 2020

⁶⁰ Lia Kartika, *Nasabah*, Wawancara pada Tanggal 27 Oktober 2020

Bagaimana penyampaian informasi yang dilakukan di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu? Menurut hasil wawancara yang disampaikan kepada nasabah BNI Syariah KC Panoram Bengkulu Mey, mengatakan :

Penyampaian informasi yang selama ini sering menjadi masalah pada bank-bank lainnya menurut saya penyampaian informasi yang dilakukan BNI Syariah KC Panorama Bengkulu dilakukan dengan cepat dan tepat sangat mudah di pahami oleh saya dan hal itu membuat saya percaya pada BNI Syariah Panorama Bengkulu.⁶¹

Dari pemaparan yang dijelaskan oleh Ibu Rika bahwa terkadang penyampaian informasi juga mengalami kendala, mungkin kerana masyarakat ataupun nasabah awam dalam dunia perbankan itu menjadi salah stu tugas penting yang harus dilakukan yaitu menjelaskan dengan pelan, sabar, telaten dan teliti kepada para nasabah agar dapat dilakukan secara cepat dan tepat dan semua kegiatan menjadi mudah dan lancar. BNI Syariah KC Panorama ini dalam penyampaian nya informasi sudah sangat mudah dipahami.

Apakah Bapak/Ibu sudah dilayanin sampai tuntas disaat Bapak/Ibu mengalami kesulitan informasi ? Hasil wawancara disampaikan kepada nasabah BNI Syariah KC Panorama Bengkulu Eka, mengatakan:

“ iya, saya pernah mengalami kesulitan melakukan transaksi di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu tetapi saya dibantu dengan sabar

⁶¹ Mey, *Nasabah*, Wawancara pada Tanggal 25 Oktober 2020

dari awal sampai akhir untuk melakukan transaksi di bank tersebut.”⁶²

Dari pemaparan diatas bahwasanya ketika beliau pernah mengalami kesulitan beliau di bantu menyelesaikan masalah serta keluhan dengan sabar dari awal sampai akhir. Salah satu ciri-ciri pelayanan seorang yaitu adanya keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Apakah Bapak/Ibu sudah loyal menjadi nasabah di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu? Hasil wawancara disampaikan kepada nasabah BNI Syariah KC Panorama Bengkulu Lia Kartika, mengatakan:

Iya, saya sudah termasuk nasabah yang loyal di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu ini karena menurut saya, saya selalu melakukan transaksi menabung disini dan saya juga menyimpan uang saya di bank tersebut, saya merasa. Karyawannya sopan-sopan, menjalin silaturahmi dengan baik kepada nasabah, ya hal kecil semacam itu dapat mempengaruhi ke loyalan saya sebagai nasabah di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu.⁶³

Dari pemaparan yang disampaikan oleh nasabah diatas yang bernama Lia Kartika bahwa beliau menggunakan jasa BNI Syariah ini termasuk loyal, itu karena beliau selalu menabung di BNI Syariah. Dengan memberikan pelayanan yang maksimal maka nasabah akan senantiasa dan akan tetap loyal menggunakan produk serta jasa BNI Syariah sebagai sarana bertransaksi dan tidak berpindah ke bank lain.

⁶² Eka, *Nasabah*, Wawancara pada Tanggal 25 Oktober 2020

⁶³ Lia Kartika, *Nasabah*, Wawancara pada Tanggal 27 Oktober 2020

Bagaimana loyalitas nasabah pada BNI Syariah KC Panorama Bengkulu? Sebagaimana telah disampaikan kepada nasabah BNI Syariah KC Panorama Bengkulu Rika Yuliana, mengatakan:

“ Saya selalu menyimpang sebagian uang tabungan saya di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu menurut saya itu termasuk ke loyalitas nasabah karena saya merasa puas, jadi saya selalu menabung di bank tersebut”.⁶⁴

Dari pemaparan di atas yang disampaikan Rika Yuliana bahwa beliau selalu menyimpan sebagian uang tabungannya selalu di BNI Syariah, jadi bisa disimpulkan bahwa BNI Syariah mampu memikat nasabahnya untuk selalu menabung uangnya di BNI Syariah.

Apakah Bapak/Ibu puas dengan pelayanan dan tetap loyal menjadi nasabah di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu? Sebagaimana telah disampaikan kepada nasabah BNI Syariah KC Panorama Bengkulu Eka, mengatakan:

“Iya, saya puas sekali dan tetap ingin menabung disini. Aman dan pelayanannya baik, kalau bisa begini terus bisa rame disini. Teman-teman saya juga nanti disuruh menabung disini karena tidak menggunakan bunga, tetapi pakai bagi hasil.”⁶⁵

Dari pemaparan yang disampaikan oleh Eka selaku nasabah BNI Syariah KC Panorama Bengkulu beliau merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut dan didukung oleh kualitas

⁶⁴ Rika Yuliana, *Nasabah*, Wawancara pada Tanggal 27 Oktober 2020

⁶⁵ Eka, *Nasabah*, Wawancara pada Tanggal 27 Oktober 2020

pelayanan lain yaitu seperti tempat yang nyaman, sarana dan prasarana yang memadai, keamanan dan pelayanan yang baik, beliau juga berharap kualitas pelayanan yang baik diterapkan BNI Syariah KC Panorama Bengkulu bisa terus diterapkan sehingga banyak nasabah yang berduyung-duyung untuk bertransaksi dengan BNI Syariah KC Panorama Bengkulu. Selain itu sistem yang baik seperti penggunaan sistem bagi hasil juga mendorong dan dapat menarik minat nasabah untuk bertransaksi.

Sedangkan yang disampaikan kepada nasabah BNI Syariah KC Panorama Bengkulu ibu Putri, mengatakan:

“Iya, saya puas jadi saya ingin setia bertransaksi di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu, alasannya ya karena pelayanan cepat dan memuaskan saya dan bikin saya nyaman berda di bank tersebut.”⁶⁶

Dari pemaparan yang di sampaikan Ibu Putri bahwa beliau puas akan pelayanan yang dilakukan oleh BNI Syariah KC Panorama Bengkulu dengan kepuasan yang beliau dapatkan beliau ingin tetap menjadi nasabah bank tersebut. Kepuasan yang di dapatkan oleh Ibu Putri didorong oleh kualitas pelayanan yang dilakukan oleh karyawan BNI Syariah.

⁶⁶ Putri, *Nasabah*, Wawancara pada Tanggal 30 Oktober 2020

B. Pembahasan

Strategi Pelayanan BNI Syariah KC Panorama Bengkulu Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah

Strategi perusahaan sudah tercantum dalam Standar Operasional Prosedur perusahaan. Industri perbankan harus memiliki strategi yang efektif untuk bisa terus bertahan. Saat ini industri perbankan berlomba-lomba untuk mempertahankan nasabah maupun mendapatkan nasabah baru. Bisnis di dunia perbankan merupakan faktor yang sangat berperan dalam keberhasilan usaha di industri perbankan.

Strategi pelayanan BNI Syariah KC Panorama Bengkulu dalam mempertahankan loyalitas nasabah, yaitu:

1. Bukti Nyata (*Tangibles*)

Strategi ini berkaitan dengan penyediaan aspek fisik yang mendukung pelayanan BNI Syariah KC Panorama Bengkulu seperti kemampuan bank dalam menyediakan fasilitas fisik, peralatan dan penampilan pegawai sudah sesuai⁶⁷

Bukti nyata pelayanan BNI Syariah KC Panorama Bengkulu ditunjukkan dari :

- a. Kebersihan ruangan (*banking hall*)
- b. Kelengkapan peralatan di *banking hall* (alat tulis, brosur, slip tempat sampah, tempat duduk, dll)
- c. Terdapat tempat area parkir

⁶⁷ Fandy Tjiptono, *Manajemen...*h.46

- d. Kebersihan meja
- e. Seragam yang rapi dan bersih
- f. Penampilan (dandanan) rapi dan menarik
- g. Memiliki ATM (*Automatic Teller Mochine*) supaya mempermudah nasabah dalam menarik uang
- h. *Phone banking* atau *call center*
- i. Penataan eksterior dan interior kantor yang baik
- j. Ruang tunggu nasabah yang ber-AC dan wangi untuk kenyamanan nasabah saat menunggu antrian atau saat sedang bertransaksi

2. Keandalan (*Reliability*)

Salah satu strategi dalam memperthankan kualitas pelayanan bagi nasabah adalah dengan menggerakkan *frontliner* untuk lebih proaktif dalam melayani nasabah.⁶⁸ *Frontliner* di BNI Syariah terdiri dari *Security*, *Teller*, dan *Customer Service* yang memiliki kesamaan kemampuan dalam memberikan layanan atau solusi kepada nasabah.

Dalam melayani nasabah frontliner BNI Syariah KC Panorama Bengkulu menerapkan aspek tertentu, yaitu :

- a. 3S (Senyum, Salam, Sapa) kepada nasabah
- b. Sopan dan ramah dalam melayani nasabah.
- c. Cepat dan tanggap dalam penanganan keluhan nasabah

⁶⁸ Fandy Tjiptono, *Manajemen...*h.46

Bentuk keandalan pelayanan BNI Syariah KC Panorama Bengkulu, yaitu :

- a. *Frontliner* tanggap terhadap kebutuhan nasabah
- b. *Frontliner* tepat dan cepat dalam menangani pertanyaan dan complain nasabah
- c. *Frontliner* dapat memberikan pemahaman yang mudah dimengerti oleh nasabah⁶⁹

3. Kesigapan (*Responsiveness*)

Strategi ini merupakan keinginan pegawai untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.⁷⁰ Dalam menangani keluhan nasabah, petugas karyawan BNI Syariah KC Panorama Bengkulu khususnya bagian customer service yaitu mendengarkan apa yang tidak dipahami dan apa yang menjadi faktor ketidakpuasan nasabah, kemudian *customer service* berusaha menjawab keluhan nasabah atau apabila ada permasalahan yang tidak dapat ditangani oleh *customer service* sendiri maka *customer service* memintak bantuan dan informasi kepada atasannya seperti *supervisor* atau *manager*.

Bentuk kesigapan pelayanan BNI Syariah KC Panorama Bengkulu, yaitu:

- a. Kesiadaan dengan rasa sungguh-sungguh untuk membantu nasabah
- b. Mendahulukan kepentingan nasabah diatas kepentingan apapun

⁶⁹ Annisa Fadhila, *Customer Service*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

⁷⁰ Fandy Tjiptono, *Manajemen...*.h.46

- c. Kecepatan dan ketepatan proses pelayanan kepada nasabah
- d. Kemampuan memberikan solusi terbaik kepada nasabah.⁷¹

4. Empati (*Empathy*)

Empati yaitu tingkat pemahaman serta perhatian secara individual yang diberikan kepada karyawan bank kepada nasabahnya. Petugas *frontliner* selalu berusaha untuk melakukan komunikasi yang terbuka dan transparan atau tidak ada yang ditutupi kecuali jika bersifat rahasia.⁷² BNI Syariah KC Panorama Bengkulu mampu untuk memahami karakter dan perasaan nasabah yang memiliki masalah yang dikeluhkan nasabahnya.

Penguasaan emosi dalam melayani nasabah adalah hal yang wajib ditaati setiap pegawai BNI Syariah KC Panorama Bengkulu. Sebab penting sekali dalam melayani nasabah untuk mengontrol dan menguasai emosi. Kekesalan, kekecewaan dan amarah adalah sifat yang harus di kontrol oleh semua pegawai. Kecerdasan emosional lah yang sangat dibutuhkan dalam pelayanan.

Bentuk empati pelayanan BNI Sayriah KC Panorama Bengkulu yaitu :

- a. Memberikan sapaan ramah kepada nasabah di akhir transaksi seperti hati-hati di jalan.
- b. Memberikan perhatian kepada nasabah yang komplain
- c.

⁷¹ Annisa Fadhila, *Customer Service*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

⁷² Fandy Tjiptono, *Manajemen...*h.46

5. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan mencakup kemampuan, pengetahuan, kesopanan, dan memiliki sifat dapat di percaya yang dimiliki oleh para pegawai BNI Syariah KC Panorama Bengkulu agar bebas dari resiko atau keraguan dari nasabah⁷³. Bentuk jaminan yang dimaksud yaitu:

- a. BNI Syariah KC Panorama Bengkulu memiliki citra yang baik dan mampu merahasiakan data nasabahnya dari pihak luar.
- b. Pegawai BNI Syariah KC Panorama Bengkulu professional di bidangnya masing-masing
- c. BNI Syariah KC Panorama Bengkulu mempunyai kemampuan yang baik untuk memberikan jawaban atau penjelasan yang tepat atas pertanyaan nasabah.⁷⁴

Bentuk jaminan pelayanan BNI Syariah Panorama Bengkulu, yaitu :

- a. Memberikan informasi yang baik tentang produk
- b. Santun ketika berbicara kepada nasabah
- c. Sopan ketika bersikap kepada nasabah
- d. Ramah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.⁷⁵

⁷³ Fandy Tjiptono, *Manajemen...*h.47

⁷⁴ Ernita Sari, *Teller*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

⁷⁵ Annisa Fadhila, *Customer Service*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

Selain strategi pelayanan di atas, adapun strategi pelayanan dalam memperthankan loyalitas nasabah di BNI Syariah KC Panorama Bengkulu, yaitu :

1. Melakukan Jaminan Pelindung Nasabah.

BNI Syariah memberikan perlindungan atas uang yang disimpan melalui LPS. Sebagiman yang dijelaskan dalam Undang-Undang NO. 24 Tahun 2014 tentang Lembaga Pinjaman Simpanan (LPS) yang berbunyi : Fungsi LPS adalah menjamin pinjaman nasabah penyimpan⁷⁶. Turut aktif dalam memelihara stabilitas sistem perbankan sesuai kewenangannya. Dengan memberikan jaminan pelindung simpanan akan meningkatkan kepercayaan kepada nasabah.

2. Meningkatkan Kualitas Pelayanan.

Menurut Tjiptono yang mengatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah sehingga bersedia untuk melakukan transaksi secara berulang.⁷⁷

Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk setia kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan terutama pada perusahaan jasa sangat penting dalam

⁷⁶ Undang-Undang No. 2 Tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan, Pasal 4.

⁷⁷ Fandy Tjiptono, *Manajemen...*h. 19

mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Kualitas layanan dapat menentukan performa perusahaan.

Kualitas pelanggan memegang peranan yang sangat penting guna menjamin kelangsungan hidup suatu usaha terutama perusahaan bergerak di bidang jasa. Tujuan perusahaan jasa disamping untuk mendapatkan laba juga memberikan kepuasan kepada pelanggan mereka, baik itu dari segi kualitas maupun pelayanan yang mereka sediakan untuk pelanggan tersebut.

Adapun kualitas pelayanan yang dilakukan BNI Syariah adalah:

- a. Memberikan *service* yang memuaskan.

Salah satu cara agar penjualan jasa atau produknya lebih unggul adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat konsumen⁷⁸. Tingkat kepentingan konsumen terhadap jasa yang akan mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Konsumen memilih pemberian jasa berdasarkan peringkat kepentingan, dan setelah menikmati jasa tersebut mereka cenderung akan membandingkannya dengan mereka harapkan.

Pelayanan (*service*) adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilihan

⁷⁸ Wedyos Marendi, *Manager*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

suatu produksi dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan produk fisik.⁷⁹

Pelayanan adalah daya tarik yang besar bagi para pelanggan, sehingga korporat bisnis seringkali menggunakan alat promosi untuk menarik minat pelanggan.

Suatu pelayanan yang baik sangatlah penting dalam suatu perbankan karena disitu juga sebagai bentuk promosi bagi calon-calon nasabah. Service yang memuaskan suatu pelayanan untuk memenuhi kepuasan nasabah agar mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan mudah bahkan mendapatkan lebih dari apa yang diinginkan maka dari service yang baik akan sangat diharapkan oleh nasabah.

Apabila suatu perusahaan pelayanan yang tidak baik atau kurang memuaskan maka nasabah akan enggan untuk bersosialisasi dengan suatu perusahaan tersebut. Pelayanan yang sangat baik dan begitu ramah sangat dinomor satukan oleh nasabah. Nasabah akan malas apabila dalam suatu perusahaan tidak melayani dengan baik.

b. Meningkatkan Kepercayaan Nasabah.

Kepercayaan nasabah dapat dibangun dari sikap karyawan yang mengedepankan kejujuran dan tidak mengambil

⁷⁹ Barata Atep Adya, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Cetak Kedua), (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007), h. 152

keuntungan jangka pendek sehingga hubungan yang telah terjalin dengan nasabah dapat dipertahankan.

3. Melakukan Hubungan Personal

Hubungan personal yang dilakukan adalah dengan menjalin hubungan kekeluargaan. Hubungan yang lebih mengutamakan pertemuan langsung dengan nasabah agar komunikasi tetap baik. Hubungan antar manusia adalah interaksi antara seseorang dengan orang lain dalam situasi kerja dan dalam organisasi kekarayaan. Ditinjau dari kepemimpinannya, yang bertanggung jawab dalam suatu kelompok merupakan interaksi orang-orang menuju situasi kerja yang memotivasi untuk kerja sama secara produktif, sehingga dicapai kepuasan ekonomi, psikologi, dan sosial.⁸⁰

4. Melakukan Hubungan Yang Saling Menguntungkan

Loyalitas nasabah tentunya tidak hanya menguntungkan satu pihak saja melainkan kedua belah pihakpun diuntungkan, pihak nasabah diuntungkan karena kenyamanan, kemudahan, dan segala faktor yang menunjang dari produk atau jasa tersebut. Begitu pula pihak perusahaan atau produsen dengan kesetiaan pelanggan tersebut akan menambah income yang didapat oleh sebuah perusahaan demi keberlangsungan hidup sebuah perusahaan.

⁸⁰ Keith Davis, *Perilaku Dalam Organisasi, Alih Bahasa Agus Darma*, (Jakarta: Erlangga, 2000), H. 31

Pola kemitraan secara umum dapat diartikan sebagai bentuk kerja sama yang saling menguntungkan antara dua pihak atau lebih untuk mencapai tujuan bersama.

Kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk menarik manfaat bersama sesuai prinsip saling membutuhkan dan saling mengisi sesuai kesepakatan yang muncul.

5. Strategi Pelayanan Jemput Bola

Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk menentukan perencanaan, menentukan harga, promosi dan lain-lain. Pada dasarnya strategi pemasaran yang diterapkan oleh BNI Syariah yaitu lebih mengutamakan hubungan yang erat antara pihak bank dengan calon nasabah⁸¹. Dalam strategi ini, memberikan penawaran-penawaran istimewa yang dibutuhkan oleh nasabahnya. Untuk strategi jemput bola ini memang dikhususkan bagi nasabah tertentu atau yang biasa disebut dengan nasabah prioritas.

Layanan jemput bola yang dilakukan BNI Syariah KC Panorama Bengkulu ini sudah sesuai dengan syarat islam, karena konsep pemasaran syariah dan layanan jemput bola secara umum adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengartikan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari inisiator kepada *stakeholders* yang

⁸¹ Wedyos Marendi, *Manager*, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip islam. Artinya layanan jemput bola tidak ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah yang digunakan oleh BNI Syariah KC Panorama Bengkulu khususnya frontliner yaitu:

1. Bukti Nyata (*Tangibles*) meliputi fasilitas, fisik, peralatan dan penampilan pegawai.
2. Keandalan (*Reliability*) meliputi tanggap terhadap kebutuhan nasabah, tepat dan cepat dalam menangani pertanyaan nasabah, dapat memberikan pemahaman yang mudah dimengerti oleh nasabah
3. Kesigapan (*Responsiveness*) meliputi kesediaan dengan rasa sungguh-sungguh untuk membantu nasabah, mendahulukan kepentingan nasabah diatas kepentingan apapun, kecepatan dan ketepatan proses pelayanan kepada nasabah, kemampuan memberikan solusi terbaik kepada nasabah
4. Empati (*Empathy*) meliputi Memberikan sapaan ramah kepada nasabah di akhir transaksi seperti hati-hati di jalan., memberikan perhatian kepada nasabah yang komplain
5. Jaminan (*Assurance*) meliputi memberikan informasi yang baik tentang produk, santun ketika berbicara kepada nasabah, sopan ketika

bersikap kepada nasabah, ramah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

BNI Syariah KC Panorama Bengkulu juga menggunakan strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah adalah melakukan jaminan pelindung nasabah, meningkatkan kualitas pelayanan, melakukan hubungan personal, Melakukan hubungan yang saling menguntungkan, Strategi pelayanan jemput bola.

B. Saran-saran

1. Bagi BNI Syariah KC Panorama Bengkulu

BNI Syariah KC Panorama Bengkulu disarankan untuk mempertahankan nasabah yang loyal sebaiknya tetap menjaga hubungan baik dengan nasabah, selalu ramah dengan nasabah, selalu menjaga rahasia nasabah, serta memahami karakter dari nasabah dan semoga dalam perjalannya BNI Syariah KC Panorama Bengkulu bisa berkerja segaligus beribadah mengabdikan diri membantu sesama sesuai dengan legalitas bank syariah yang berprinsip tolong-menolong dengan penerapkan sistem bagi hasil yang menguntungkan kedua belah pihak.

2. Bagi Nasabah

Bagi nasabah yang loyal tidak usah ragu untuk memberikan kritikan dan saran kepada pihak bank, supaya pihak bank mengetahui apa yang menjadi kendala yang dialami oleh nasabahnya tersebut.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti peran lain untuk dapat menjaga loyalitas nasabah. Untuk kelemahan dan keterbatasan penelitian ini yaitu hanya pada nasabah penabung saja. Jadi untuk penelitian selanjutnya bisa mengadakan penelitian yang lebih luas lagi seperti nasabah pembiayaan tidak hanya nasabah penabung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adya, Barata Atep. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Cetak Kedua). Jakarta: Elex Media Komputindo. 2007
- Ariyani, Ferlina. “*Membangun Loyalitas Nasabah Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan Dan Keunggulan Produk*”. <http://core.ac.uk> (diakses pada tanggal 5 November 2019)
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta. 2009
- Arumningsih, Winda. “*Implementasi Strategi Kaizen Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT. BNI Syariah KC. Bengkulu*”. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2019
- Chan, Syarifuddin. *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran Yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum. 2013
- Davis, Keith. *Perilaku Dalam Organisasi, Alih Bahasa Agus Darma*. Jakarta: Erlangga. 2000
- Ellawati, Yulia. “*Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT. BPJS Syafir Bengkulu*”. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. 2017
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan Edisi Revisi dan Terbaru*. Jakarta: Erlangga. 2005

- Hastuti, Tuti, dan Muhammad Nasri. “*Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Dan Loyalitas Nasabah: Aplikasi Servqual Model Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Kota Malang*”. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, Vol.3 No.3 (Desember, 2014)
- Hurryati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. (Bandung: Alfabeta, 2005). h.129
- Lam, Regan, dan Suzan Burton. “*SME Banking Loyalty (And Disloyalty: A Qualitative Studi In Hong Kong*”. *Jurnal Internasional Of Bank Marketing*, Vol. 25 no. 1 (2006)
- Kasmir. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2017
- Khaerani, Sri. “*Strategi Bank Syariah Mandiri Cabang Mataram dalam Menjaga Loyalitas Nasabah*”. <https://etheses.uinmataram.ac.id> (akses pada tanggal 15 November 2019)
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Prenhalindo. 2002
- Melanda, Yora. “*Pengaruh Kedekatan Emosional Dan Atmosphere Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Link (Studi Di Kecamatan Bermani Ilir Kabupaten Kepahiang*”. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. 2019
- Moleong, Lexi J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2009

- Novizar, Ilham. *“Praktik Strategi Maintenance Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Di BRI Syariah cabang Bengkulu”*. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2019
- Prasetijo, Ristiyanti dan Jhon J.O.I Ihlauw. *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta. 2005
- Pamungkas, Dwi Ratna. *“Strategi Pelayanan PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional syariah, TBK dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di MMS Kertosono, Nganjuk, Jawa Timur.”* Jurnal Ilmu Manajemen, Vol 5, No 3 (September 2016)
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta. 2017
- Purnamasari, Wina. *“Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu.”* Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2018
- Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013
- Rachmawati, NA, Lindawati Gani, dan Hilda Rossieta, *“Loyalitas Nasabah Dan Kinerja Perbankan Di Indonesia.”* Jurnal Keuangan Dan Perbankan, Vol. 21 No. 1 (Januari, 2017)
- Ratminto, Atik Septi Winarsih. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2005.

- Rusian dan Rosadi. *Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. 2016
- Sangaji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi offset. 2013
- Sari, IN. “*Strategi Meningkatkan Funding pada PT.Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Lubuk Linggau.*” Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2018
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2011
- Sunyoto, Dadang. *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service). 2014
- Susanto, Burhanudin. *Hukum Perbankan Syariah*. Yogyakarta: UII Pres. 2008
- Syahfutri, EA. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Cabang Kota Bengkulu.*” Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2018
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. 2004
- Undang-Undang No. 2 Tahun 2004 tentang *Lembaga Penjamin Simpanan*. Pasal 4.
- Utomo. *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telpon Seluler*. Yogyakarta: Tesis. 2011

www.bnisyariah.ac.id, diakses 06 Oktober 2020, pukul 15.30

Yustanto, M. Isnail, dan M. Karbet Widjatakusuma. *Menggagas Bisnis Islam*.
Jakarta: Gema Ismail Press. 2002.

L

A

M

P

I

R

A

N



**KEMENTERIAN 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

I. IDENTITAS MAHASISWA

NAMA : Indah Febrin Yuniarmi
N I M : 1611190097
PRODI : Perbankan Syariah
SEMESTER : 7 (tujuh)

JUDUL YANG DIAJUKAN :

1. Analisis Strategi pelayanan bank BNI Syariah dalam meningkatkan loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank BNI Syariah Cabang Pagar Dewa)
2.
3.

II. PROSES KONSULTASI

- a. Konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan Fakultas
Catatan : No. 2 - 9 OK

Pengelola Perpustakaan
Dedy Asasari, MBA

- b. Konsultasi dengan Pembimbing Akademik
Catatan :

Pembimbing Akademik
Drg. Nurul Hani, MA

- c. Tim Kelayakan Proposal
Catatan : Dinyatakan layak

Ketua Tim
Aninda Oktaria

- d. Konsultasi dengan Kaprodi
Catatan : Perbaikan dengan penulisan kembali, perbedaan & persamaan

Kaprodi
Yusuf A.

III. JUDUL YANG DIUSULKAN

Setelah konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan, Pembimbing Akademik dan Kaprodi, dan Tim Kelayakan Proposal, judul yang diusulkan adalah :
Analisis Strategi pelayanan bank BNI Syariah dalam meningkatkan loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank BNI Syariah Cabang Pagar Dewa)

Bengkulu,

Mengetahui

Kajur.....

[Signature]
Pesti Utami, MA

Mahasiswa

[Signature]
Indah Febrin Yuniarmi

SURAT PERNYATAAN

Nama : Indah Fepbri Yuniarmi
NIM : 1611140097
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan
Loyalitas Nasabah (Studi BNI Syariah KC Panorama Bengkulu)

Telah dilakukan verifikasi plagiat melalui <https://smallseotools.com/plagiarism-checker/> skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiat. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka dilakukan tinjauan kembali.

Bengkulu, 19 Januari 2021 M

06 Jumadil Akhir 1442 H

Mengetahui Tim Verifikasi



Dr. Nurul Hak, M. A
NIP. 196606161995031002

Yang Membuat Pernyataan



Indah Fepbri Yuniarmi
NIM. 1611140097



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0738) 51278-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

Nomor : 0283/In.11/F.IV/PP.00.9/02/2020 14 Februari 2020
Sifat : Biasa
Perihal : Jadwal Seminar Proposal

Yth.
Bapak Dr. Nurul Hak, M.A
di
Bengkulu

Assalamu'alaikumWr.Wb

Sehubungan akan dilaksanakan Seminar Proposal bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu tahun 2020, dengan ini kami sampaikan bahwa:

Nama Mahasiswa : Indah Febri Yuniarm
NIM : 1611140097
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Analisis Strategi Pelayanan Bank BNI Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Bank BNI Syariah Cabang Pagar Dewa)

Untuk dilaksanakan Seminar Proposal pada:

Hari/Tanggal : Selasa/18 Februari 2020
Waktu : 08.00 s.d. 09.00 WIB
Tempat : Ruang Ujian P3

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Wassalam
An Dekan
Wakil I

KEMENTERIAN AGAMA
Dr. Nurul Hak, M.A.
NIP: 19660616199503
REPUBLIK INDONESIA



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 : Selasa, 18 Februari 2020
Nama Mahasiswa : Indah Febrina Yurrami
NIM : 1611140097
Jurusan/Prodi : Perguruan Syariah

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
Analisis Strategi Pelayanan Bank BNI Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Bank BNI Syariah cabang pagar dewa)		

Mengetahui,
BRI Dekan
Wakil Dekan I,

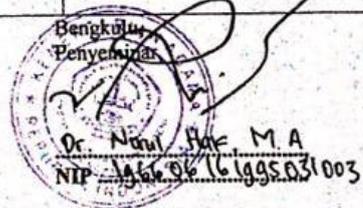
Dr. Nurul Hak, M.A.
NIP. 196606161995031003

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

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Indah Pepri Yunnarmi
 NIM : 1611190097
 Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

No	Permasalahan	Saran Penyeminar	
-	Judul	Problema	R.
-	Pembahasan	Yakut	R.
-	Latar Belakang	Problema	R.
-	Motivasi	-	R.
-	Referensi	Talib	R.



HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi berjudul "Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan Loyaliats Nasabah".

Proposal skripsi ini disusun oleh:

Nama : Indah Fepbri Yuniarmi

NIM : 1611140097

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah diseminarkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 18 februari 2020

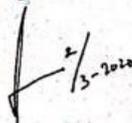
Dan telah diperbaiki sesuai saran-saran tim penyeminar. Oleh karenanya sudah dapat diusulkan kepada jurusan untuk ditunjuk Tim Pembimbing Skripsi.

Bengkulu, 28 februari 2020 M

O4 Rajab 1441 H

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Yosy Arisandy, M.M.

NIP. 198508012014032001

Penyeminar



Dr. Nurul Hak, M.A.

NIP. 196606161995031003



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

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 0418/In.11/ F.IV/PP.00.9/03/2020

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Dr. Nurul Hak, M. A.
 NIP. : 196606161995031002
 Tugas : Pembimbing I
2. N A M A : Kustin Hartini, M. M.
 NIDN. : 2002038102
 Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

- N A M A : Indah Fepbri Yuniarmi
 NIM : 1611140097
 JURUSAN : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah

Demikian surat penunjukkan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu

Pada Tanggal : 11 Maret 2020

Dekan,

Dr. Asnaini, MA
 NIP. 197304121998032003

Tembusan :

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu. Telp. 0736 – 51171 Fax. 0736 –
 51171
 Email: @iainbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN PERUBAHAN JUDUL

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Indah Fepbri Yuniarmi
 NIM : 1611140097
 Prodi : Perbankan Syariah

Menerangkan bahwa setelah dilakukan seminar proposal pada hari Selasa tanggal 18 Februari 2020 atas saran dan perbaikan dari penyeminan maka proposal dengan :

Judul : Analisis Strategi Pelayanan Bank BNI Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Bank BNI Syariah Cabang Pagar Dewa)

Diubah menjadi : Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi BNI Syariah KC Panorama Bengkulu)

Demikian surat keterangan ini, sebagai bukti bahwa judul yang direvisi bisa diteruskan untuk diteliti.

Bengkulu, 13 Januari 2021

Peneliti

Indah Fepbri Yuniarmi

NIM : 1611140097

Mengetahui

Pengola perpustakaan FEBI

Penyeminar

Ayu Yuningsih, M.E.K

Dr. Nurul Hak, M. A
 NIP. 196606161995031002

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi berjudul "Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi BNI Syariah KC Panorama Bengkulu)"

Proposal skripsi ini disusun oleh:

Nama : Indah Fepbri Yuniarni
NIM : 1611140097
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Bengkulu, 08 Oktober 2020 M
20 Safar 1442 H

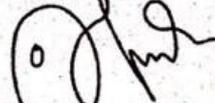
Tim Pembimbing

Pembimbing I



Dr. Nurul Hak, M.A
NIP. 196606161995031002

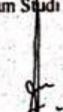
Pembimbing II



Kustin Hartini, M.M
NIDN. 2002038102

Mengetahui,

Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Yosy Arisandy, M.M
NIP. 198508012014032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
 BENGKULU

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

Nomor : 1264/In.11/F.IV/PP.00.9/10/2020 Bengkulu, 14 Oktober 2020
 Lampiran :-
 Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
 Kepala KESBANGPOL Kota Bengkulu
 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 : Indah Fepbri Yuniarmi
 NIM : 161 114 0097
 Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi data penulisan skripsi yang berjudul : "Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu)"

Tempat penelitian: BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu

Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

Mengetahui
 An. Dakan,
 Wakil Dekan I



Dr. Nural Hak, M. A.
 NIP. 196606161995031002





PEMERINTAH KOTA BENGKULU
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 Jalan Melur No. 01 Nusa Indah Telp. (0736) 21801
BENGKULU

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 070/1366/B.Kesbangpol/2020

- Dasar** : Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian
- Memperhatikan** : Surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Nomor : 1264/In.11/F.IV/PP.00.9/10/2020 Tanggal 14 Oktober 2020 perihal izin penelitian

DENGAN INI MENYATAKAN BAHWA

Nama/ NIM : Indah Febri Yuniarmi/ 1611140097
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Judul Penelitian : Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi BNI Syariah KC KC Panorama Kota Bengkulu)
 Daerah Penelitian : BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu
 Waktu Penelitian : 20 s.d 31 Oktober 2020
 Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

- Dengan Ketentuan** :
1. Tidak dibenarkan mengadakan kegiatan yang tidak sesuai dengan penelitian yang dimaksud.
 2. Melakukan kegiatan Penelitian dengan mengindahkan Protokol Kesehatan Penanganan Covid-19
 3. Harus mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku serta mengindahkan adat istiadat setempat.
 4. Apabila masa berlaku Rekomendasi Penelitian ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan belum selesai maka yang bersangkutan harus mengajukan surat perpanjangan Rekomendasi Penelitian.
 5. Surat Rekomendasi Penelitian ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat ini tidak mentaati ketentuan seperti tersebut diatas.

Demikianlah Rekomendasi Penelitian ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Bengkulu
 Pada tanggal : 20 Oktober 2020

a.n. WALIKOTA BENGKULU
 Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
 Kota Bengkulu


Drs. RIDUAN, S.I.P, M.SI
 Pembina Utama Muda
 NIP. 19651107 199403 1 001



Bengkulu, 07 Desember 2020

Nomor : BNISy/872/00/49/12/2020
Hal : Surat keterangan Telah Melakukan Penelitian
Lampiran : 1 Lembar

Kepada Yth
Dekan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu
Kota Bengkulu

Assalamu'alaikum warohmatullah Wabarakatuh

Menunjuk pokok surat diatas, dengan ini kami sampaikan bahwa:

Nama : Indah Febri Yuniarmi
NIM : 1611140097
Program studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Penelitian : Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi BNI Syariah KC Panorama Bengkulu)
Tempat Penelitian : BNI Syariah KC Panorama Bengkulu
Waktu Penelitian : 20 Oktober 2020 s/d 31 Oktober 2020

Telah menyelesaikan penelitian di PT. BNI Syariah KC Panorama Bengkulu terhitung sejak tanggal 20 Oktober 2020 s/d 31 Oktober 2020 guna penulisan skripsi dengan judul : **"Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi BNI Syariah KC Panorama Bengkulu)"**

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualikum Warahmatullah Wabarakatuh

PT. Bank BNI Syariah
KC Panorama Bengkulu



Wedyo
Operasional Manager

PEDOMAN WAWANCARA

“ANALISIS STRATEGI PELAYANAN BNI SYARIAH DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH (Studi BNI Syariah KC Panorama kota Bengkulu)”

Nama : Indah Fepbri Yuniarmi
NIM : 1611140097
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Pertanyaan Kepada Karyawan BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu

1. Apa saja jenis-jenis pelayanan yang ada di BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu?
2. Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada nasabah?
3. Bagaimana cara penyampaian informasi yang anda berikan kepada nasabah?
4. Apakah anda sudah memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah?
5. Apakah anda sudah melayani nasabah sampai tuntas saat nasabah mengalami kesulitan informasi?
6. Bagaimana tingkat loyalitas nasabah di BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu?
7. Bagaimana strategi pelayanan di BNI Syariah KC panorama Kota Bengkulu dalam mempertahankan loyalitas nasabah?
8. Apakah nasabah di BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu ini sudah bisa dikatakan loyal khususnya nasabah penabung?
9. Bagaimana anda mempertahankan nasabah lama agar tetap loyal menjadi nasabah di BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu?
10. Apa saja kendala –kendala dalam menghadapi nasabah yang datang ke BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu?

Pertanyaan Kepada Nasabah BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu

1. Sejak kapan Bapak/Ibu menjadi nasabah di BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu?
2. Dari mana Bapak/Ibu mengetahui BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu sebelumnya?
3. Produk-produk apa saja yang Bapak/Ibu gunakan di BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu?

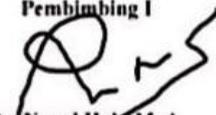
4. Bagaimana pelayanan yang Bapak/Ibu rasakan di BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu?
5. Apakah Bapak/Ibu sudah diberikan pelayanan yang maksimal di BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu?
6. Bagaimana penyampaian informasi yang dilakukan di BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu?
7. Apakah Bapak/Ibu dilayani sampai tuntas di saat Bapak/Ibu mengalami kesulitan informasi?
8. Apakah Bapak/Ibu sudah loyal menjadi nasabah di BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu?
9. Bagaimana loyalitas Bapak/Ibu pada BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu?
10. Apakah Bapak/Ibu puas dengan pelayanan dan tetap loyal menjadi nasabah di BNI Syariah KC Panorama Kota Bengkulu?

Bengkulu, 27 Agustus 2020
Peneliti,

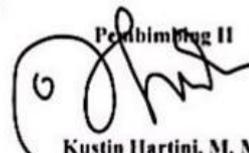
Indah Febri Yuniarmi
NIM. 1611140091

Menyetujui,

Pembimbing I


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

Pembimbing II


Kustin Hartini, M. M.
NIDN. 2002038102



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
 Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Indah Fepbri Yuniarmi Program Studi : Perbankan Syariah
 Nim : 1611140092 Pembimbing I: Dr. Nurul Hak, M. A
 Judul Skripsi : Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam
 Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi BNI Syariah Ke
 Panorama Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	Kamis, 24 September 2020	Pendoman wawancara	ACC	
2	Senin, 04 Januari 2021	Rumusan Masalah	Perbaiki	
3	Selasa, 05 Januari 2021	Bab I	Perbaiki	
4	Selasa, 19 Januari 2021	Bab II	Perbaiki	
5	Kami, 21 Januari 2021	BAB II	Perbaiki	
6	Jumaat, 22 Januari 2021	Bab I-V	ACC	

Bengkulu, 25 Januari 2021

Mengesahui,
 Kepala Jurusan

Dr. Nurul Hak, M. A
 NIP. 196606161995031002

Pembimbing I

Dr. Nurul Hak, M. A
 NIP. 196606161995031002



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

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

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Indah Fepbri Yuniarmi Program Studi : Perbankan Syariah
NIM : I611140097 Pembimbing II : Kustin Hartini, M. M.
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan
Loyalitas Nasabah

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan I	Paraf Pembimbing
1	Selasa, 14 April 2020	Bab I – Bab III	<ul style="list-style-type: none"> - Baca lagi buku pendoman penelitian, kalau penelitian kualitatif haruslah batas masalah di jabarkan! - Cukup satu saja rumusan masalahnya, karena tidak ada perbedaan maksud dari rumusan pertama dan kedua - Mengikuti rumusan masalah yang akan diteliti - Gunakan penelitian terdahulu yang relevan kalau jenis penelitian terdahulu kualitatif maka semuanya harus kualitatif 	
2	Jumaat, 08 Mei 2020	Bab I – Bab III	<ul style="list-style-type: none"> - Cek lagi untuk penulisan istilah asing. Baca buku pendoman penulisan skripsi - Untuk penelitian terdahulu karena penelitian yang akan dilakukan kualitatif maka semua rujukan menggunakan penelitian yang sama yaitu kualitatif - Cek lagi untuk penyusunan bab 3 untuk metode kualitatif sesuai dengan buku pendoman 	
3	Rabu, 10 Juni 2020	Bab I – Bab III	<ul style="list-style-type: none"> - Tinjau lagi untuk rumusan masalah dan tujuan penelitian - Jelaskan siapa saja yang jadi sumber informan - Susun secara sistematis 	

4	Kamis, 16 Juli 2020	Bab I – Bab III	<p>untuk kajian teori</p> <ul style="list-style-type: none"> Perbaiki lagi penulisannya gunakan buku pendoman penelitian skripsi Penelitian terdahulu perbaiki Kajian teori tambahkan kajian teori tentang strategi dalam pemasaran loyalitas 	
5	Rabu, 26 Agustus 2020	Bab I – Bab III	<ul style="list-style-type: none"> Perbaiki lagi penelitian terdahulu Jelaskan informan dan tambahkan Tambahkan teknik untuk sumber informan Tambahkan sumber teori tentang macam-macam strategi 	
6	Kamis, 17 September 2020	Pendoman wawancara	<ul style="list-style-type: none"> Perbaiki lagi pendoman wawancara 	
7	Kamis, 24 September 2020	Pendoman wawancara	<ul style="list-style-type: none"> Perbaiki lagi untuk pertanyaan pendoman wawancara 	
8	Kamis, 03 Desember 2020	Bab IV - V	<ul style="list-style-type: none"> Hasil penelitian Penjelasannya dalam bentuk paragraf saja, tidak usah pakai penomoran Kesimpulan itu menjawab rumusan masalah 	
9	Senin, 14 Desember 2020	Kesimpulan	<ul style="list-style-type: none"> Perbaiki kesimpulan 	

10	Senin, 21 Desember 2020	ACC	ACC	
----	----------------------------	-----	-----	---

Bengkulu, 17 Desember 2020 M
2 Jumadil Awal 1442 H

Mengasahui
Kejurusan Ekonomi Islam

D. S. M.
NIDN. 2002038102

Pembimbing II

Kusini Hartini, M. M.
NIDN. 2002038102

DOKUMENTASI







