



**PERANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH PENABUNG PADA
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA
KCU PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**SRI AYU HANDAYANI PANE
NIM. 15 401 00012**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2021



**PERANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH PENABUNG PADA
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA
KCU PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**SRI AYU HANDAYANI PANE
NIM. 15 401 00012**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**PERANAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH PENABUNG PADA
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA
KCU PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

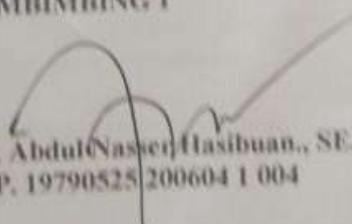
*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

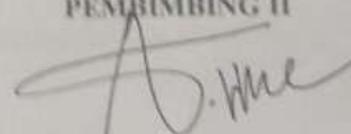
**SRI AYU HANDAYANI PANE
NIM. 15 401 00012**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

PEMBIMBING I


**Dr. AbdulNasir/Hasibuan., SE.,M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004**

PEMBIMBING II


**Ardi Damisa, M.E.I
NIDN. 2020128902**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2021



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Tengki Rizal Nomor Km. 4, Soboang, Padangsidempuan 22713
Tel. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. SRI AYU HANDAYANI PANE
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 2021
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

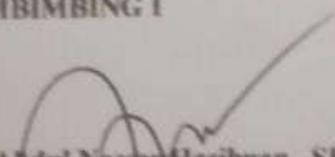
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. SRI AYU HANDAYANI PANE yang berjudul "PERANAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH PENABUNG PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA KCU PADANGSIDIMPUAN". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

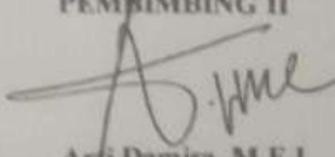
Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I


Dr. Abdul Nasser Hasibuan., SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

PEMBIMBING II


Arti Damisa, M.E.I
NIDN. 2020128902

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : SRI AYU HANDAYANI PANE
NIM : 15 401 00012
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
JudulSkripsi : Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 20 Juni 2021
Saya yang Menyatakan,



SRI AYU HANDAYANI PANE
NIM: 15 401 00012

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : SRI AYU HANDAYANI PANE
NIM : 15 4021 00012
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan**". Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan

Pada tanggal, 02 Juli 2021

Yang Menyatakan



[Handwritten Signature]
SRI AYU HANDAYANI PANE

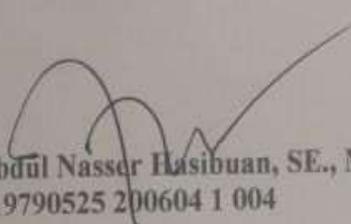


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

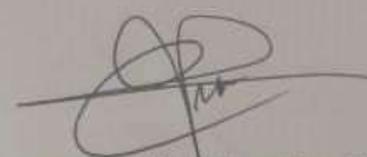
DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : SRI AYU HANDAYANI PANE
NIM : 15 401 00012
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan.

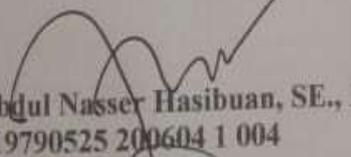
Ketua

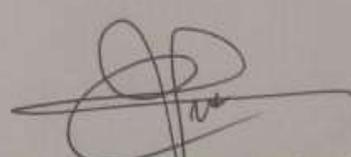

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

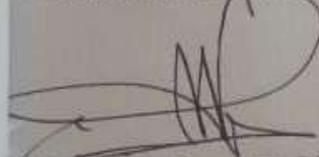
Sekretaris


Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

Anggota


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004


Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001


Muhammad Isa, ST., M.M
Nip. 19800605 201101 1 003


Sry Lestari, MEI
NIP. 19890505 201903 2 008

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 08 Juli 2021
Pukul : 09.00 WIB s/d 11.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/75,5(B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,56
Predikat : Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

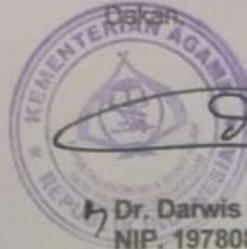
PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PERANAN *COSTUMER SERVICE* DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH
PENABUNG PADA PT. BANK MUAMALAT
INDONESIA KCU PADANGSIDIMPUAN

NAMA : SRI AYU HANDAYANI PANE
NIM : 15 401 00012

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 28 September 2021



Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Sri Ayu Handayani
Nim : 15 401 00012
Judul Skripsi : **Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan**

Peranan dari *customer service* di perbankan sangatlah penting dalam hal pemberian pelayanan jasa kepada setiap nasabah. Pelayanan yang diberikan baik berupa penjelasan produk yang akan ditawarkan atau juga memberikan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh nasabah agar para nasabah menjadi loyal. Nasabah yang memiliki loyalitas tinggi akan cenderung untuk lebih sering menggunakan produk/jasa dari bank tersebut. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan.

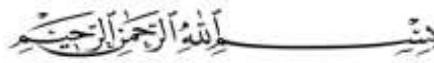
Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengenai tugas dan fungsi *customer service*, peranan *customer service*. Selanjutnya, loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah terhadap produk/jasa secara terus-menerus di suatu bank tanpa berpindah ke bank lain. Dalam hal ini teori yang digunakan adalah karakteristik loyalitas nasabah.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah *customer service* dan beberapa nasabah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan. Sumber data dari penelitian ini ada dua yaitu data sekunder dan data primer. Adapun teknik pengumpul data dalam penelitian ini adalah teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun aktivitas dalam analisis data antara lain reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian yang dilakukan diketahui beberapa peranan dari *customer service* PT. Bank Muamalat KCU Padangsidimpuan dalam meningkatkan loyalitas nasabah antara lain memberikan informasi yang jelas kepada setiap nasabah baru, selalu bersikap sopan, ramah dan juga bersikap tenang dalam melayani para nasabah. Selain itu, menyampaikan informasi kepada nasabah terkait kemudahan yang diberikan pihak Bank kepada para nasabah dalam melakukan transaksi keuangan melalui ATM, SMS *banking*, SalaMuamalat, Muamalat *mobile banking*, *internet banking* dan lain-lain. Peranan yang diberikan oleh *customer service* dapat meningkatkan loyalitas nasabah hal ini sesuai dengan hasil penelitian dimana para nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *customer service* PT. Bank Muamalat KCU Padangsidimpuan. Kepuasan dari para nasabah ditunjukkan dengan sikap setia para nasabah dalam menggunakan berbagai program layanan jasa yang ditawarkan oleh pihak bank.

Kata Kunci: Peranan *Customer Service*, Loyalitas Nasabah Penabung

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si. wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag. Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A. Ketua Prodi Jurusan Perbankan Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si. pembimbing I dan Arti Damisa, S.H.I., M.E.I. pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
6. Bapak Yusri Fahmi M. Hum., Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teristimewa Ayahanda tercinta Pardamean Pane, dan Ibunda Elderia Gea yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukunagn moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

Serta terima kasih juga kepada abanganda Sofyan Nurinsani Pane, S.Pi, Sardi Ardiansyah Pane, S.Sos, Febryan Romadhona Pane, kakak saya tersayang Rizka Yunita Sari Pane, Am.Keb yang telah banyak memberikan dukungan kepada peneliti demi kesuksesan, dan semoga keluarga peneliti selalu dalam lindungan Allah SWT dan berkumpul kelak di surga-Nya.

8. Tidak lupa peneliti mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada seluruh karyawan dan jajaran PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan. Dan juga kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.
9. Untuk sahabat seperjuangan peneliti Nur Halimah Lubis, Rizki Wahyuni Simorangkir, Sopia Ningsih Purba dan seluruh kerabat Mahasiswa Perbankan Syariah 1 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang, dan teman-teman angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
10. Terima kasih juga kepada para nasabah penabung PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan yang telah bermurah hati menjadi narasumber peneliti dan memberikan keterangan yang sangat membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarabbal Alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Juli 2021
Peneliti

SRI AYU HANDAYANI PANE
NIM. 15 401 00012

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ' ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk tamar butah ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Batasan Istilah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Kegunaan Penelitian	8
G. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Teori	10
1. <i>Customer Service</i>	10
a. Pengertian <i>Customer Service</i>	10
b. Syarat-syarat Seorang <i>Customer Service</i>	11
c. Tugas dan Fungsi <i>Customer Service</i>	12
d. Wewenang <i>Customer Service</i>	15
e. Peranan <i>Customer Service</i>	16
2. Loyalitas	20
a. Pengertian Loyalitas	20
b. Karakteristik Loyalitas Nasabah.....	21
c. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah.....	22
3. Nasabah	24
a. Pengertian Nasabah	24
b. Sifat-Sifat Nasabah.....	26
c. Sebab-Sebab Nasabah Meninggalkan Bank.....	27
d. Kepuasan nasabah	29
B. Penelitian Terdahulu	30

BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	34
B. Jenis Penelitian.....	34
C. Unit Analisis/Subjek Penelitian	35
D. Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
1. Observasi.....	37
2. Wawancara.....	39
3. Dokumentasi	40
F. Teknik Penjaminan Keabsahan.....	41
G. Teknik Pengolahan dan Analisis data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	45
A. Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia.....	45
1. Sejarah Singkat Bank Muamalat Indonesia	45
2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia.....	47
3. Produk-produk Bank Muamalat Indonesia	47
4. Struktur Organisasi.....	49
B. Temuan Khusus	51
C. Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1	
Struktur Organisasi BMI KC Padangsidempuan PT. Bank Muamalat Indonesia.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Nasabah merupakan salah satu faktor utama keberhasilan suatu bank agar terus mampu bertahan ditengah pesatnya persaingan bisnis di bidang jasa perbankan. Perkembangan dan pertumbuhan dunia perbankan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuannya dalam menghimpun dana masyarakat, baik skala kecil maupun besar.¹ Oleh karena itu, setiap bank dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas agar tidak kalah bersaing dengan berbagai layanan jasa keuangan digital saat ini. Melalui berbagai layanan menarik dari berbagai bank, maka masyarakat akan lebih selektif dalam memilih lembaga keuangan yang menurut mereka adalah terbaik. Peran karyawan atau seorang pelayan dalam dunia perbankan sangat penting seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis di bidang jasa. Perbankan berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai dan mengutamakan pelayanan yang akan diterima oleh nasabah.

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan merupakan salah satu modal untuk menarik dan mempertahankan para nasabahnya. Maka dari itu karyawan dituntut untuk selalu memberikan pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi

¹ Abdul Nasser Hasibuan., “Strategi Pemasaran Produk Funding Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan” (2018), hlm. 52.

yang menerimanya.² Jadi apabila kualitas dikelola dengan tepat, maka akan terwujud kepuasan dan loyalitas pelanggan pada perusahaan. Begitu juga dengan dunia perbankan, dimana loyalitas nasabah merupakan hal yang penting. Nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menyebarkan berbagai kelebihan yang didapatkannya baik di dalam pelayanan atau juga kelebihan produk yang sedang digunakan sehingga akan menarik nasabah baru.

Kepuasan nasabah dipandang sebagai salah satu faktor guna 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 pelayanan yang bermutu diharapkan dapat memuaskan nasabah. Untuk itu pihak bank terus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan atau nasabah.

Nasabah yang loyal pada umumnya akan memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian produk lain bank. Maksudnya, nasabah akan lebih terbuka untuk mencoba dan membeli berbagai macam produk bank karena telah mempercayai kualitasnya. Kepercayaan nasabah terhadap kualitas produk/jasa bank tidak terlepas dari peran penting *front officer* salah satunya *customer service*.

² Muhammad Isa dkk., "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga", *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 2 No 2, (2019), hlm.167.

Peranan dari *customer service* di perbankan yaitu memberikan pelayanan berupa penjelasan produk yang di jual atau memberikan beberapa informasi yang dibutuhkan oleh konsumen terkait beberapa jenis produk yang dipasarkan serta sama-sama bertanggung jawab untuk membangun dan mempertahankan hubungan-hubungan yang menguntungkan dengan para pelanggan. *Customer service* dalam perbankan merupakan pelayanan nasabah yang mempunyai tugas memberikan informasi mengenai produk atau jasa yang akan dipasarkan oleh suatu bank. Peranan seorang *customer service* dalam bank berhubungan langsung dengan pilihan nasabah, maka diperlukan *customer service* yang handal. Hal demikian karena kesesuaian, kejelasan informasi atau spesifikasi produk atau jasa suatu bank secara terperinci harus mampu dijelaskan oleh *customer service* kepada para nasabah. Maka dari itu *customer service* yang handal sangat diutamakan dalam dunia perbankan.

Customer service merupakan bagian yang langsung berhubungan dengan nasabah atau dengan kata lain *customer service* menjadi jembatan penghubung antara bank dan nasabah. Tugas utama seorang *customer service* yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan nasabah. *Customer service* juga dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.³ Dalam upaya menciptakan dan meningkatkan loyalitas nasabah, bank menerapkan *customer service* yang harus selalu mampu memberikan pelayanan yang maksimal. Kemampuan *customer service* dalam meyakinkan nasabah agar tetap memakai produk/jasa suatu bank juga

³ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 299.

merupakan upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah khususnya bagi nasabah penabung.

Pelopor perbankan syariah di Indonesia adalah Bank Muamalat berdiri tahun 1991, bank ini di prakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan beberapa pemerintah serta dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. Kemunculan bank syariah ini diharapkan memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan bagi para pelanggan penabung muslim sesuai dengan hukum syariah Islam sehingga para konsumen merasa tenang dan percaya melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perbankan syariah.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu *customer service* di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan diperoleh informasi bahwa peranan *customer service* yaitu dapat mempertahankan nasabah lama dan dapat menarik calon nasabah baru. *Customer service* selalu memberikan pelayanan yang terbaik dan menyampaikan berbagai informasi dengan bahasa yang mudah dipahami oleh nasabah sehingga nasabah merasa tidak canggung. Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan termasuk loyal, yaitu dapat dilihat dari jumlah tabungan para nasabahnya semakin banyak dan dalam jumlah yang besar.⁴

Selain melakukan wawancara dengan pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, peneliti juga melakukan wawancara

⁴ Hanifah Fitrisah Matondang, Wawancara dengan Customer Service PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, 1 September 2020.

dengan salah satu nasabah lama di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun tersebut memperkuat keterangan dari *customer service* yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang membuat nasabah memilih PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun karena lebih Islami dari bank lainnya. Selain itu pelayanan yang diberikan *customer service* sangat bagus, sopan, ramah dan penyampaian informasinya sangat mudah dipahami.⁵ Berdasarkan hasil wawancara singkat ini peran yang dilakukan oleh *customer service* memberikan dampak yang sangat baik terhadap daya tarik nasabah.

Salah satu cara bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya. Oleh karena itu, *customer service* di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun dituntut agar mampu memberikan pelayanan penuh kepada setiap nasabah agar setiap nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang dibutuhkan serta mendapatkan informasi terkait produk bank yang dibutuhkan. *customer service* diharapkan memiliki kemampuan dalam mengantisipasi pesaing yang semakin ketat dengan perbankan lainnya. Maka *customer service* harus menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah, baik nasabah lama maupun calon nasabah, untuk menciptakan loyalitas nasabah khususnya nasabah penabung.

Untuk menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah penabung, maka dalam memberikan pelayanan *customer service* harus memiliki sikap ramah tamah agar nasabah merasa nyaman dan aman menitipkan dananya

⁵ Ali Imran Siregar, Wawancara dengan Nasabah Penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun, 1 September 2020.

kepada bank. Dari penjelasan ini jelas terlihat hubungan *customer service* dengan nasabah sangat terikat dimana kepercayaan nasabah untuk menitipkan dananya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan *customer service*.

Dari hasil wawancara singkat di atas, dapat diketahui bahwa penilaian masyarakat terhadap bank dipengaruhi oleh bagaimana masyarakat tersebut memaknai produk dan pelayanan yang diterima. Bagi nasabah, kualitas pelayanan yang diberikan adalah salah satu hal penting yang mendukung kesetiaan nasabah terhadap bank tersebut. Sedangkan, bagi pihak bank memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi adalah sebuah keharusan bagi bank untuk mencapai kepuasan nasabah sehingga nasabah menjadi semakin loyal.

Setelah adanya pemaparan di atas, peneliti merasa tertarik untuk membahas lebih lanjut tentang hal tersebut. Sehingga peneliti membuat penelitian yang berjudul **“Peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan”**.

B. Batasan Masalah

Dari latar belakang di atas peneliti membatasi masalah yang akan diteliti menjadi hal yang lebih runcing untuk dibahas yaitu mengenai peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

C. Batasan Istilah

1. Peranan *customer service* merupakan pelayanan atau perlakuan yang diberikan oleh *customer service* kepada para nasabah. Peranan *customer service* secara umum mempertahankan nasabah lama agar tetap setiap menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah. Berusaha untuk mendapatkan nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misal dengan meyakinkan melalui produk-produk yang ada.⁶
2. Loyalitas nasabah adalah komitmen yang kuat dari nasabah untuk tetap bertahan dan berlangganan secara terus menerus atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang disukai secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menimbulkan perilaku untuk berpindah.”⁷

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil rumusan penelitian adalah bagaimana peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peranan

⁶ Yuniarta H Hutabalian dan Johnny Samuel Kalangi, “Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Di PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) TBK Unit Politeknik,” 3, Volume IV. Nomor 3 (2015): hlm. 3.

⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018), hlm. 202.

customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini dapat dilihat dari dua sudut pandang yakni teoritis dan praktis.

1. Secara teoritis diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan tentang dunia perbankan syariah, serta memberikan kontribusi khususnya dalam mengembangkan konsep lembaga perbankan syariah.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi beberapa pihak yaitu:
 - a. Bagi Peneliti sendiri sebagai wahana pengembangan wawasan keilmuan dan tugas akhir mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang perbankan syariah.
 - b. Bagi Pihak Kampus, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta sebagai referensi tambahan bagi peneliti berikutnya.
 - c. Bagi Perbankan Syariah, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk evaluasi perkembangan sistem perbankan syariah serta sebagai bahan awal kajian dalam menentukan metode kebijakan sistem syariah.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penelitian ini dibuat untuk memudahkan penulis dalam menyusun proposal ini dan agar mudah dipahami oleh pembaca:

BAB I Pendahuluan yang terdiri dari belakang masalah, fokus masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Teori yang mengkaji tentang pengertian *customer service*, tujuan dan fungsi *customer service*, peranan *customer service*, pengertian loyalitas dan karakteristik loyalitas nasabah.

Bab III metodologi penelitian, terdiri dari lokasi penelitian, waktu penelitian, jenis penelitian, sumber data, instrumen pengumpulan data, dan analisa data, teknik pengecekan keabsahan data.

Bab IV terdiri dari hasil penelitian yang terdiri dari temuan umum dan temuan khusus. Temuan umum terkait dengan kondisi gambaran umum dari lokasi penelitian. Sementara temuan khusus terkait dengan bagaimana peran dari *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan.

Bab V Penutup yang terdiri dari saran dan kesimpulan terhadap hasil penelitian yang dilakukan dan saran sesuai hasil penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. *Customer Service*

a. Pengertian *Customer Service*

Pelayanan nasabah dapat diberikan oleh berbagai pihak baik *customer service*, *teller* atau kasir. Namun, istilah *customer service* digunakan secara khusus untuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus melayani nasabah dengan nama *customer service*.⁸ *Customer service* untuk bidang jasa sangat memegang peranan penting dan berujung kepada kenaikan laba atau keuntungan. Sehubungan dengan peranan yang sangat penting dalam menentukan kualitas jasa, bank memerlukan pelayanan yang unggul, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani nasabah secara memuaskan.

Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.⁹

⁸ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 179.

⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 202.

b. Syarat-Syarat Seorang *Customer Service*

Sebagai pelayan publik yang berhadapan langsung dengan beberapa nasabah ada beberapa syarat yang harus dimiliki oleh seorang *customer service*. Adapun persyaratan menjadi seorang *customer service* adalah sebagai berikut:

1. Persyaratan fisik, yaitu:
 - a) Kesehatan yang prima.
 - b) Penampilan bersih dan rapi.
 - c) Suara merdu.
 - d) Gerak-gerak badan yang wajar.
2. Persyaratan mental, yaitu:
 - a) Mempunyai rasa tanggung jawab yang besar.
 - b) Percaya diri.
 - c) Aktif dalam melayani nasabah.
3. Persyaratan kepribadian, yaitu:
 - a) Lemah lembut.
 - b) Ramah.
 - c) Mampu mengendalikan diri.
 - d) Tenaga dan tabah.
4. Persyaratan sosial, yaitu:
 - a) Pandai bergaul.

- b) Murah tersenyum.
- c) Mudah bekerja sama.
- d) Lancar berbicara.”¹⁰

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa seorang *customer service* memiliki beberapa syarat diantaranya haruslah berpenampilan energik dan gesit, ramah, sopan dan santun. Kemudian seorang *customer service* harus memiliki rasa humor, jiwa bisnis yang tinggi dan selalu ingin maju, tidak terpancing untuk berbuat /berkata kasar.

c. Tugas dan Fungsi Customer Service

Sebagai seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Kemudian *customer service* harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.¹¹ Selanjutnya Yuniarti menyatakan *Customer service* bertugas mengkomunikasikan pemasaran bank kepada nasabah atau calon nasabah disaat proses pra transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi. Oleh karena itu, *customer service* dituntut harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik didukung dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan

¹⁰ Kasmir, *Etika Customer Service*, hlm. 194.

¹¹ Kasmir, hlm. 202.

pekerjaannya sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi kepuasan nasabah.¹²

Dalam praktiknya fungsi *customer service* adalah sebagai resepsionis, sebagai *deskman*, sebagai *salesman*, sebagai *customer relationofficer*, sebagai komunikator.¹³ Dan tugas seorang *customer service* yang sesuai dengan fungsinya tersebut adalah sebagai berikut:¹⁴

1) Sebagai Resepsionis

Sebagai Resepsionis *customer service* bertugas menerima tamu atau nasabah yang datang ke bank dengan ramah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan.

2) Sebagai *Deskman*

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

3) Sebagai *Salesman*

Sebagai *Salesman* tugas *customer service* bank adalah berusaha sekuat tenaga menjual produk perbankan. Tugas lainnya adalah melakukan

¹² Yuniarta H Hutabalian dan Johnny Samuel Kalangi, "Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Di PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) TBK Unit Politeknik," 3, Volume IV. Nomor 3 (2015): hlm. 3.

¹³ Hutabalian dan Kalangi, hlm. 10.

¹⁴ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 300-302.

cross selling terhadap penjualan yang dilakukan. Sebagai penjual, *customer service* mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru.

4) Sebagai *Customer Relation Officer*

Hubungan dengan nasabah harus selalu dijaga melalui berbagai cara. Nasabah terkadang sering terpengaruh oleh hal yang dilakukan pesaing. Jika kita mengalami gangguan dengan nasabah, bukan tidak mungkin nasabah kita akan beralih ke bank pesaing kita. Dalam hal ini, tugas seorang *customer service* harus menjaga image bank dengan cara membina hubungan baik dengan seluruh nasabah sehingga nasabah merasa senang, puas, dan makin percaya kepada bank.

5) Sebagai Komunikator

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

Dalam pelayanan di bank *customer service* mempunyai tanggung jawab dalam menjalankan tugasnya, sebagai berikut :

- 1) Bertanggung jawab kepada pemimpin.
- 2) Secara efektif memberikan perbaikan kualitas operasi dan layanan bank yang telah ada dan yang akan diterapkan.
- 3) Melakukan koordinasi dan bekerja sama dengan bagian lainnya dalam memproses dan meningkatkan kualitas layanan bank.

- 4) Sebagai penghubung antara nasabah dengan bagian-bagian yang terkait dan batasan diatas wewenangnya.
- 5) Menjamin tetap terjadinya hubungan yang baik dan memuaskan bagi para nasabah, dimana dalam hal ini menghimpun para nasabah.
- 6) Memberikan informasi mengenai semua jenis produk dan jasa bank termasuk manfaat dan keuntungannya bagi nasabah.¹⁵

d. Wewenang *Customer Service*

Selain memiliki tugas dan fungsi dalam menjalankan tugasnya seorang *customer service* pun memiliki wewenang. Melalui wewenang ini *customer service* mewujudkan tugas secara lebih khusus terhadap pekerjaan yang diembannya, yaitu menyelesaikan pekerjaan sampai tuntas dengan baik. Adapun wewenang petugas *customer service* adalah sebagai berikut:

1. Menyaksikan nasabah mengisi dan menandatangani formulir, aplikasi, perjanjian-perjanjian (contoh: *standing instruction*, surat kuasa, auto debet, dll).
2. Melakukan penolakan permintaan pembukaan rekening apabila tidak memenuhi persyaratan atau prosedur yang telah diterapkan oleh bank.
3. Melakukan verifikasi tanda tangan *customer*.

¹⁵ Bintoro Bintoro, *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hlm. 31.

4. Melakukan penolakan permintaan buku bilyet giro dan cek apabila tidak memenuhi persyaratan.¹⁶

e. Peranan *Customer Service*

Customer service memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak bank dalam menghadapi nasabah. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *customer service* yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. *Customer service* berperan dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah yang ingin bertransaksi dengan bank. Secara umum, peranan *customer service* bank adalah sebagai berikut:¹⁷

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

¹⁶ Ikatan Bankir Indonesia dengan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan Ikatan Bankir Indonesia dengan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 62-69.

¹⁷ Kasmir, *Etika Customer Service*, hlm. 181.

Menurut Didin Hafiduddin dan Hermawan Kertajaya nilai-nilai islami yang harus diterapkan oleh seorang customer service dalam memberikan pelayanan yang maksimal adalah:¹⁸

1) Profesional (*fathanah*)

Profesional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan. Sifat profesionalisme ini digambarkan di dalam AlQur'an surat Al-Israa ayat 84:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Artinya: Katakanlah (Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing.” Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.¹⁹

Pada ayat diatas, dikemukakan bahwa setiap orang berbuat sesuai dengan kemampuan dan berada pada jalan yang sesuai dengan profesinya maka akan menghasilkan sesuatu yang baik bagi orang lain.

2) Jujur

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi. Dalam dunia kerja dan usaha, kejujuran ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan untuk kemudian diperbaiki secara terus menerus serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu.

¹⁸ Didin Hafiduddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), hlm. 63.

¹⁹ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Toha Putra, 2005), hlm. 290.

3) Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Allah berfirman dalam surat An-nissa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.²⁰

Ayat diatas dengan tegas memerintahkan kepada setiap manusia untuk menyampaikan amanat kepada orang yang berhak menerimanya. Menurut Ibnu Katsir, Surat An-Nisa Ayat 58 mengandung perintah untuk menegakkan keadilan di dalam ketetapan hukum di antara manusia. Seperti halnya diriwayatkan oleh Muhammad bin Ka'ab, Zaid bin Aslam, dan Sahru bin Jaushib, bahwa ayat ini berkaitan dengan *umara'* (pemegang pemerintahan) untuk memperlakukan hukum dengan adil. Sehingga ada dua pelajaran yang diperintahkan Allah dalam ayat ini, yaitu untuk menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya dan berbuat adil kepada sesama manusia. Oleh karena itu janganlah sekali-kali manusia

²⁰ Departemen Agama, hlm. 87.

menghianatinya karena Allah Maha mendengar atas segala perkataan dan melihat atas segala perbuatan²¹

Dalam melaksanakan tugasnya seorang *customer service* haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan diembannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan terhadap nasabah. Dasar-dasar pelayanan perlu dikuasai oleh seorang *customer service* sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah sangat beragam. Ada beberapa dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami, sebagai berikut:²²

- 1) Berpakaian dan berpenampilan rapih dan bersih. Artinya petugas *customer service* harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. *Customer service* juga harus berpakaian necis tidak kumal dan baju lengan panjang jangan digulung.
- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum dalam melayani nasabah petugas *customer service* tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Petugas *customer service* juga harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama.
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal.
- 4) Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.

²¹ Ibnu Katsir, *Tafsir al-Qur'an al-'Adhim*, Jilid1, hlm. 570.

²² Kasmir, *Kewirausahaan*, hlm. 302.

- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar. Artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan Bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula.
- 6) Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu atau kurang semangat.
- 7) Jangan menyela dan memotong pembicaraan. Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan.
- 8) Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan. Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan aguman-agumen yang masuk akal.
- 9) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan. Artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh *customer service*, maka harus meminta bantuan petugas yang mampu.

2. Loyalitas

a. Pengertian Loyalitas

Loyalitas berasal dari kata dasar “loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah

perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka.²³ Usaha untuk memperoleh nasabah yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari nasabah potensial sampai memperoleh rekan kerja sama.

Loyalitas nasabah atau pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akandatang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.²⁴

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

b. Karakteristik Loyalitas Nasabah

Nasabah yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Adapun pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut: ²⁵

1) Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*).

²³ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: ALFABETA, 2019), hlm. 128.

²⁴ Hurriyati, hlm. 129.

²⁵ Hurriyati, hlm. 130.

- 2) Membeli diluar lini produk atau jasa (*purchases across product and service lines*).
- 3) Mereferensikan produk perusahaan kepada orang lain (*refers other*).
- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the fullof the competition*).

Nasabah yang loyal merupakan aset yang tidak ternilai bagi perusahaan. Bagaimana menilai nasabah itu loyal atau tidak, Tjiptono mengemukakan beberapa karakteristik nasabah yang loyal, diantaranya adalah:

- 1) Melakukan pembelian yang konsisten. Nasabah membeli kembali produk yang sama yang ditawarkan oleh perusahaan.
- 2) Merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. Nasabah melakukan komunikasi dari mulut ke mulut berkenaan dengan produk tersebut kepada orang lain.
- 3) Nasabah tidak akan beralih ke produk pesaing. Nasabah tidak tertarik terhadap produk sejenis dari perusahaan lain.²⁶

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa beberapa karakteristik dari seorang konsumen atau nasabah dapat dilihat dari para nasabah yang melakukan pembelian ulang secara teratur, membeli antarlini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain tentang produk yang telah digunakan. Dengan demikian pelanggan yang loyal merupakan aset

²⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), hlm. 108.

bagi suatu perusahaan, hal ini dapat dilihat berdasarkan karakteristik yang dimiliki para pelanggan atau nasabah. Oleh karena itu, loyalitas nasabah merupakan suatu yang bisa diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang bagi suatu bank. Semakin tinggi loyalitas nasabah maka akan semakin tinggi prospek pertumbuhan usaha yang dijalankan oleh pihak bank.

c. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Pada dasarnya loyalitas nasabah terbentuk karena adanya beberapa faktor yang mempengaruhinya untuk tetap bertahan sebagai pemakai produk. Zainuddin menyatakan bahwa Loyalitas pelanggan terhadap suatu produk dapat tumbuh disebabkan oleh beberapa faktor, seperti citra baik yang dimiliki, kualitas pelayanan yang diberikan dan kepuasan terhadap pelanggan.²⁷ Faktor- faktor tersebut memegang peran penting dalam meningkatkan posisi persaingan produk tersebut.

Selanjutnya Indah menyatakan bahwa: loyalitas didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku. Salah

²⁷ Zainuddin Tahuman, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing” Vol. 4, Nomor 3 (t.t.): hlm. 7.

satu faktor yang mempengaruhi loyalitas dari nasabah adalah kualitas pelayanan, dan loyalitas memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Kualitas pelayanan merupakan elemen penting untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menyebabkan meningkatnya keinginan nasabah untuk berlaku loyal begitu pula sebaliknya, kualitas pelayanan yang buruk menyebabkan keinginan nasabah untuk berlaku loyal semakin berkurang.²⁸

Berdasarkan uraian diatas ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas dari nasabah seperti:²⁹

1) Kualitas Jasa

Definisi kualitas jasa adalah kemampuan sebuah perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen dengan memberikan layanan kepada konsumen pada saat berlangsung dan sesudah transaksi berlangsung. Kualitas jasa atau pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

2) Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah kesan, perasaan, dan gambaran, seseorang terhadap suatu perusahaan, kesan yang sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang, atau organisasi.

²⁸ Indah S Mandong dkk., "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BNI (PERSERO) Tbk Kantor Cabang Manado" Vol 5, Nomor 3 (2017): hlm. 2.

²⁹ Mandong dkk., hlm. 3.

3) Persepsi Harga

Suatu proses dalam menyeleksi membandingkan antara biaya dan manfaat yang diperoleh terhadap produk atau jasa tertentu.

3. Nasabah

a. Pengertian Nasabah

Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, nasabah adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Nasabah adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk. Nasabah adalah seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan.³⁰

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain. Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank. Maka dari itu nasabah penabung termasuk juga nasabah bank yang harus dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Nasabah penabung disini merupakan nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank

³⁰ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 143.

dengan nasabah yang bersangkutan.³¹ Semakin lengkap jasa bank yang diberikan maka semakin baik, hal ini disebabkan jika nasabah hendak melakukan sesuatu transaksi perbankan cukup berhenti di satu bank saja. Demikian pula sebaliknya, jika jasa bank yang diberikan kurang lengkap, maka nasabah terpaksa untuk mencari bank yang lain yang menyediakan jasa yang mereka butuhkan.³²

Dalam praktiknya, nasabah dibagi dalam tiga kelompok:³³

- 1) Nasabah baru. Nasabah jenis ini baru pertama kali datang ke perusahaan, yang kedatangannya hanya sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah mau melakukan transaksi.
- 2) Nasabah biasa. Artinya nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan kita, namun tidak rutin. Jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi.
- 3) Nasabah utama (primer). Artinya nasabah yang sudah sering berhubungan dengan kita pelanggan atau nasabah primer selalu menjadikan kita nomor satu dalam berhubungan.

b. Sifat-sifat Nasabah

Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar prima sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka seorang *customer service* harus mengenal betul perilaku nasabah secara

³¹ “Undang-Undang No. 10 Tahun 2010 Tentang Perbankan,” t.t.

³² Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018), hlm. 113.

³³ Kasmir, *Etika Customer Service*, hlm. 67-68.

umum. Disamping itu juga seorang *customer service* harus memperlakukan nasabah secara benar. Berikut ini adalah perilaku atau sifat-sifat seorang nasabah:

1) Nasabah adalah raja

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

2) Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

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

3) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung

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

4) Nasabah mau diperhatikan

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

5) Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

Pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Oleh karena itu, jika membiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapatan. Nasabah merupakan sumber pendapatan yang harus dijaga.³⁴

c. Sebab-sebab Nasabah Meninggalkan Bank

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

1) Pelayanan yang tidak memuaskan

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

2) Produk yang tidak baik dan tidak lengkap

³⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, hlm. 230.

Produk yang ditawarkan tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dibandingkan dengan produk yang ditawarkan pesaing.

3) Ingkar janji dan tidak tepat waktu

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

4) Biaya yang relatif mahal

Biaya yang dibebankan kepada nasabah relatif mahal jika dibandingkan dari bank pesaing. Hal ini juga menyebabkan nasabah lari dari bank yang bersangkutan.³⁵

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

- 1) Petugas *customer service* yang menarik dari segi penampilan dan gaya bicara yang tidak membosankan.
- 2) Cepat tanggap keinginan nasabah dan cepat mengerjakan atau melayani nasabah. Di samping itu, pelayanan yang diberikan harus benar dan tepat waktu.
- 3) Ruang tunggu yang nyaman seperti ruangan yang lebar, sejuk, penerangan yang cukup, dekorasi yang indah, suasana tenang,

³⁵ Kasmir, hlm. 236.

kebersihan selalu terjaga, nasabah selalu merasa aman, tempat duduk yang nyaman, serta tersedia bahan bacaan.

- 4) Brosur yang tersedia lengkap dan mampu menjelaskan segala sesuatu sehingga sesuai dengan keinginan nasabah.³⁶

d. Kepuasan Nasabah

Salah satu tujuan utama suatu bank adalah menciptakan kepuasan nasabahnya agar tetap bertahan. Kepuasan nasabah juga merupakan suatu hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan nasabah dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa dari suatu bank. Dengan demikian kepuasan nasabah merupakan tolak ukur berhasilnya suatu bank dalam mempertahankan nasabah. Jaka Atmaja menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan.³⁷

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah merupakan respon dari pelanggan atau konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang digunakan. Kepuasan dari seorang nasabah dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan rasa lega yang dimiliki oleh nasabah setelah mengkonsumsi atau memakai suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank.

³⁶ Kasmir, *Etika Customer Service*, hlm. 68.

³⁷ Jaka Atmaja, "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas pada Bank BJB" Volume 2, no. 1 (2018): hlm. 9.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/Tahun	Judul /Universitas	Hasil Penelitian
1	Amilatus Sa'ada Tahun 2016, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Jember	Peranan Customer service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember	Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa peranan customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung sangatlah penting, hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan yaitu mayoritas sebagian besar kepuasan mereka dan membuat mereka loyal terhadap Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember. Loyalitas nasabah dapat diketahui dengan keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember, itu semua bisa di tunjukkan dari adanya kepuasan mereka atas layanan yang diberikan selama ini. Dengan adanya pelayanan yang membuat mereka nyaman bertransaksi dan tetap menggunakan jasa dari bank tersebut tanpa beralih ke bank lain. Dengan begitu kualitas pelayanan yang sudah baik dari <i>customer service</i> ini ditingkatkan lagi menjadi taraf yang lebih baik lagi agar nasabah tetap loyal. ³⁸
2	Hikma Nofianti / 2016, Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo	Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Di PT. Bank Tabungan Negara	Hasil penelitian yang dilakukan di Bank BTN KCS Semarang ini mengenai peranan customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung. Hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan bahwa nasabah

³⁸ Amilatus Sa'ada, "Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember". *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Jember. Tahun 2016. hlm. 9.

		(Persero) TBK Kantor Cabang Syariah Semarang.	merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan selama ini. Jadi bisa disimpulkan bahwa Bank BTN KCS Semarang mampu memikat para nasabahnya untuk menyimpan uangnya tersebut dan dengan pelayanan yang maksimal serta fasilitas yang memadai nasabahnya pun akan tetap merasa nyaman dan loyal terhadap Bank BTN KCS Semarang. ³⁹
3	Vivi Noviyanti Subagja / 2016, Skripsi Universitas Brawijaya Malang	Peran Customer Service Bank Jawa Barat Cabang Sumber Kabupaten Cirebon Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Malang	Hasil penelitian menunjukkan peran customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah sangat penting untuk mendapatkan kepuasan nasabah sehingga memperoleh tanggapan yang positif dan citra perusahaan dimata nasabahnya semakin baik. Sehingga bank BJB cabang sumber kabupaten cirebon dapat terus mempertahankan eksistensinya didalam persaingan dunia perbankan. Hambatan yang dihadapi <i>customer service</i> bank BJB secara garis besar yaitu gangguan sistem dari pusat seperti offlinenya jaringan internet, sehingga menghambat masuknya data- data nasabah yang masuk. Bahasa yang dipergunakan nasabah yang lanjut usia yang tidak bisa menggunakan bahasa indonesia dengan baik. ⁴⁰
4	Yuniarta H. Hutabalian / 2015, Jurnal Universitas Terbuka	Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Di Pt. Bank Rakyat	Hasil penelitian ini adalah Customer Service berperan penting dalam meningkatkan mutu pelayanan bank BRI. Saran yang diberikan untuk menjaga mutu pelayanan sebaiknya customer service

³⁹ Hikma Nofianti, "Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor Cabang Syariah Semarang". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Walisongo. Tahun 2016. hlm. 1.

⁴⁰ Vivi Noviyanti Subagja. "Peran Customer Service Bank Jawa Barat Cabang Sumber Kabupaten Cirebon Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Malang". Skripsi Universitas Brawijaya Malang. Tahun 2016. hlm. 1

		Indonesia (PERSERO) TBK Unit Politeknik	menggunakan 5 dimensi pelayanan dan 8 suplemen pelayanan. ⁴¹
5	Achmad Basofi. / 2017, Jurnal FISIP Untag Surabaya	Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Mata Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sepanjang Sidoarjo.	Hasil penelitian membuktikan berbagai peranan customer service dalam meningkatkan citra perusahaan yaitu melayani dengan sepenuh hati, kesabaran, cepat tanggap, ramah, sopan, dan bersahabat serta selalu memberikan informasi terbaru kepada semua nasabah. Semua ini membuktikan bahwa peranan customer service dalam meningkatkan citra Bank Mandiri KCP Sepanjang sangatlah penting. Rekomendasi dalam penelitian ini adalah agar pihak perusahaan terus mengembangkan kompetensi customer service agar semakin baik lagi, dan untuk penelitian selanjutnya agar bisa mencakup hal yang lebih luas lagi.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, terdapat kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif dan sama-sama meneliti tentang peran *customer service* bank. Selain itu, perbedaan dari penelitian terdahulu tersebut adalah lokasi penelitian yang ditetapkan dimana peneliti akan mengkaji peran *customer service* PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

⁴¹ Yuniarta H. Hutabalian. Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) TBK Unit Politeknik. Jurnal Universitas Terbuka. Volume IV. Nomor 3.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan. Dan waktu penelitian ini dilakukan dari bulan Oktober sampai dengan Juli 2021.

B. Jenis Penelitian

Pada dasarnya ada beberapa jenis penelitian yang dapat digunakan dalam melaksanakan penelitian. Ada beberapa jenis metode penelitian yang dapat digunakan. jika dilihat dari jenis data penelitian dibedakan menjadi tiga yaitu penelitian kuantitatif, penelitian kualitatif, dan penelitian campuran.⁴²

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hasil dari sesuatu yang menjawab terhadap sesuatu hal yang bertanya tentang apa yang sesungguhnya terjadi.⁴³ Laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut.

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan maka metode penelitian yang digunakan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah mengamati orang dalam lingkungan kehidupan, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami

⁴² Sedarmayanti Sedarmayanti dan Hidayat Syarifuddin, *Metodologi Penelitian* (Bandung: CV. Mandar Maju, 2011), hlm. 32.

⁴³ Bungin Burhan, *Data Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 6.

bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia mereka. Selanjutnya Sugiyono mendefinisikan metode penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati.⁴⁴

Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya. Untuk itu penulis bermaksud menjabarkan tentang peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

C. Subjek Penelitian

Subjek Penelitian merupakan informan, yang artinya orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi tempat penelitian. Menurut Arikunto subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Berbicara tentang penelitian berarti berbicara tentang unit analisis. Unit analisis yaitu subjek yang menjadi pusat perhatian atau sasaran.⁴⁵ Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenal kesimpulan hasil penelitian.

Berdasarkan pengertian tersebut peneliti mendeskripsikan subjek penelitiannya adalah orang diamati sebagai sasaran penelitian. Adapun subjek

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2011), hlm. 15.

⁴⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), hlm 145.

penelitian dalam penelitian ini adalah *customer service* dan beberapa nasabah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

D. Sumber Data

Data merupakan fakta empirik yang dikumpulkan oleh peneliti untuk kepentingan memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan penelitian. Data penelitian dapat berasal dari berbagai sumber yang dikumpulkan dengan menggunakan berbagai teknik selama kegiatan penelitian berlangsung. Sumber data dari penelitian ini ada dua yaitu data sekunder dan data primer.

Data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama (biasanya dapat melalui angket, wawancara, dan lain-lain).⁴⁶ Dalam penelitian ini data primer di dapatkan dengan melakukan wawancara dengan pihak *customer service* dan nasabah penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada serta data yang sudah tersedia di tempat tertentu, seperti; perpustakaan, kantor-kantor, lembaga, laporan-laporan, penelitian terdahulu dan lainnya.⁴⁷ Pada data sekunder ini peneliti memakai buku-buku yang berisi

⁴⁶ Sedarmayanti dan Syarifuddin, *Metodologi Penelitian*, hlm. 73.

⁴⁷ Iqbal Hasan, *Analisis Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), hlm. 17.

tentang perbankan syariah, serta materi yang terkait dengan tema atau judul tersebut.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Burhan data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang dapat diperoleh di lokasi penelitian.⁴⁸ Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.⁴⁹

Pada bagian ini, peneliti menentukan metode apa yang akan digunakan dalam merekam dan mengumpulkan seluruh data penelitian. Penentuan metode pengumpulan data harus relevan dengan masalah penelitian dan karakteristik sumber data serta bagaimana alasan-alasan nasional mengapa metode pengumpulan data itu digunakan.⁵⁰ Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu. Observasi digunakan untuk mendekatkan peneliti ke orang-orang yang ditelitinya untuk memperoleh informasi dan data-data yang dibutuhkan di lingkungan penelitian. Oleh karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk

⁴⁸ Bungin Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), hlm. 190.

⁴⁹ Burhan, hlm. 28.

⁵⁰ Burhan, hlm. 94.

menggunakan pengamatanya melalui hasil kerja panca indra mata serta di bantu dengan panca indra lainnya.⁵¹ Dengan demikian teknik atau metode observasi ini di lakukan untuk mengetahui lebih dekat tentang objek yang di teliti. Kemudian Observasi dapat menjelaskan mengenai suatu peristiwa dan dapat diuji kualitasnya, serta menimbulkan spekulasi tentang peristiwa tersebut dalam aturan nyata. Observasi merupakan alat bantu yang digunakan untuk pengumpulan data-data melalui pengamatan dan pendekatan yang sistematis terhadap beberapa hal tentang objek penelitian.

Observasi mempunyai peranan yang penting pada pengumpulan data dalam penelitian deskriptif. Tindakan observasi tentu memiliki tujuan secara umum dan khusus. Secara umum observasi bertujuan mengamati suatu objek dan fenomena. Hal ini dikarenakan jenis-jenis informasi tertentu dapat diperoleh dengan baik melalui pengamatan langsung oleh peneliti, akan tetapi dalam observasi tidak boleh kita lakukan secara acak-acakan atau tanpa rencana. Sebaliknya dalam mencatat data observasi harus juga didasari pertimbangan-pertimbangan tertentu yang kemudian mengadakan suatu penilaian. Dalam hal ini observasi dilakukan untuk menggambarkan suatu objek dan segala yang berhubungan dengan objek penelitian melalui pengamatan dengan menggunakan panca indera.

Melalui teknik observasi ini peneliti mendapatkan gambaran umum PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan serta mengenai bagaimana

⁵¹ Burhan, hlm. 135.

peranan *customer service* itu dalam meningkatkan loyalitas nasabah khususnya nasabah penabung agar tetap nyaman dan aman menggunakan jasa PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan tersebut.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara.⁵² Metode wawancara ini merupakan metode pengumpulan data yang sangat sering dipergunakan dalam penelitian. Metode wawancara ini merupakan metode pengumpulan data yang sangat sering dipergunakan dalam penelitian.

Pelaksanaan wawancara dapat dilakukan secara langsung dengan berhadapan dengan yang diwawancarai. Peneliti menggunakan jenis wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur adalah proses wawancara yang menggunakan panduan wawancara yang berasal dari pengembangan topik dan mengajukan pertanyaan dan penggunaan lebih fleksibel daripada wawancara. Wawancara dilakukan dengan bertanya langsung kepada informan untuk menggali dan mendapatkan informasi yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan. Adapun wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara, sehingga peneliti dapat mengembangkan pertanyaan-pertanyaan penelitian sesuai dengan kebutuhan informasi yang

⁵² Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, hlm. 198.

diinginkan. Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, karena dalam pelaksanaannya lebih bebas tatkala dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dengan cara pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.⁵³

Metode wawancara sangat sederhana dan lebih mudah mempersiapkan dan melaksanakannya. Proses wawancara diawali dengan membuat kesepakatan terlebih dahulu dengan informan penelitian mengenai waktu untuk dapat melakukan wawancara. Wawancara dilakukan dengan bertanya langsung kepada informan untuk menggali dan mendapatkan informasi yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan. Wawancara yang peneliti terapkan adalah jenis pembicaraan dengan pertanyaan yang diajukan itu sudah disiapkan sebelumnya oleh pewawancara dan terwawancara menjawab dengan spontan tanpa dibuat-buat. Pembicaraan dimulai dari hal umum menuju hal yang khusus. Sehingga terwawancara seolah-olah tidak menyadari bahwa ia sedang di wawancarai. Dan metode wawancara ini adalah metode pengumpulan data yang berinteraksi langsung dengan responden yaitu petugas *customer service*, dan nasabah penabung PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

3. Dokumentasi

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, hlm. 233.

Dokumen adalah rekaman peristiwa yang lebih dekat dengan percakapan, persoalan pribadi dan memerlukan interpretasi yang berhubungan sangat dekat dengan rekaman peristiwa tersebut dan mengumpulkan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia. Data yang digali dari wawancara dan pengamatan diperlukan sebagai suatu dokumen. Dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metode penelitian sosial. Menurut Bungin metode dokumenter adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial untuk menelusuri data historis.⁵⁴

Pada intinya metode dokumentasi ialah metode yang dipergunakan untuk menelusuri data historis. Dengan adanya metode seperti ini, peneliti mencari dan mendapatkan data-data primer yaitu data secara tertulis seperti laporan naskah-naskah kearsipan dan data berupa gambar yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

F. Teknik Penjaminan Keabsahan

Untuk mengetahui serta menjamin keabsahan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik menuju keabsahan penjamin keabsahan data yaitu sebagai berikut:

1. Perpanjangan Keikutsertaan

⁵⁴ Bungin Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya* (Jakarta: Prenada Media, 2015), hlm. 121.

Perpanjangan keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan peneliti pada latar penelitian. Perpanjangan keikutsertaan peneliti akan memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan. Selain itu, perpanjangan keikutsertaan peneliti juga dimaksudkan juga untuk membangun kepercayaan para subjek terhadap peneliti dan juga kepercayaan peneliti sendiri atas terjadinya kemungkinan adanya pengaruh ganda seperti faktor-faktor kontekstual dan pengaruh bersama antara peneliti dan subjek yang akhirnya mempengaruhi fenomena yang diteliti.⁵⁵

2. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamat itu diartikan dalam melakukan penelitian, peneliti lebih teliti, rinci, dan cermat, dan dilakukan secara kontinu (berkesinambungan). Dengan kata lain jika perpanjangan keikutsertaan menyediakan lingkup, maka ketekunan pengamatan menyediakan kedalaman. Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan temuan yang diteliti. Ketekunan pengamat ini dilakukan untuk peneliti dapat menemukan ciri dan unsur situasi sosial yang relevan dengan masalah yang sedang diteliti.

⁵⁵ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 175.

Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dalam persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Dengan kata lain ketekunan pengamatan memerlukan kedalaman peneliti terhadap faktor-faktor yang diteliti. Peneliti menggunakan berbagai teknik pengumpulan data (wawancara mendalam tidak berstruktur, pengamatan dan dokumentasi) dari berbagai sumber (orang, waktu dan tempat) yang berbeda.⁵⁶

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data dapat diolah dan analisis dengan berbagai teknik, yaitu berdasarkan masalah dan tujuannya. Adapun teknik pengolahan dan analisis data yaitu:

1. Analisis sebelum di lapangan

Analisis sebelum di lapangan adalah analisis yang dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Fokus penelitian ini bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti di lapangan.

2. Analisis selama di lapangan Model Miles And Huberman.

Setelah peneliti melakukan wawancara di lapangan terhadap onjek yang peneliti tuju. Tetapi, jawaban dari hasil wawancara belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu.

⁵⁶ Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*, hlm. 141.

Adapun aktivitas dalam analisis data adalah sebagai berikut:

- a. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok. Memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan pokoknya dan membuang yang tidak perlu.
- b. Penyajian data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bias dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flow chart* dan sebagainya.
- c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal. Tetapi, mungkin juga tidak karena telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.⁵⁷

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV. Alfabeta, 2012), hlm. 428-429.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia

1. Sejarah Singkat Bank Muamalat Indonesia

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk yang sering disebut dengan Bank Muamalat Indonesia memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari pemerintahan Republik Indonesia.

Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H. Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti asuransi syariah (Asuransi Takaful), dana pensiun lembaga keuangan muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia.

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan

lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi *Mudharabah*. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di era *industry* perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya diseluruh Indonesia. Pada tahun 2009 Bank mendapatkan izin untuk membukakan cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi Bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan *ekspansi* bisnis di Malaysia.

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan perubahan logo (*rebranding*) pada logo Bank untuk semakin meningkatkan kesadaran (*awareness*) terhadap gambar (*image*) sebagai Bank Syariah Islam, modern dan professional. Bank Muamalat Indonesia terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional.

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

2. Visi Dan Misi Bank Muamalat Indonesia

a. VISI

Visi Bank Muamalat adalah menjadi Bank Syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar Bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui ditingkat *regional*.

b. MISI

Misi Bank Muamalat Indonesia adalah membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumberdaya manusia yang Islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.⁵⁸

3. Produk-Produk Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

Secara garis besar Produk Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan ini meliputi :

a. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*) terdiri dari :

- 1) Tabungan IB Hijrah
- 2) Tabungan IB Hijrah Valas
- 3) Tabungan IB Hijrah Haji
- 4) Tabunganku
- 5) Tabungan iB Hijrah Rencana

⁵⁸ "<http://www.bank.muamalat.co.id>," 27 September 2019.

- 6) Tabungan iB Hijrah Prima
 - 7) Tabungan IB Simpel
 - 8) Giro IB Hijrah Attijary
 - 9) Giro IB Hijrah Ultima
 - 10) Deposito IB Hijrah
- b. Produk Pembiayaan (Financing) terdiri dari :
- 1) KPR IB Muamalat
 - 2) Pembiayaan IB Muamalat Pensiun
 - 3) Pembiayaan IB Muamalat Multiguna
- c. Jasa (*Service*)
- 1) Jasa Layanan Internasional Banking (*International Banking Services*)
yang terdiri dari beberapa produk yaitu:
 - a) *Remittance*
 - b) *Trade Finance*
 - c) *Investment Service*
 - 2) Jasa Layanan 24 Jam (*24 Hour Service*) yang meliputi:
 - a) SMS Banking
 - b) Sala Hijrah
 - c) Hijrah *Mobile* Banking
 - d) *Internet* Banking
 - e) *Cash Managemen System*
 - f) PC Banking

g) *Transfer*

h) Pembayaran Zakat, Infaq dan sedekah (ZIS)

i) Jasa-Jasa Lain (*Others*)

4. Struktur organisasi

Struktur organisasi merupakan salah satu dalam pencapaian tujuan dan sasaran organisasi serta wewenang dan tanggung jawab tiap-tiap anggota organisasi pada setiap pekerjaan, sehingga struktur organisasi dibuat secara sederhana, efektif untuk dapat bekerja secara efisien. Selain itu struktur organisasi sering disebut bagan atau skema organisasi, dengan ini gambaran skematis tentang hubungan pekerjaan antara orang yang terdapat dalam suatu badan atau perusahaan untuk mencapai suatu tujuan.

Demikian pula halnya dengan Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, yang dimana karyawannya melakukan pekerjaannya masing-masing sesuai dengan tanggung jawabnya, dan satu sama lain saling berhubungan dalam usaha menciptakan suasana kerja yang disiplin dan dinamis agar tercapai tujuan perusahaan yang diinginkan. Oleh karena itu suatu organisasi harus dapat menggambarkan secara jelas fungsi dari tiap-tiap bagian yang terdapat pada organisasi tersebut. Adapun Struktur organisasi Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan yaitu sebagai berikut:

B. Temuan Khusus

Customer service merupakan bagian yang langsung berhubungan dengan nasabah atau dengan kata lain peranan yang diberikan oleh *customer service* dalam memberikan pelayanan menjadi fokus dalam penelitian ini. Pada dasarnya peranan *customer service* secara umum ada 2 yaitu: mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah dan berusaha untuk mendapat nasabah baru melalui berbagai pendekatan. Setelah dilakukan penelitian diketahui bahwa peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan. Peranan yang diberikan oleh *customer service* PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan dapat dilihat dari gambaran pernyataan dari beberapa Nasabah berikut:

1. Peran *Customer Service* PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

Hasil wawancara yang dilakukan dengan *customer service* PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan diperoleh informasi bahwa:

Beberapa peranan *customer service* di PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan agar dapat mempertahankan nasabah lama dan dapat menarik calon nasabah baru yaitu dengan memberikan pelayanan terbaik dengan menyampaikan informasi dengan bahasa dan kata yang mudah dipahami oleh calon nasabah. Kemudian kami selaku *customer service* dalam melayani nasabah atau calon nasabah pertama-tama kami harus mampu menguasai pengetahuan mengenai produk-produk yang ada di bank secara keseluruhan. Kemudian peranan kami antara lain:

- a) Memberikan berbagai macam informasi yang berkaitan dengan seluk-beluk dan produk bank harus dikuasai oleh *customer service* sebab *customer service* dituntut untuk dapat memberikan informasi kepada nasabah atau calon nasabah secara efisien, tepat dan benar.

- b) Memberikan pelayanan jasa, kami selaku *customer service* harus bisa memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah atau calon nasabahnya. Melayani dan memenuhi harapan nasabah, sehingga nasabah menjadi loyal terhadap produk yang ditawarkan.
- c) Untuk memudahkan para nasabah menggunakan berbagai layanan jasa yang ditawarkan pihak PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan khususnya yang diberikan oleh *customer service* kepada nasabah yaitu dengan menyediakan sarana dan prasarana yang menunjang transaksi, melayani secara cepat dan tepat kepada nasabah yaitu dengan adanya ATM, SMS banking, SalaMuamalat, Muamalat *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan lain-lain, melayani dengan penuh kesabaran dan menghargai nasabah, jika nasabah bertanya dijawab dengan jelas dan dengan senyum, sikap sopan, ramah dan selalu bersikap tenang.⁵⁹

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan *customer service* di atas maka peneliti melakukan observasi pada tanggal 1 September 2020 pukul 9.25 WIB sampai pukul 11.30 WIB dimana terlihat *customer service* melayani antrian nasabah. Dalam memberikan pelayanan terlihat bahwa *customer service* sangat ramah dan selalu tersenyum, pelayanan dimulai dengan menyapa nasabah kemudian *customer service* mempersilahkan nasabah duduk dan menanyakan perihal yang dapat dibantu oleh *customer service*. Pada saat mendengarkan penjelasan nasabah *customer service* menghadapkan wajahnya kepada nasabah hal ini menunjukkan simpati dan bersiap mendengar keluhan dari para nasabah tanpa sibuk kepada komputer atau laptopnya. Hal ini menunjukkan para *customer service* melayani para nasabah dengan sangat baik. Dengan demikian peran dari *customer service* yang mendapatkan tanggapan baik

⁵⁹ Matondang, Wawancara dengan Customer Service PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

dari nasabah diharapkan dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan dengan beberapa nasabah dari PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan. adapun hasil wawancara yang dilakukan diperoleh informasi sebagai berikut:

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu nasabah Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan yaitu Nur menyatakan:

Saya menjadi nasabah selama 10 tahun di Bank Muamalat. Menurut saya, pelayanan *customer service* PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan sangat ramah, sopan dan santun. Serta *customer service* selalu menanyakan dan mengingat nasabahnya dan hal itu membuat saya semakin senang dengan pelayanan *customer service*. Selama saya menjadi nasabah penabung, *customer service* selalu memberikan pelayanan terbaik dan saya selalu merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh *customer service* PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan. Menurut saya, penyampaian informasi *customer service* sangat jelas dan mudah dipahami. Terkhusus kepada saya yang sangat sulit memahami kalau penjelasan yang disampaikan terkait produk bank menggunakan beberapa istilah yang sulit dipahami sehingga *customer service* mampu menjelaskan dengan bahasa yang sangat mudah saya pahami. Selain itu produk-produk yang ditawarkan menurut saya lebih Islami dari bank lainnya jadi saya merasa puas dan nyaman jadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.⁶⁰

Hasil wawancara yang disampaikan oleh salah satu nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan yaitu Nur menceritakan *customer service* PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan memberikan peran yang sangat baik dalam hal pelayanan dimana *customer service* Bank Muamalat sangat ramah, sopan dan santun dalam memberikan pelajaran kepada Nur selaku nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan selama 10 tahun.

⁶⁰ Nur, Wawancara dengan Nasabah Penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, 26 September 2020.

Kemudian hasil wawancara dengan salah satu Nasabah Bank Muamalat Hilmansyah menyatakan bahwa:

Saya menjadi nasabah penabung sudah 5 tahun dan selama ini menurut saya pelayanan *customer service* PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan sangat bagus dan memuaskan. Setiap saya berkunjung ke PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan untuk menyetorkan uang atau menarik uang, pelayanan yang diberikan *customer service* sangat baik, ramah dan informasi yang diberikan sangat jelas. Jadi selama menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan ini saya masih merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan, terutama bagian *customer service* setiap pertanyaan yang diberikan saya dapat menangkap jawabannya dengan jelas. Jadi sampai saat ini saya merasa nyaman menabung disini.⁶¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Hilmansyah selaku nasabah penabung selama 5 tahun di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan menurut beliau setiap berkunjung ke Bank Muamalat untuk menyetorkan uang atau menarik uang atau juga transaksi pengiriman uang pelayanan yang diberikan pelayanan yang diberikan *customer service* sangat baik dan nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *customer service*.

Selanjutnya hasil wawancara dengan Ali Imran juga salah satu salah satu nasabah PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan memaparkan bahwa:

Saya sudah 4 tahun menjadi nasabah menurut saya *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah selalu bersikap sopan dan ramah. Jika ada permasalahan ataupun hal yang ingin ditanyakan *customer service* selalu membantu menjelaskannya dengan sangat sabar dan mudah dipahami. Saya menyukai pelayanan yang diberikan oleh *customer service* sehingga ini menjadi salah satu alasan bagi saya tetap bertahan untuk

⁶¹ Hilmansyah, Wawancara dengan Nasabah Penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, 26 September 2020.

menggunakan dan memiliki berbagai program simpanan di PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan.⁶²

Pelayanan yang baik yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan terhadap para nasabahnya tergolong memuaskan para nasabah. Hal ini juga di utarakan oleh salah seorang nasabah bernama Putri:

Selama 7 tahun menjadi nasabah penabung di PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan menurut saya *customer service* selalu bersikap ramah. Hal yang paling saya sukai dari pelayanan *customer service* yaitu tetap menyapa setiap saya mengunjungi PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan dan yang terpenting setiap informasi yang kami butuhkan dapat dijelaskan dengan baik.⁶³

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dari beberapa nasabah PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan yang di wawancarai diperoleh informasi bahwa para nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *customer service* PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan. Kepuasan dari para nasabah PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan tersebut merupakan gambaran peranan yang baik yang diberikan oleh *customer service* PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan dalam menjalankan tugasnya.

⁶² Imran Siregar, Wawancara dengan Nasabah Penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

⁶³ Putri, Wawancara dengan Nasabah Penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, 26 September 2020.

2. Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap beberapa nasabah diketahui para nasabah memiliki loyalitas. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Hanifah Fitriyah Matondang *customer service* di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan pada tanggal 26 Oktober 2020 diperoleh informasi bahwa:

Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan dapat saya katakan cukup loyal terhadap produk yang di tawarkan. Loyalitas para nasabah terlihat dari kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang kami berikan. Kemudian loyalitas nasabah juga terlihat dari:

1. Masih setianya nasabah lama menggunakan layanan jasa yang kami tawarkan mulai penyimpanan uang, dan menggunakan transaksi pembayaran melalui PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.
2. Tidak berpindah ke bank lain, nasabah tidak melakukan transaksi selain di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.
3. Melakukan transaksi secara terus- menerus, rekening yang dimiliki nasabah tidak terhenti pada saldo tertentu akan tetapi nasabah sering melakukan kredit maupun debit.
4. Menambah jumlah dananya, nasabah terus melakukan penambahan dana dalam bentuk tabungan maupun deposito.
5. Mengambil produk lebih dari satu, nasabah ini mengambil produk yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan lebih dari satu produk yang ditawarkan.
6. Merekomendasikan kepada orang lain, tidak hanya pegawai saja yang harus menawarkan setiap produk yang ada akan tetapi nasabah juga berhak menawarkan produk yang dimiliki.⁶⁴

⁶⁴ Matondang, Wawancara dengan Customer Service PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Hanifah Fitrisah Matondang selaku *customer service* di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan diketahui para nasabah loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan dan para nasabah bertahan serta menjadi loyal dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh *customer service* sangat baik dan para nasabah puas.

Adapun hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan yaitu dengan Nur diperoleh informasi bahwa:

Saya termasuk nasabah yang loyal di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan. Saya tetap loyal karena saya mendapatkan pelayan yang sangat baik dari *customer service*. Saya selalu menggunakan jasa dari bank Muamalat dengan melakukan transaksi pembayaran tagihan dan juga menabung atau menyimpan uang selama 10 tahun.⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Nur beliau merasa telah loyal menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan karena beberapa alasan seperti setiap melakukan transaksi pengiriman uang selain menjadi nasabah penabung di PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan. Hasil wawancara ini menunjukkan loyalitas nasabah itu terlihat dari kesetiaan dan melakukan hubungan transaksi dengan PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan.

⁶⁵ Nur, Wawancara dengan Nasabah Penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

Dari pemaparan yang disampaikan oleh nasabah diatas yang bernama Nur bahwa beliau telah menjadi nasabah dan menggunakan jasa perbankan syaria'ah di PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan ini sudah termasuk loyal dimana telah 10 tahun menggunakan berbagai jenis pelayanan dan produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan. Kemudian berdasarkan hasil wawancara dengan Hilmansyah menyatakan bahwa:

Saya juga termasuk nasabah yang cukup loyal karena sejak menjadi nasabah dari tahun 2015 sampai saat ini saya tetap tidak berpindah ke bank lain. Saya juga tetap menabung uang saya di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan karena saya rasa aman dan sesuai syariat Islam (tidak riba). Sebelumnya saya di bank lain setelah mengetahui hukumnya saya menjadi berpindah di tahun 2015 menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan sampai saat ini.⁶⁶

Hasil wawancara yang dilakukan dengan Hilmansyah menyatakan bahwa beliau juga loyalitas terhadap semua produk dan jasa yang ditawarkan oleh pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan kemudian loyalitas dari Hilmansyah selaku nasabah sejak tahun 2015 juga karena rasa aman dan sesuai syariat Islam (tidak riba) semua produk perbankan yang ditawarkan oleh PT. bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan. Kemudian berdasarkan hasil wawancara dengan Ali Imran menyatakan bahwa:

⁶⁶ Hilmansyah, Wawancara dengan Nasabah Penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

Saya sudah menjadi nasabah penabung selama 5 tahun di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan dan saya tetap loyal kepada jasa yang ditawarkan bank. Sejak menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan saya selalu menggunakan lebih dari 1 produk. Kemudian saya memilih PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan karena saya nyaman dengan pelayanan dan juga saya juga merasa aman karena sesuai dengan syariat Islam. Bukti saya loyal kepada produk ini semua saudara saya, saya sarankan untuk juga menyimpan uang di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.⁶⁷

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan Putri salah satu Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan di menyatakan bahwa :

Saya sekeluarga menabung di PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan ini mulai dari ayah saya ibu saya dan saudara saya kami semua merasa puas atas pelayanan dari *customer service*. *Customer service* selalu bersikap ramah dan tersenyum setiap saya mengunjungi PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan.⁶⁸

Berdasarkan empat nasabah yang diwawancarai yaitu Nur selaku nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan selama 10 tahun merupakan nasabah yang sangat loyal selama 10 tahun ini tetap setiap mempergunakan berbagai layanan jasa yang disediakan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

Sesuai hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa nasabah di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah yang ada pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan cenderung memiliki loyalitas yang cukup tinggi. Loyalitas yang cukup tinggi dari nasabah dapat dilihat dari beberapa

⁶⁷ Imran Siregar, Wawancara dengan Nasabah Penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

⁶⁸ Wawancara dengan Putri, Nasabah Penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, Jum'at 26 September 2020 pukul 15.00 WIB.

informasi yang dikumpul dari kegiatan wawancara. Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan menggunakan produk lebih dari satu dan tetap memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh pihak bank. Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan termasuk dalam kriteria loyalitas pelanggan “*loyalty*” artinya nasabah bersikap positif terhadap jasa atau penyedia jasa bersangkutan dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa para nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan memiliki loyalitas yang tinggi dengan bukti bahwa para nasabah selalu tetap setia menggunakan berbagai layanan jasa yang disediakan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan dan menggunakan berbagai produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

Loyalitas para nasabah ini tidak lepas dari peranan yang diberikan oleh *customer service* PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan. Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan beberapa peranan tersebut seperti memberikan informasi yang jelas kepada setiap nasabah baru agar memahami berbagai produk yang ditawarkan oleh pihak bank dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan selalu berpakaian yang sopan, menarik dan selalu berpakaian muslimah.

Peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah dengan cara memberikan kemudahan kepada para nasabah, karena *customer service* merupakan jembatan penghubung atau perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk bank yang tersedia. Diantara kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan khususnya yang diberikan oleh *customer service* kepada nasabah yaitu dengan:

1. Menyediakan sarana dan prasarana yang menunjang transaksi.
2. Melayani secara cepat dan tepat kepada nasabah. Yaitu dengan adanya ATM, SMS banking, SalaMuamalat, Muamalat *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan lain-lain.
3. Melayani dengan penuh kesabaran dan menghargai nasabah.
4. Jika nasabah bertanya dijawab dengan jelas dan dengan senyum, sikap sopan, ramah dan selalu bersikap tenang.

Dengan demikian peranan yang diberikan oleh bank dan pihak *customer service* ini menjadikan nasabah tetap loyal kepada semua produk jasa yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan *customer service* berperan dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah yang ingin bertransaksi dengan bank. Secara umum, peranan *customer service* bank adalah sebagai berikut:⁶⁹

⁶⁹ Kasmir, *Etika Customer Service*, hlm. 181.

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

Loyalitas nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan merupakan kunci sukses dalam menjalin hubungan jangka panjang antara PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan dengan para nasabah. Nasabah yang loyal merupakan aset penting bagi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Loyalitas nasabah dapat diketahui dengan keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan. Kemudian para nasabah puas terhadap semua layanan jasa yang diberikan. Loyalitas nasabah atau pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.⁷⁰ Selanjutnya Ratih juga menyatakan bahwa pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:⁷¹

⁷⁰ Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, hlm. 129.

⁷¹ Hurriyati, hlm. 130.

- 5) Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*).
- 6) Membeli diluar lini produk atau jasa (*purchases across product and service lines*).
- 7) Mereferensikan produk perusahaan kepada orang lain (*refers other*).
- 8) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*).

Hasil penelitian menunjukkan peranan *customer service* PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan mampu mempertahankan nasabah sehingga paranasabah menjadi loyal kepada semua produk dan jasa yang ditawarkan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Vivi Noviyanti Subagja mahasiswi Universitas Brawijaya Malang dengan judul penelitian peran *customer service* Bank Jawa Barat Cabang Sumber Kabupaten Cirebon dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Malang Hasil penelitian menunjukkan peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah sangat penting untuk mendapatkan kepuasan nasabah sehingga memperoleh tanggapan yang positif dan citra perusahaan dimata nasabahnya semakin baik.

Sehingga bank BJB cabang sumber kabupaten cirebon dapat terus mempertahankan eksistensinya didalam persaingan dunia perbankan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan paparan hasil penelitian yang peneliti sajikan pada hasil sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu: *customer service* memberikan peranan yang baik dalam melayani nasabah penabung dengan cara selalu memberikan informasi yang jelas kepada setiap nasabah baru, selalu bersikap sopan, ramah dan juga bersikap tenang dalam melayani para nasabah. Kemudian *customer service* juga memberikan kemudahan kepada para nasabah dengan menyediakan sarana dan prasarana yang menunjang jasa transaksi keuangan. Melayani secara cepat dan tepat kepada nasabah melalui *SMS banking*, *SalaMuamalat*, *Muamalat Mobile Banking*, *Internet banking* dan lain-lain. Pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* mampu menjadikan para nasabah menjadi loyal. Loyalitas nasabah dapat dilihat bahwa nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan melakukan transaksi terus menerus, menambah jumlah dananya di bank, dan juga menggunakan berbagai produk lebih dari satu. Kemudian para nasabah juga puas terhadap semua layanan jasa yang diberikan sehingga para nasabah mengajak orang lain untuk menggunakan jasa PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

B. Saran-Saran

Adapun saran-saran sesuai hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kepada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan agar tetap memberikan pelayanan yang lebih baik, serta selalu menjaga silaturahmi dengan nasabah, serta pada bagian *customer service* tetap menjaga kualitas dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah agar nasabah tetap loyal kepada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan. Agar loyalitas tetap terjaga dan mengalami kenaikan dari tahun ke tahun maka PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan harus lebih meningkatkan lagi strategi pemasarannya dan kualitas pelayanannya.
2. Kepada fakultas hasil penelitian ini menjadi bahan rujukan dalam mengembangkan penelitian terkait dengan dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Bintoro. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media, 2014.
- Bungin, Burhan. *Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- . *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Prenada Media, 2015.
- . *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga Universiti Press, 2011.
- Hasan, Iqbal. *Analisis Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004.
- Hafiduddin, Didin, dan Hendri Tanjung. *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2003.
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- . *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETA, 2019.
- Ikatan Bankir Indonesia dengan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan. *Mengelola kualitas layanan Perbankan*. Jakarta: PT. Gramedia Jakarta Pustaka Utama, 2014.
- Katsir Ibnu, *Tafsir al-Qur'an al-'Adhim*, Jilid1.
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- . *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- . *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018.
- . *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Kebudayaan, Departemen Pendidikan dan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka, 2011.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.

Meleong, Lexi J. *Metode Peneletian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.

Sedarmayanti, dan Hidayat Syarifuddin. *Metodologi Penelitian*. Bandung: CV. Mandar Maju, 2011.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Cv Alfabeta, 2012.

———. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.

JURNAL:

Atmaja, Jaka. “Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB” Vol. 2 No. 1 (t.t.).

Hasibuan, Abdul Nasser. “Strategi Pemasaran Produk Funding Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan” 2018.

Isa, Muhammad. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga”, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 2 No 2, 2019.

Mandong, Indah S. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT. BANK BNI (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado” Vol.5 No.3 (September).

Tahuman, Zainuddin. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing” Vol 4 ,Nomor.3 (t.t.).

Yuniarta. “Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Politeknik” Volume IV. Nomor 3 (t.t.).

WEBSITE:

“<http://www.bank muamalat.co.id>,” 27 September 2019.

“Undang-Undang No. 10 Tahun 2010 Tentang Perbankan,” t.t.

WAWANCARA:

Hilmansyah. Wawancara dengan Nasabah Penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, 26 September 2020.

Matondang, Hanifah Fitrisah. Wawancara dengan Customer Service PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, 1 September 2020.

Nur. Wawancara dengan Nasabah Penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, 26 September 2020.

Putri. Wawancara dengan Nasabah Penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, 26 September 2020.

Siregar, Ali Imran. Wawancara dengan Nasabah Penabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, 1 September 2020.

DOKUMENTASI



Gambar 1

Wawancara dengan nasabah (Nur) PT. Bank Muamalat Indonesia
KCU Padangsidempuan



Gambar 2

Wawancara dengan nasabah (Hilmansyah) PT. Bank Muamalat Indonesia
KCU Padangsidempuan



Gambar 3

Wawancara dengan nasabah (Putri) PT. Bank Muamalat Indonesia
KCU Padangsidimpuan



Gambar 4

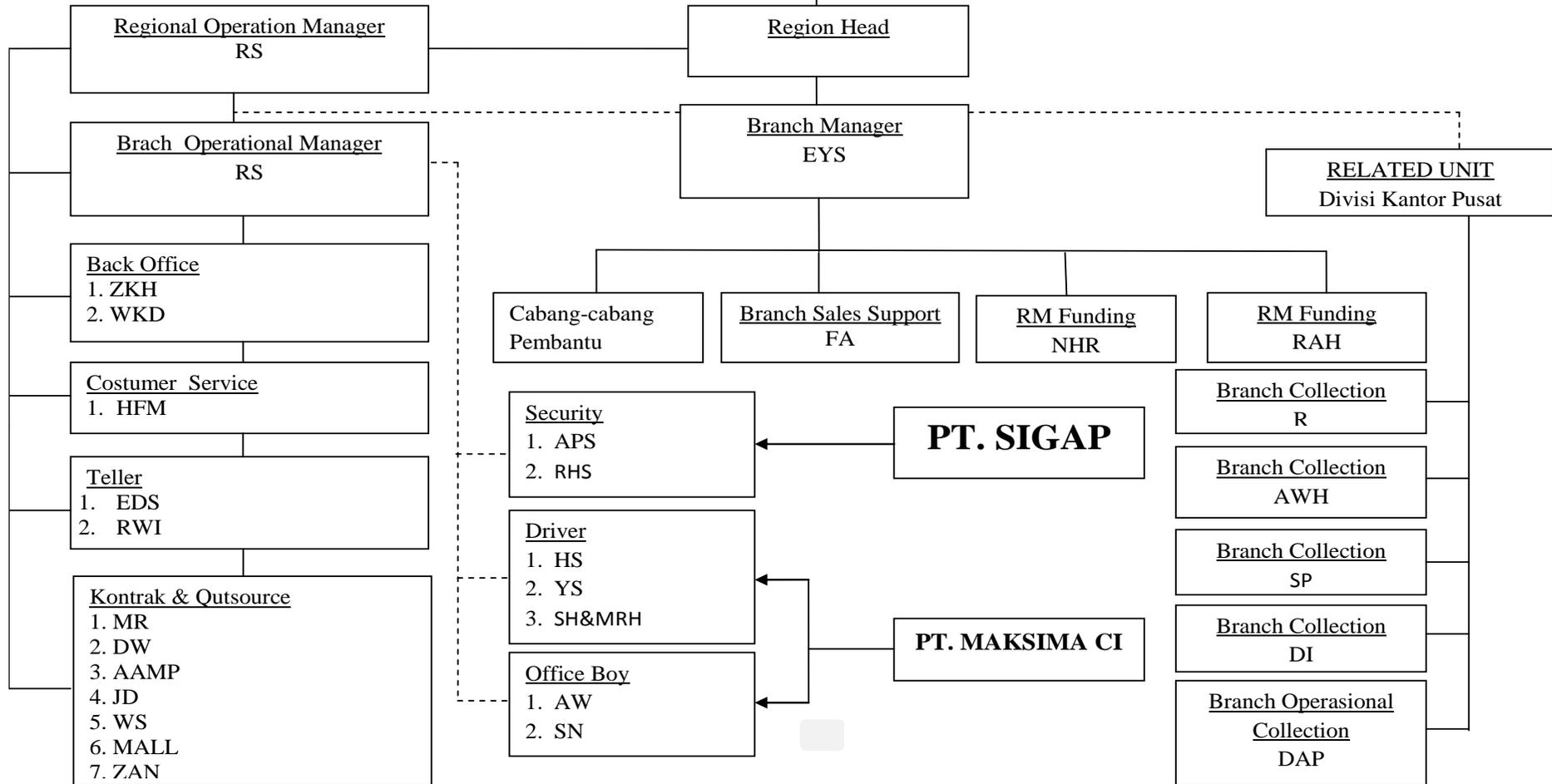
Wawancara dengan nasabah (Ali Imran Siregar) PT. Bank Muamalat Indonesia
KCU Padangsidimpuan



Gambar 5

Wawancara dengan *Customer Service* (Hanifah Fitrisah Matondang) PT. Bank
Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan

GAMBAR 4.1
STRUKTUR ORGANISASI BMI KC PADANGSIDIMPUAN
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA



Sumber: Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Bintang 22733
 Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

Nomor : 1449/In.14/G.1/G.4b/PP.00.9/07/2020
 Tanggal : 07 Juli 2020

Lampiran :
 Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Yth. Bapak/Ibu:
 1. Abdul Nasser Hasibuan : Pembimbing I
 2. Arti Damisa : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Sri Ayu Handayani
 NIM : 1540100012
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Peranan Costumer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.


 Abdul Nasser Hasibuan
 Wakil Dekan Bidang Akademik

Tembusan :
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.