

**STRATEGI PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH PADA BANK
MUAMALAT INDONESIA KCP MADIUN**

SKRIPSI



Oleh:

ANNISA YUMNA ANANDA ISMA

NIM. 402190180

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

ABSTRAK

Isma, Annisa Yumna Ananda Strategi Pelayanan *Customer service* Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun, *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Hanik Fitriani, M.E.Sy.

Kata Kunci: Strategi, *Customer service*, Kepuasan Nasabah

Pelayanan yang baik memberikan dorongan kepada nasabah, untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Berdasarkan data dari pelayanan *customer service* dituntut untuk sopan santun terhadap nasabah dan juga dituntut untuk pandai berbicara dan juga mampu melakukan pelayanan dengan baik. Akan tetapi terdapat nasabah yang menyatakan bahwa pelayanan *customer service* kurang mudah dipahami. Dan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun meningkat dalam setiap bulannya atas keberhasilan *Customer service*.

Tujuan utama penelitian ini untuk menganalisis pelayanan *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun, serta menganalisis faktor pendorong dan penghambat *customer service* serta bagaimana dampak pelayanan *customer service* di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan *customer service* dan nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun. Data yang didapatkan kemudian diolah kemudian dianalisis dengan menggunakan metode deduktif.

Hasil analisis menunjukkan bahwa 1) Strategi pelayanan yang diberikan *customer service* terhadap nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun sesuai dengan standarisasi yang ditetapkan, dan tetap mengutamakan kepuasan nasabah. 2) Faktor pendukung *Customer service* dalam meningkatkan nasabah adalah dengan bekerja sesuai SOP yang telah ditentukan oleh bank, sedangkan untuk Faktor Penghambat kepuasan nasabah adalah kurang nya SDM di bank tersebut sehingga membuat waktu tunggu pelanggan sedikit lama, tetapi *Customer service* tetap melakukan pelayanan dengan profesional. 3) Strategi *customer service* dalam pelayanan nasabah memberikan dampak baik bagi nasabah dan perusahaan. Nasabah tidak hanya merasa puas tetapi juga loyal terhadap bank.



KEMENTERIAN AGAMA ISLAM REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No	Nama	Nim	Jurusan	
1	Annisa Yumna Ananda Isma	402190180	Perbankan Syariah	Strategi Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kcp Madiun

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan
pada ujian skripsi

Ponorogo, 04 Mei 2023

Mengetahui,
Kajur/Kaprodi

Menyetujui,
Pembimbing



Muhtadin Amri, M.S.Ak
NIP. 198907102018011001

Hanik Fitriani, M.E.Sy.
NIP. 199104242020122028



KEMENTERIAN AGAMA ISLAM REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Straregi Pelayanan *Customer service* Dalam Meningkatkan Kepuasan
Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP MADIUN
Nama : Annisa Yumna Ananda Isma
NIM : 402190180
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh dewan penguji Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu
syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Perbankan Syariah.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang
Dr. Shinta Maharani, M.AK
NIP. 197905252003122002
Penguji I
Unun Roudlotul Jannah, M.Ag
NIP. 197507162005012004
Penguji II
Hanik Fitriani, M.E.Sy
NIP. 199104242020122028

(*Shinta Maharani*)

(*Unun Roudlotul Jannah*)

(*Hanik Fitriani*)

Ponorogo, 17 Mei 2023

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



[Signature]
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annisa Yumna Ananda Isma

NIM : 402190180

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

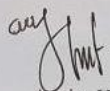
Judul Skripsi / Tesis : Strategi Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 24 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Annisa Yumna Ananda Isma

NIM 402190180

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Annisa Yumna Ananda Isma

NIM : 402190180

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

STRATEGI PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN NASABAH PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KCP
MADIUN

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 04 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Annisa Yumna Ananda Isma

NIM : 402190180

MOTTO

“Allah tidak hendak menyulitkan kamu, tetapi Dia hendak membersihkan kamu dan menyempurnakan nikmat-Nya bagimu, supaya kamu bersyukur”¹

(QS. Al Maa'idah:6)



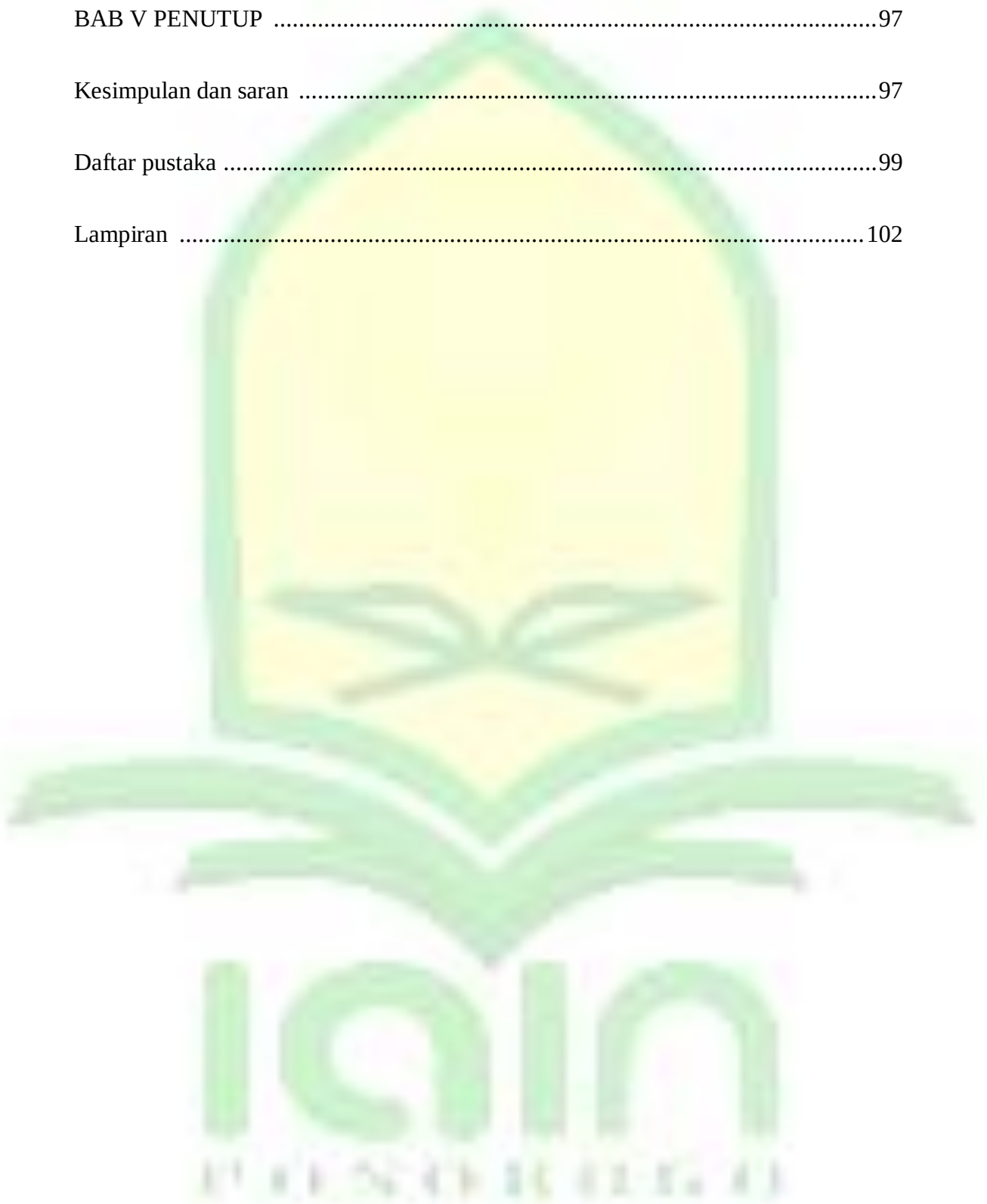
¹ Al-Qur'an, 5:6.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PUBLIKASI	v
LEMBAR KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Balakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Studi Penelitian Terdahulu	9
F. Metode penelitian	22
G. Sistematika pembahasan	28
BAB II STRATEGI PELAYANAN <i>CUSTOMER SERVICE</i> DAN KEPUASAN NASABAH	30

A. Strategi Pelayanan <i>Customer service</i>	30
B. Kepuasan Nasabah Bank Syariah	43
BAB III DATA PELAYANAN <i>CUSTOMER SERVICE</i> DAN KEPUASAN	
NASABAH	51
A. Profil Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun	51
B. Pelayanan <i>Customer service</i> Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun	66
C. Faktor Pendukung Dan Penghambat Pelayanan <i>Customer service</i> Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah	71
D. Dampak Pelayanan <i>Customer service</i> Bank Muamalat Indonesia Terhadap Kepuasan Nasabah	82
BAB IV ANALISIS PELAYANAN <i>CUSTOMER SERVICE</i> BANK MUAMALAT	
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH	87
A. Analisis Pelayanan <i>Customer service</i> Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun	87
B. Analisis Faktor Pendukung Dan Penghambat <i>Customer service</i> Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah	90
C. Analisis Dampak Dari Pelayanan <i>Customer service</i> Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah	93

BAB V PENUTUP	97
Kesimpulan dan saran	97
Daftar pustaka	99
Lampiran	102



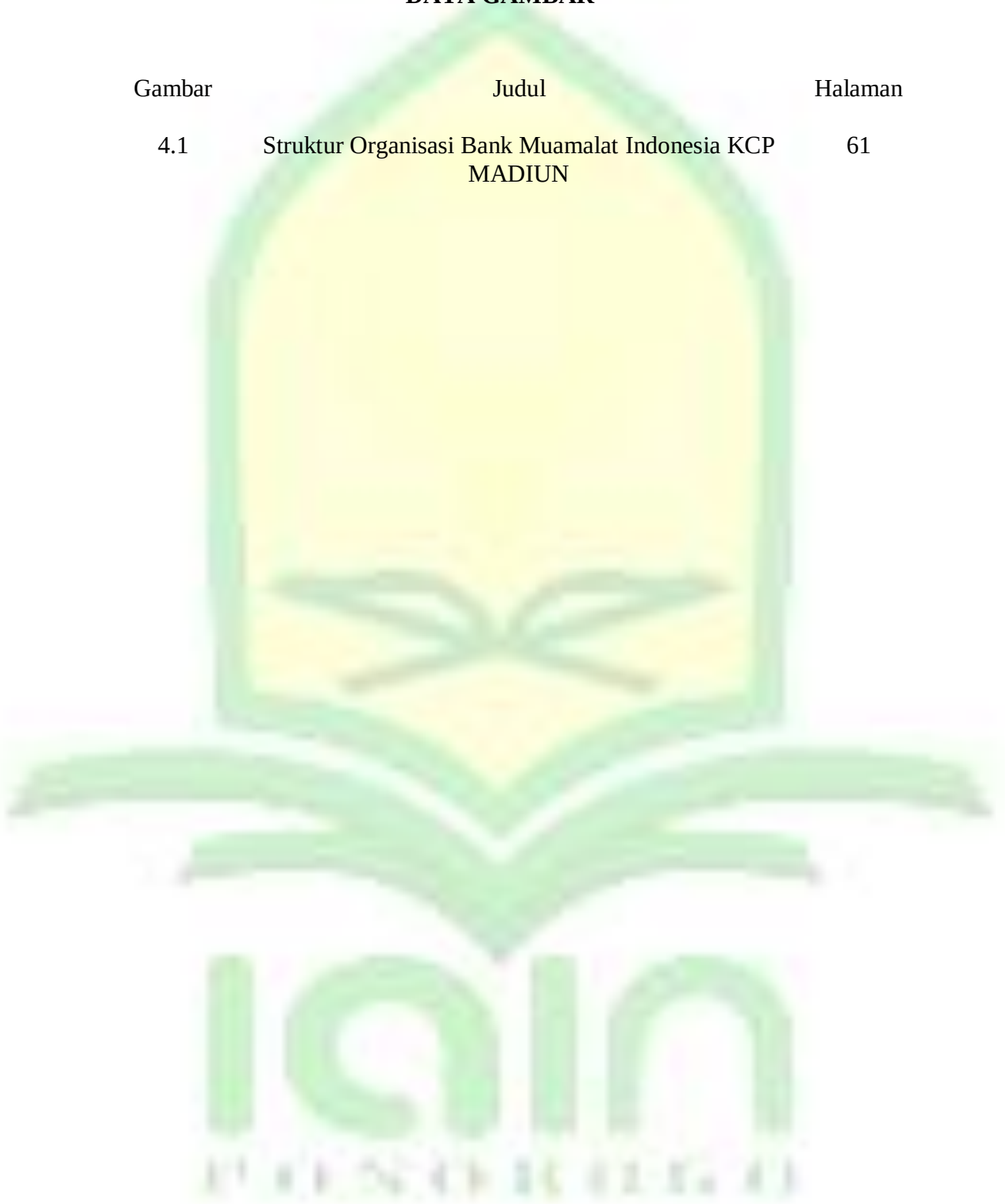
DATA TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Peningkatan Jumlah Nasabah Bank Muamalat	6



DATA GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
4.1	Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia KCP MADIUN	61



DATA LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Transkrip Wawancara	100
Lampiran 2	Dokumentasi	112



BAB I

PENDAHULUAN

A Latar Belakang Masalah

Salah satu lembaga yang memiliki peran sangat penting dalam perkembangan ekonomi di Indonesia yaitu perbankan. Bank sebagai lembaga keuangan yang aktivitas utamanya adalah melakukan penghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana ke masyarakat serta memberikan jasa bank lain-lainnya. Dalam menjalankan lembaga bisnis yang penuh dengan perubahan, sangat memerlukan adanya strategi untuk mencapai tujuan. Strategi sangat diperlukan untuk mengelola berbagai usaha. Sebagaimana diketahui bahwa keadaan dunia usaha dipenuhi dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu. Pelayanan yang sangat memuaskan merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan lembaga serta mampu menjadi sarana yang memikat hati nasabah. Pada saat bersamaan juga dapat bersaing secara efisien dalam konteks lokal maupun regional bahkan juga dalam konteks global.² Dengan kata lain kini dunia usaha dituntut untuk mengembangkan strategi yang tepat guna mencapai tujuan dan menjaga posisi dari pesaingnya.

² Ovi Hari Kristanto, Strategi Pelayanan Nasabah di Pegadaian Cabang Mojokerto, (Mojokerto: IAIN Sunan Ampel, 2012), 1.

Sebagai lembaga keuangan yang bergerak dibidang layanan jasa, bank harus memberikan pelayanan yang memuaskan agar dapat memenangkan persaingan dalam keadaan yang semakin ketat. Untuk mendukung pencapaian tujuan tersebut, maka lembaga perbankan harus mendapatkan karyawan yang berkualitas, dapat dipercaya, patuh akan operasional bank, serta mampu menangani berbagai kebutuhan nasabahnya, dalam hal ini *customer service*lah yang menjadi kunci sukses perbankan dalam hal pelayanan. Strategi pelayanan suatu kegiatan proses pengaturan dalam menerapkan sebuah strategi perusahaan sehingga keluhan dapat teratasi serta dapat memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh perusahaan.

Dalam hal ini bank harus terus meningkatkan kepatuhan operasional bank terhadap prinsip syariah. Maka *customer service* harus mampu memperhatikan pelayanan yang diberikan sesuai dengan operasional bank.³ Berdasarkan azas kepercayaan perbankan, masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan. Karena berhasil atau tidaknya suatu bisnis perbankan bergantung pada kepuasan nasabahnya. Jika nilai dalam perbankan adalah kemudahan berinteraksi.⁴

³ Ade Irma Wahyuni, "Analisis Strategi dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman Medan", (Medan: UIN Sumatera Utara, 2020), 2.

⁴ Rambut Lupiyaodi, A, Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat 2008), 194.

Pelayanan yang baik memberikan suatu dorongan kepada nasabah, untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan saksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah di mana perusahaan memaksimumkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa perbankan, maka pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan.

Strategi pelayanan adalah proses rencana bantuan utama dalam kebaikan yang bermanfaat dan saling menghasilkan satu sama lain yang juga bersifat menyeluruh dan terintegritas berisikan sasaran dan program jangka panjang yang dirumuskan berdasarkan keunggulan dan kelemahan perusahaan atau instansi guna menghadapi peluang dan ancaman luar.⁵

Menurut Richard F. Gerson mengatakan yang dimaksud kepuasan pelanggan adalah harapan nya telah terpenuhi⁶. Sehingga dapat disimpulkan dari definisi bahwa secara umum pengertian kepuasan pelanggan dilihat dari kesesuaian antara harapan atau keinginan pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya.

⁵ Kasmir, *Etika Customer service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), 2.

⁶ Ibid, 167

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi perusahaan perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dengan *Customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun bahwa mereka bekerja harus sesuai dengan peraturan yang ada, di mana mereka harus memberikan pelayanan secara prima. Mereka juga dituntut untuk melayani nasabah atau calon nasabah dengan baik, sopan, ramah, dan dapat dipercaya. Hal ini dilakukan memiliki tujuan agar nasabah tetap nyaman menjalankan transaksi di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun selain itu juga agar calon nasabah yang berkunjung ke bank menjadi tertarik untuk melakukan pembiayaan atau menabung di bank tersebut, menurut seorang *customer service* pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun ketika melayani nasabah atau calon nasabah dituntut untuk sopan santun terhadap pelanggannya, kemudian dituntut untuk pandai berbicara secara singkat dan jelas agar mudah

dipahami oleh pelanggannya, mampu melakukan pelayanan dengan baik, mampu menyelesaikan masalah dengan tuntas, dan menarik calon nasabah baru untuk melakukan transaksi di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dengan produk-produk yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan.⁷ Berikut ini adalah tabel peningkatan jumlah nasabah yang terjadi di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dari bulan desember 2022 sampai januari 2023.

Tabel 1.1
Peningkatan Jumlah Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

No	Bulan	Jumlah nasabah	Peningkatan
1	November 2022	22.393	-
2	Desember 2022	22.559	166
3	Januari 2023	22.567	8

Sumber: *Wawancara branch Manager Bank Muamalat Indonesia*

Berdasarkan dari data tabel di atas bapak Affandi selaku pimpinan Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun mengatakan bahwa jumlah nasabah menunjukkan peningkatan yang positif, bahwa pada bulan November 2022 sampai dengan januari 2023 jumlah nasabah mengalami peningkatan.⁸ Sedangkan menurut ibu Bilqis selaku salah satu nasabah di Bank Muamalat

⁷ Farihah, Wawancara 10 Februari 2023

⁸ Affandi, Wawancara 10 Februari 2023

Indonesia KCP Madiun mengatakan bahwa pelayanan *customer service* bank muamlat Indonesia kurang mudah dipahami dan penjelasan terlalu cepat.⁹

Dari beberapa paparan di atas dapat diartikan bahwa dalam sebuah perusahaan akan mencapai suatu keberhasilan dari kepuasan nasabah, kepuasan nasabah dapat diperoleh dari sebuah pelayanan salah satunya pelayanan *customer service*. Pelayanan yang sering digunakan oleh sebuah perusahaan untuk mencapai keberhasilan suatu kepuasan nasabah yaitu pelayanan prima. Di dalam teori pelayanan prima mengatakan bahwa pelayanan prima memiliki empat unsur pokok yaitu kecepatan, ketepatan, kenyamanan, keramahan. Akan tetapi faktanya bahwa *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun tidak memakai keempat unsur pokok yang terdapat di dalam teori pelayanan tersebut. Hal ini menimbulkan rasa kurang puas seorang nasabah terhadap pelayanan *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun. Jadi dapat diartikan bahwa respon nasabah terhadap *customer service* kurang memuaskan akan tetapi jumlah nasabah setiap bulannya selalu mengalami peningkatan, hal ini menunjukkan bahwa *Customer service* menjadi salah satu yang berhasil dalam memberikan pelayanan saat nasabah membuka rekening tabungan, deposito dan giro serta menawarkan produk yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun. Berdasarkan latar belakang diatas penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Strategi pelayanan *Customer*

⁹ Balqis, Wawancara pada 10 Februari 2023

service Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah.¹⁰

B Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pelayanan *Customer service* Di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat strategi pelayanan *Customer service* Bank Muamalat Indoneisa KCP Madiun dalam meningkatkan kepuasan nasabah?
3. Bagaimana dampak pelayanan *customer service* di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun terhadap kepuasan nasabah?

C Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dari penelitain tersebut adalah:

1. Untuk menganalisis strategi pelayanan *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.
2. Untuk menganalisis faktor pendorong dan penghambat *Customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah
3. Untuk dan menganalisis dampak pelayanan *customer service* di Bank Muamalat inonesia KCP Madiun terhadap kepuasan nasabah.

¹⁰ Affandi, Wawancara 11 Februari 2023

D Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, antara lain:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi pembaca dan bahan rujukan penelitian lainnya dan juga sebagai pengembangan ilmu perbankan syariah.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta membandingkan antara teori dan praktik mengenai strategi *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dalam meningkatkan kepuasan nasabah

b. Bagi akademis

Dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan sumber pengetahuan bagi kalangan akademisi.

E Studi Penelitian Terdahulu

Sejauh pengetahuan peneliti banyak yang melakukan penelitian mengenai kepuasan nasabah. Namun pada penelitian ini membahas mengenai strategi *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun. Untuk menghindari adanya duplikasi, oleh karena itu peneliti melakukan pengkajian terhadap karya yang sudah ada, yaitu:

1. Penelitian dilakukan oleh Desi Marlina tahun 2018 dengan judul “Strategi Pelayanan *Customer service* dan *Teller* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Metro”. Metode penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Hasil penelitian menunjukkan dalam membagikan pelayanan kepada nasabahnya ialah memakai strategi dasar ialah bersikap ramah, komunikatif, serta name tag yang senantiasa dicermati, sedangkan strategi utamanya merupakan *Responiveness* (Kilat Paham), *Competence* (kompetensi), *Credibility* (bias dipercaya), *Contribution* (donasi), *Honesty* (kejujuran), *Service Excellent* (pelayanan prima), *Innovation* (pergantian) Perbandingan riset ini terletak pada objek riset yang dilakukan di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Metro, sebaliknya riset yang saya jalani di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun. Persamaan Riset ini merupakan bersama mempelajari tentang strategi pelayanan *customer service*.¹¹
2. Penelitian dilakukan oleh Destiya Sandra Dewi tahun 2020 dengan judul “Peran *Customer service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga”. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian *field research* atau penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan. Hasil penelitian adalah kebanyakan sebagian besar kepuasan

¹¹ Desi Marlina “Strategi Pelayanan *Customer service* dan *Teller* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah” (Metro, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018)

mereka serta membuat mereka setia terhadap BRI Syariah KCP Purbalingga dengan terdapatnya pelayanan yang membuat mereka aman bertransaksi serta senantiasa memakai jasa dari bank tersebut tanpa bergeser ke bank yang lain. Perbandingan riset merupakan riset ini mengulas tentang kedudukan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah, sebaliknya riset yang peneliti jalani mengulas tentang strategi pelayanan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Persamaan riset ini merupakan bersama memakai tata cara riset yang bertabiat deskriptif Kualitatif.¹²

3. Penelitian ini dilakukan oleh Della Ariska tahun 2019 dengan judul penelitian “Strategi Penerapan *Customer service* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada BPRS Muamalat Harkat (studi BPRS muamalat harkat kec. Sukaraja kab seluma kota Bengkulu)”. Metode penelitian menggunakan metode pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan dalam melaksanakan serta mempraktikkan strategi *customer service* pada BPRS Muamalat Harkat menghadapi hambatan dengan kepribadian karyawan berbeda. Karyawan kurang kompak. Hambatan ada di waktu karyawan bank mengerjakan tugas yang banyak di kantor sehingga bagi *customer service* ini kendalanya merupakan waktu. Perbandingan riset ini merupakan riset ini mempelajari strategi pelaksanaan sebaliknya riset yang

¹² Destiya Sandra Dewi” Peran *Customer service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga”(Purwokerto, Institut Agama Islam Purwokerto, 2020)

saya jalani merupakan mempelajari tentang strategi pelayanan. Persamaan riset bersama memakai tata cara riset yang bertabiat deskriptif Kualitatif.¹³

4. Penelitian ini dilakukan oleh Intannia Cahyasari tahun 2019 dengan judul penelitian “Strategi Pelayanan *Customer service* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada PT.Bank Tabungan Negara (PERSERO) TBK Kantor Cabang Pekanbaru”. Metode penelitian menggunakan analisa data metode deskriptif kuatitatif. Hasil penelitian ini adalah lebih ditingkatkan lagi kecepatan dalam melayani nasabah kala kondisi nasabah banyak yang datang. Pertahankan terus unsurunsur pelayanan yang diterapkan oleh *customer service* yang meliputi keramahan, komunikatif, serta kerapihan dalam berpakaian. Perbandingan riset ini terletak pada objek riset yang dilakukandi PT. Bank Tabungan Negeri (PERSERO) TBK Kantor Cabang Pekanbaru, sebaliknya riset yang saya jalani di Bank Muamalat inonesia KCP Madiun. Persamaan Riset ini merupakan bersama mempelajari tentang strategi pelayanan *customer service*.¹⁴

5. Penelitain ini dilakukan oleh Nova Aprillah tahun 2021 dengan judul “Strategi *Customer service* Dalam Meningkatkan Pelayanan pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) kantor Cabang Panakukang Makassa”. Penelitian

¹³ Della Ariska” Strategi Penerapan *Customer service* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada BPRS Muamalat Harkat (studi BPRS muamalat harkat kec. Sukaraja kab seluma kota Bengkulu)”(Bengkulu, Institut Agama Islam Bengkulu, 2019)

¹⁴ Intannia Cahya Sari “Strategi Pelayanan *Customer service* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada PT.Bank Tabungan Negara (PERSERO) TBK Kantor Cabang Pekanbaru” (Riau, Universitas Negri islam Sultan Syarif Kasim 2019)

ini merupakan penelitian lapangan (Field Research) dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan strategi pelayanan yang utama meliputi Responsiveness (kilat paham) yang diberikan tiap- tiap *customer service* merupakan menuntaskan secara kilat serta pas dan tidak terburu-buru, membagikan pemecahan yang pintar, berempati, sopan serta lemah lembut dalam berbicara dengan nasabah. Perbandingan riset merupakan riset ini melaksanakan riset di Bank Rakyat Indonesia (BRI) kantor Cabang Panakukang Makassar sebaliknya riset yang saya jalani di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun. Persamaan riset bersama memakai tata cara riset yang bertabiat deskriptif Kualitatif.¹⁵

6. Penelitian ini dilakukan oleh Amilatus Sa'adah tahun 2016 dengan judul “Peranan *Customer service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember”. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, tempat yang dilakukan penelitian ini di Bank Muamalat Indonesia dan mengambil *Customer service*, Pimpinan Bank Muamalat Jember dan nasabah sebagai informan. Hasil dari penelitian ini adalah peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah sangatlah penting melalui pelayanan yang diberikan. Pelayanan *customer service* berupa memberikan kemudahan

¹⁵ Novi Aprillah “Strategi *Customer service* Dalam Meningkatkan Pelayanan pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) kantor Cabang Panakukang Makassar”(Makasar, Universitas Muhammadiyah Makasar, 2021)

kepada nasabah karena *customer service* merupakan jembatan penghubung atau perantara antara bank dengan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa atau produk-produk bank yang tersedia. Persamaan riset bersama memakai tata cara riset yang bertabiat deskriptif Kualitatif.¹⁶

7. Penelitian ini dilakukan oleh Yudit Miranda Setya Wardani, tahun 2019 dengan judul pertama “Penerapan pelayanan prima oleh *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah dan bank konvensional (studi kasus pada bri syariah metro dan bank eka metro)” . Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Masalah yang ada pada penelitian ini adalah pelayanan prima yang dilakukan oleh *customer service* pada Bank BRI Syariah Metro dan Bank Metro yaitu kurangnya sikap (*attitude*) *customer service*. Hasil penelitian ini bahwa menyimpulkan bahwa pelaksanaan pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah yang dilakukan oleh bank BRI Syariah Metro dan Bank Eka Metro sudah dilakukan dengan maksimal dan sebaik-baiknya, sehingga para nasabah tetap merasa puas dengan pelayanan prima yang diberikan oleh *customer service*. *Customer service* juga telah melaksanakan standar operasional prosedur dengan baik, meskipun dalam pelaksanaannya. Persamaan dari

¹⁶ Amilatus Sa’adah “Peranan *Customer service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember”

riset ini adalah sama-sama mempelajari tentang pelayanan customer service yang mempengaruhi kepuasan nasabah¹⁷

8. Penelitian ini dilakukan oleh Muhaimin, tahun 2018 dengan judul “analisis kualitas pelayanan sebagai upaya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pada nasabah (studi pada KSPPS BMT Fajar Pringsewu)” Penelitian ini Merupakan penelitian lapangan yang bersifat kualitatif, metode pengumpulan datanya dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah standar operasional prosedur pelayanan KSPPS BMT Fajar Pringsewu sudah sesuai dengan prosedur akan tetapi pada prakteknya masih perlu adanya monitoring dan pelatihan agar dapat meningkatkan kinerja mereka dimasa mendatang. Persamaan dengan penelitian ini keduanya membahas mengenai pelayanan untuk memberikan kepuasan pada nasabah. Perbedaannya penelitian muhtadin lebih konsen kepada analisis kualitas pelayanan sedangkan penelitian ini lebih konsen ke strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.¹⁸
9. Penelitian ini dilakukan oleh Shintesa Sastrawan Sakti, tahun 2018 dengan judul “Implementasi Service Excelent Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Batu Ditinjau Dari Kepuasan Pelanggan”. Penelitian ini menggunakan

¹⁷ Yudit Miranda Setya Wardani, “Penerapan Pelayanan Prima Oleh *Customer service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Kasus Pada Bri Syariah Metro Dan Bank Eka Metro)” (Metro, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019).

¹⁸ Muhaimin, “Analisis Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pada Nasabah (Studi Pada KSPPS BMT Fajar Pringsewu)” (Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

metode kualitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan Bank BRI Syariah KCP Batu telah melakukan beberapa strategi guna untuk melayani nasabah agar nasabah merasa puas dan nyaman. Strategi yang digunakan yaitu memakai teori A6, yang meliputi ability (kemampuan), *attitude* (sikap), appearance (penampilan), attention (perhatian), action (tindakan), accountability (tanggungjawab). Persamaan dari penelitian ini adalah keduanya membahas tentang pelayanan yang diberikan pihak perbankan guna menciptakan kepuasan bagi nasabah.¹⁹

10. Penelitian ini dilakukan oleh Nasmila, tahun 2021 dengan judul “Strategi *Customer service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Di PT. Bank Muamalat TBK KCP Parepare” penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah pelayanan customer service pada PT Bank Muamalat Tbk parepare merupakan aspek yang penting dalam menjalankan bisnis adalah sebuah pelayanan nasabah, ada beberapa factor yang mempengaruhi *customer service* dalam meningkatkan pelayanan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama mempelajari tentang strategi *customer service*, selain ada persamaan juga ada perbedaannya yaitu pada penelitian nasmila pembahasannya hanya terfokus pada strategi *customer service* dalam meningkatkan pelayanan,

¹⁹ Shintesa Sastrawan Sakti, “Implementasi Service Excelent Pada PT.Bank BRI Syariah KCP Batu Ditinjau Dari Kepuasan Pelanggan” (Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2018)

sedangkan dalam penelitian pdari peneliti terfokus pada strategi *customer service* dalam meningkatkan pelayanan yang mengarah kepuasan nasabah.²⁰

11. Penelitian ini dilakukan oleh Riska Wati tahun 2021 dengan judul penelitian Strategi Pelayanan *Customer service* Dimasa Pandemi Covid-19 dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah Kas Palembang Indah Mall. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan kepuasan nasabah jadi salah satu aspek yang mendukung pencapaian sasaran dari industri. Produk tabungan rofiqoh jadi salah satu produk yang sangat banyak diminati calon nasabah, tetapi pada bulan Juni nasabah menghadapi penyusutan serta kembali bertambah pada bulan Agustus serta September. *Customer service* mempunyai tugas ialah membagikan pelayanan yang terbaik buat nasabah ataupun tamu yang tiba supaya senantiasa merasa puas serta yakin. Perbandingan riset terletak pada objek riset ini dilakukan di Bank Sumsel Babel Syariah Kas Palembang Indah Mall sebaliknya riset yang peneliti jalani di Bank Muamalat indonesia KCP Madiun. Persamaan Riset ini merupakan bersama mempelajari tentang strategi pelayanan.²¹

²⁰ Nasmila, “Strategi *Customer service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Di PT. Bank Muamalat TBK KCP Parepare” (Parepare, Institut Agama Islam Parepare, 2021)

²¹ Riska Wati “Strategi Pelayanan *Customer service* Dimasa Pandemi Covid-19 dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah Kas Palembang Indah Mall”, (Palembang, Universitas Muhammadiyah Palembang, 2021)

12. Penelitian ini dilakukan oleh Yulia Ellawati tahun 2017 dengan judul penelitian “Peranan *Customer service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT. BPRS Safir Bengkulu”. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan jika kedudukan *customer service* pada PT. BPRS Safir Bengkulu ialah melayani nasabah serta membagikan data dengan memakai SOP (Standar Operasional Prosedur). Perbandingan riset ini melaksanakan riset di PT. BPRS Safir Bengkulu sebaliknya riset yang peneliti jalani di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun. Persamaan riset bersama memakai tata cara riset yang bertipe deskriptif Kualitatif.²²

13. Penelitian ini dilakukan oleh Wahyuni Nada Fatmawati, Tahun 2021 dengan judul “Analisis Strategi Pelayanan Prima Dalam Complain Handling Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCP Madiun)” penelitian menggunakan metode kualitatif. Dengan hasil penelitian Strategi pelayanan prima Bank Muamalat KCP Madiun dalam menangani complain nasabah telah sesuai dengan SOP yang ditentukan oleh Bank pusat. Strategi pelayanan prima yang dijalankan oleh Bank Muamalat KCP Madiun terhadap penyebab complain nasabah yaitu membiasakan pegawai dengan sikap tangkas untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah pada saat

²² Yulia Ellawati “Peranan *Customer service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT. BPRS Safir Bengkulu”, (Bengkulu, Institut Agama Islam Bengkulu, 2017)

nasabah complain. Cara Bank Muamalat KCP Madiun mengukur kepuasan nasabah yaitu dengan dilakukan oleh tim khusus yang mengacak datang kesemua cabang di Indonesia dan melakukan penyamaran sebagai nasabah. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kepuasan nasabah selain itu tempat penelitian sama-sama di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.²³

14. Penelitian ini dilakukan oleh Nirwa, Tahun 2018 dengan judul “Strategi *Customer service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Pt.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Batua Raya (Pendekatan Manajemen Islam)” menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Strategi *customer service* dalam memberikan pelayanan ada dua kategori diantaranya strategi pelayanan yang mendasar meliputi karyawan yang bertugas dibagian *customer service* harus bersikap ramah, komunikatif, name tag yang selalu diperlihatkan, Pelayanan *customer service* berupa memberikan kemudahan kepada para nasabah, karena *customer service* merupakan jembatan penghubung bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa/produk yang tersedia. Upaya yang dilakukan *customer service* terhadap pelayanan yang diberikan kepada nasabah dapat diketahui dengan keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari PT.

²³ Wahyuni Nada Fatmawati, “Analisis Strategi Pelayanan Prima Dalam Complain Handling Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Kcp Madiun)”, (Ponorogo, Institut Agama Islam Ponorogo, 2021)

Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, Unit Batua Raya itu bisa ditunjukkan dari adanya kepuasan mereka atas layanan yang selama ini diberikan. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi pelayanan *customer service*.²⁴

15. Penelitian ini dilakukan oleh Widyana Yulistiani, tahun 2022 dengan judul “Strategi *Customer service* dalam meningkatkan Loyalitas Nasabah Di KSPPS Berkah Abadi Gemilang” menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan hasil Penerapan pelayanan nasabah pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang didasari oleh prinsip 6S yang meliputi salaam, simple, soon, solution, see, dan smile. Di KSPPS Berkah Abadi Gemilang strategi pelayanannya sudah baik dan peran dari seorang *customer service* juga sudah maksimal. Hal tersebut menjadikan nasabah di KSPPS Berkah Abadi Gemilang rata-rata loyalitasnya bertambah. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi *customer service*. Untuk perbedaannya jika widyana lebih ke meningkatkan loyalitas nasabah sedangkan peneliti meningkatkan kepuasan nasabah, selain itu perbedaan tempat penelitian.²⁵

²⁴ Nirwa, “Strategi *Customer service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Batua Raya (Pendekatan Manajemen Islam)”, (Makasar, Universitas Negeri Islam Alauddin Makasar, 2018)

²⁵ Widyana Yulistiani, “Strategi *Customer service* dalam meningkatkan Loyalitas Nasabah Di KSPPS Berkah Abadi Gemilang”, (Kudus, Institut Agama Islam Kudus, 2022)

16. Penelitian ini dilakukan oleh Rika Ema Ivainaroh, Luthfi Hadi Aminuddin tahun 2022 dengan judul penelitian “*Customer service For Customers At Bank Syariah Indonesia Ngawi Sub-Branch*”. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian *field research* atau penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran *customer service* juga diterapkan di Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi cukup baik untuk meningkatkan citra nasabah dan bank. Praktik pelayanan di Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi sudah cukup baik, walaupun belum semua kriteria pelayanan yang baik telah dipenuhi atau dilakukan oleh *customer service* di Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi.²⁶ Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi menggunakan strategi layanan Ultimate Service dan strategi pengaduan nasabah. Pelayanan yang diberikan oleh *Customer service* Bank Syariah Indonesia sudah baik, dapat dilihat melalui *customer service* dalam menjalankan perannya, dalam menjalankan kriteria pelayanan yang baik, dan juga dapat dilihat dari penentuan strategi yang digunakan untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi. Perbandingan riset ini terletak pada objek riset yang dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi, sebaliknya riset yang saya jalani di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun. Persamaan riset yaitu

²⁶ Rika Ema Ivainaroh, Luthfi Hadi Aminuddin “*Customer service For Customers At Bank Syariah Indonesia Ngawi Sub-Branch*” (Ponorogo, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022)

menganalisis praktik pelayanan yang baik, strategi pelayanan dan dampak dari strategi pelayanan.

17. Penelitian ini dilakukan oleh Maulida Nurhidayati, Novi Kurnia Cahyani tahun 2021 dengan judul penelitian “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo”. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian *field research* atau penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan.²⁷ Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dan kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan nasabah, kemudahan tidak berpengaruh pada loyalitas nasabah akan tetapi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh pada loyalitas nasabah, Selain itu, kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh kemudahan terhadap loyalitas nasabah serta mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil ini pihak BSI dapat mulai meningkatkan kualitas pelayanan yang telah ada agar kepuasan dan loyalitas nasabah semakin meningkat. Selain itu perlu adanya panduan yang mudah untuk diikuti oleh nasabah agar nasabah menjadi aktif dalam menggunakan fasilitas e-channel yang disediakan. Perbandingan riset ini terletak pada tujuan penelitian, sedangkan persamaan riset terletak pada metode penelitian yang digunakan.

²⁷ Maulida Nurhidayati, Novi Kurnia Cahyani “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo” (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021)

F Metode penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu penelitian lapangan (*field research*) yaitu dengan cara mencari data secara langsung dilokasi penelitian dengan obyek yang diteliti. Karena jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, maka dalam pengumpulan data peneliti menggali data yang bersumber dari lapangan, yakni seperti data yang berhubungan dengan pelayanan yang dilakukan *customer service* bank muamalat Indonesia KCP Madiun.

Dan pendekatan yang digunakan penulis ialah pendekatan kualitatif. Dimana pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang berlandasan pada filsafat Postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah yang dimana peneliti sebagai instrument kunci dan juga menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, lisan dari orang-orang atau perilaku ilmiah. Penelitian yang dimaksud oleh peneliti adalah yang menggambarkan bagaimana pelayanan *customer service* yang terjadi di Bank Muamalat Inonesia KCP Madiun.

2. Lokasi/Tempat Penelitian (Penelitian Lapangan)

Jl. Kolonel Marhadi No.20, Pangongangan, Kec. Manguharjo, Kota Madiun, Jawa Timur, Kode Pos 63129. Dengan tlpn 0351-493400

Salah satu alasan penulis memilih Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun untuk dijadikan tempat penelitian yaitu karena Bank Muamalat Indonesia adalah lembaga keuangan yang berbasis syariah dan tidak sedikit yang memberikan pencitraan baik terhadap bank tersebut. Salah satu citra baik dari Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun terletak pada *Customer servicenya*. *Customer service* merupakan orang pertama yang melayani nasabah. Namun di sisi lain Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun masih memiliki hambatan antara *customer service* dengan nasabah, sedangkan jika kita ketahui *customer service* bank mauamalat Indonesia KCP Madiun sudah melayani nasabah sesuai dengan SOP yang ada.

3. Data dan sumber data

a. Data

Data sebagai semua fakta atau keterangan tentang sesuatu yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi.²⁸ Penulis berupaya menggali data dari lapangan yang berkaitan dengan:

- 1) Pelayanan *Customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.
- 2) Faktor pendorong dan penghambat pelayanan *Customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.

²⁸ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 6.

3) Dampak pelayanan *Customer service* yang terjadi Di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.

b. Sumber data

Sumber data yaitu sumber subjek dari tempat mana data bisa didapatkan.²⁹ Dalam penelitian ini sumber data berupa data yang diperoleh peneliti langsung dari responden melalui hasil wawancara anatar peneliti dengan narasumber yaitu *customer service* dikantor Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang berkaitan dengan strategi pelayanan *customer service*, faktor pendukung dan penghambat *customer service* serta dampak pelayanan *customer service*.

4. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara untuk memperoleh data. Wawancara merupakan pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide Tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu topik tertentu.³⁰ Wawancara dalam penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data. Data yang dimaksud yaitu data yang berkaitan dengan strategi *Customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

²⁹ Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Sigma, 1996), 28.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan F&D*, (Bandung: Alfabeta 2017),

5. Teknik pengelolaan data

Setelah semua data terkumpul dari lapangan, maka akan dilakukan analisis data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Reduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya serta mencari bila diperlukan.³¹ Dengan ini penulis mereduksi data yang disampaikan oleh beberapa pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun tentang strategi dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah.
- b. Penyajian data, yaitu semua informasi yang terkumpul sehingga dari informasi tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan yang kemudian dilakukan pengambilan tindakan penyajian data yang biasanya digunakan adalah bentuk narasi, bagan atau matrik. Dalam hal ini data yang disajikan berupa keterangan pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.
- c. Editing merupakan penilaian dan pemeriksaan kembali data-data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapan, kejelasan makna, keserasian

³¹ Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2014), 247.

antara yang satu dengan yang lainnya.³²Penulis akan mengambil data yang akan dianalisis sesuai dengan rumusan masalah saja.

- d. Menarik kesimpulan, pada awal hingga akhir pengumpulan data, penulis mencari beberapa kesimpulan awal sehingga dapat disusun secara urut dan runtut menjadi suatu konfigurasi tertentu. Sehingga ini adalah langkah terakhir dalam teknik pengolahan data.

6. Teknik analisis data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan hasilnya dapat diinformasikan kepada orang lain.³³ Dalam hal ini penulis melakukan analisis pada data deskriptif kualitatif yang merupakan data diperoleh dari wawancara yang sudah dilakukan dan kemudian dicocokkan dengan data literatur lalu diuraikan dengan Bahasa yang mudah dipahami dan ditarik menjadi sebuah kesimpulan.³⁴

Metode data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu metode deduktif, pembahasan yang diawali dengan menggunakan teori-teori yang bersifat umum, selanjutnya dikemukakan dalam kenyataan-kenyataan yang bersifat khusus yaitu dengan cara mengamati kejadian di lapangan dan

243. ³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan F&D* (Bandung:Alfabeta 2017),

³³ Ibid.,243

³⁴ Burhan Bugin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 47.

dianalisis lalu ditarik kesimpulan. Setelah penulis memperoleh data-data dari hasil peneliti kemudian dianalisis tentang strategi *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah yang dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun, kemudian penulis akan berusaha menganalisis apakah pelayanan prima merupakan kunci sukses keberhasilan yang dilakukan oleh *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun sudah sesuai dengan teori.

7. Teknik pengecekan Keabsahan data

Dalam penelitian kualitatif uji keabsahan/validity sangat diperlukan demi keaslian dan kendala serta tingkat kepercayaan data diperoleh. Teknik keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi. Salah satu pemeriksaan keabsahan data yang di manfaatkan sesuatu yang lain diluar data yang nantinya diolah untuk menganalisis hasil data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut dengan hasil data sekunder.³⁵

Uji keabsahan/validity ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Dengan teknik triangulasi maka peneliti akan menjadikan pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang bertanggung jawab pada *customer service* dengan strategi dalam meningkatkan kepuasan nasabah sebagai

³⁵ Lexy J. Meleong *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 330.

sumber pengumpulan data dan sebagai tolak ukur keabsahan data yang akan diolah menggunakan teknik triangulasi sumber.

G Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian untuk menghasilkan penelitian yang sistematis, maka diperlukan sistematika pembahasan agar lebih mudah mampu dipahami oleh pembaca yaitu sebagai berikut:

Bab I yaitu Pendahuluan. Menarik kesimpulan, pada awal hingga akhir pengumpulan data, penulis mencari beberapa kesimpulan awal sehingga dapat disusun secara urut dan runtut menjadi suatu konfigurasi tertentu. Sehingga ini adalah langkah terakhir dalam teknik pengolahan data

Bab II yaitu kajian teori. Bab ini menjelaskan kajian terdahulu strategi *customer service* dan kepuasan nasabah bank syariah yang digunakan sebagai landasan penelitian.

Bab III yaitu paparan data. Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian strategi pelayanan *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Meliputi pelayanan *customer service*, faktor pendorong dan penghambat serta dampak pelayanan dari *customer service*.

Bab IV Pada bab ini berisi tentang analisis antara data dan teori. yaitu pembahasan atau Analisis Strategi Pelayanan *Customer service* Bank Muamalat

Indonesia KCP Madiun, Analisis Faktor Pendorong Dan Penghambat *Customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah dan Analisis Dampak Dari Pelayanan *Customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah. Pada bab ini berisi tentang analisis antara data dan teori.

Bab V yaitu penutup. Dalam bab ini memuat kesimpulan dari bab sebelumnya atau hasil analisis dari penelitian, juga berisi saran yang layak dipertimbangkan

BAB II

STRATEGI PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DAN KEPUASAN NASABAH

A Strategi Pelayanan *Customer service*

1. Strategi pelayanan

Dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan publik, tentunya dibutuhkan adanya suatu strategi. Hal ini terkait dengan visi, misi, tujuan, sasaran, arah kebijakan, program dan kegiatan perusahaan yang tertuang dalam dokumen rencana strategi (*Renstra*). Konsep strategi merupakan sebuah konsep yang perlu dipahami dan diterapkan oleh setiap manajer atau pimpinan. Strategi merupakan terminologi yang digunakan luas oleh organisasi laba (*profit oriented*), yang kemudian dalam perkembangannya digunakan pula oleh organisasi publik lainnya, baik disektor birokrasi pemerintahan maupun oleh kalangan organisasi voluntir

Strategi pelayanan adalah proses rencana bantuan utama dalam kebaikan yang bermanfaat dan saling menghasilkan satu sama lain yang juga bersifat menyeluruh dan terintegritas berisikan sasaran dan program jangka panjang yang dirumuskan berdasarkan keunggulan dan kelemahan perusahaan atau instansi guna menghadapi peluang dan ancaman luar.³⁶

³⁶ Kasmir, *Etika Customer service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), 2.

Pelayanan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan apa yang diperlukan seseorang. Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.

Menurut Kotler dalam Hendro dan Syamswana definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pada umumnya pelayanan yang diberikan oleh produsen atau perusahaan yang memiliki kualitas yang baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.³⁷

Pemberian pelayanan atau jasa yang baik kepada nasabah akan memberikan kepuasan kepada para pelanggan yang akhirnya menciptakan loyalitas terhadap karyawan yang bersangkutan. Bila pelayanan yang

³⁷ Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya : Unitomo Press, 2019), 57.

diterima dapat memuaskan maka kualitas pelayanan atau jasa itu akan dipersepsikan baik, namun sebaliknya bila pelayanan yang diterimanya lebih dari rendah dari yang diharapkan maka kualitas atau jasa itu akan di persepsikan buruk.

Berberapa strategi pelayanan yang sering digunakan dalam dunia perbankan yaitu diantaranya adalah:

a. *Responiveness* (Cepat Tanggap)

Cepat Tanggap yaitu kesedian karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara tepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen.³⁸

b. *Competence* (kompetensi)

Kopetensi secara etimologi merupakan dimensi perilaku keahlian atau keunggulan seorang pemimpin atau staf mempunyai keterampilan, pengetahuan, dan prilaku yang baik³⁹

c. *Honesty* (Kejujuran)

Kejujuran dalam suatu perusahaan yang berhadapan langsung dengan masyarakat sangatlah penting, karena hal ini yang akan menentukan nasabah atau calon nasabah percaya atau tidaknya melakukan transaksi di bank tersebut⁴⁰

³⁸ M, Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung, Alfabeta, 2012), 197.

³⁹ Ibid, 201.

⁴⁰ Ibid, 202

d. Reability (Kehandalan)

Kemampuan untuk memberikan jasa atau pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan, terpecaya, akurat dan konsisten. Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan melalui promosi akan memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen. Misalkan salah satu bank syariah menjanjikan kemudahan dalam bertransaksi di ATM bank lain tanpa dikenakan biaya tambahan maka janji itu harus terbukti bahwasannya transaksi melalui ATM bank lain tanpa dikenakan biaya.⁴¹

e. Tangibles (Berwujud)

Pelayanan yang dapat dilihat oleh konsumen berupa penampilan fisik seorang pegawai, fasilitas, peralatan teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, dan terawat. Misalkan tampilan seorang *customer service* yang berpenampilan sesuai dengan SOP yang ada di bank tersebut.⁴²

Dari kelima strategi pelayanan tersebut merupakan strategi yang sering digunakan oleh suatu perbankan. strategi tersebut dibentuk agar karyawan bank mampu memberikan pelayanan terbaiknya kepada nasabah yang datang. Karyawan bank juga harus cepat tanggap, miliki kompetensi yang baik untuk melayani nasabahnya, dapat dipercaya,

⁴¹ M, Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung, Alfabeta, 2012), 198.

⁴² Ibid, 197

jujur dan mampu memberikan pelayanan terbaiknya merupakan bentuk dari karyawan yang memiliki kualitas pelayanan jasa yang baik. Jika hal ini berjalan dengan baik maka akan memudahkan suatu bank dalam meningkatkan jumlah nasabahnya.

2. *Customer service*

a. *Pengertian customer service*

Pengertian umum dari *customer service* adalah setiap kegiatan yang ditunjukkan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.⁴³ Dapat dipahami bahwa *customer service* adalah petugas perbankan yang berinteraksi secara langsung dengan nasabah atau calon nasabah, hal ini diharapkan dapat selalu memberikan kesan menarik.

Customer service harus mengetahui secara umum dan luas bentuk-bentuk pelayanan jasa dan produk bank dengan baik. Kesempatan berhubungan dengan nasabah yang cukup besar dapat dipergunakan secara efektif untuk menawarkan produk-produk bank lainnya dalam rangka cross selling. Pekerjaan *customer service* dikategorikan sebagai pekerjaan pokok, karena melalui pekerjaan tersebut terdapat interaksi awal antara bank dengan nasabah atau konsumen perbankan untuk melakukan pembukaan rekening simpanan atau memperoleh informasi

⁴³ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008), 249-250.

mengenai produk dan aktivitas tertentu bank. Jadi, seorang *customer service* memegang peranan sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, *customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan⁴⁴

Seorang *Customer service* juga diharapkan dapat memberikan pelayanan yang baik, cepat, tanggap, akurat dan ramah terhadap nasabah. Pelayanan yang baik, memuaskan dan maksimal yang diberikan oleh *Customer service* sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank yang bersangkutan. Seorang *Customer service* yang baik, tidak hanya dilihat dari segi fisik namun juga dilihat dari segi non fisik seperti kemampuan dan etika pelayanan.

Customer service dalam perspektif Islam adalah kegiatan yang di peruntukkan atau ditunjuk untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang memuaskan pelanggannya yang sesuai dengan etika Islam dan apa yang telah dijalankan oleh Rasulullah saw, selain

⁴⁴ Ibid.,250

itu *customer service* juga mempunyai karakteristik dalam pandangan Islam yaitu sebagai berikut:⁴⁵

1. Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak mengada-ngadakan fakta, serta tidak ingkar janji, dan berkhianat ke setiap pelanggan yang datang.
2. Bertanggung jawab dan terpercaya (*al-amanah*) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya oleh setiap pelanggan.
3. Tidak menipu (*al-kazib*) yaitu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah saw adalah tidak pernah menipu pelanggannya
4. Tidak melupakan akhirat yaitu ketika menjalankan bisnisnya tidak diperbolehkan terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dunia sedangkan akhirat dilupakan. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakan sebelum habis waktunya.⁴⁶
5. Berwujud (*tangible*). Kerapian dan kebersihan tempat harus diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

⁴⁵ Eli Sulastrri, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer service Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam, (Study Pada PT BPRS Mitro Agro Usaha Bandar Lampung)*”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Radn Intan Lampung, Lampung, 2017), 23-24.

⁴⁶ Ibid.23-24.

6. Ketanggapan (*assurance*). Pengetahuan dan kesopananpetugas, serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.⁴⁷

b. Fungsi dan tugas *Customer service* Bank

Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan *customer service* dengan sebaik mungkin dalam artian dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan bertanggung jawab dari awal sampai selesai pelayanan nasabah. Berikut penjelasan tugas *customer service* yang sesuai dengan fungsinya sebagai berikut:

1) Sebagai resepsionis

Menerima nasabah yang datang ke bank dengan ramah, sopan, tenak, simpatik, menarik dan menyenangkan. Memberikan perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan menjelaskan dengan bahasa yang mudah dimngerti tak lupa juga mengucapkan salam itu sikap yang harus dilakukan oleh seorang *customer service*. Dalam melayani nasabah *customer service* tidak diperbolehkan untuk makan, minum ataupun merokok.

2) Sebagai Deskam

Memberikan informasi mengenai produk-produk bank, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank, menjawab

⁴⁷ Novri Randi, “Peran *Customer service* Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada PT. BNI Syariah Cabang Pekanbaru”, (Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, 2014),13.

pertanyaan nasabah mengenai produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi.

3) Sebagai salesman

Menjual produk perbankan, melakukan cross selling, mengadakan pendekatan, dan mencari nasabah baru serta mempertahankan nasabah yang lama. *customer service* juga berusaha mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi nasabah, termasuk keberatan dan keluhan yang diajukan nasabah.

4) Sebagai *Customer Relation Officer*

Customer service harus menjaga image bank dengan cara, membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, sehingga nasabah merasa senang, puas dan makin percaya kepada bank. Yang terpenting adalah sebagai penghubung antara bank dan seluruh nasabah.

5) Sebagai Komunikator

Customer service memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. Di sisi lain sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi.⁴⁸

c. Peran *Customer Service*

⁴⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 250-252.

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

- 1) Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
- 2) Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.⁴⁹

⁴⁹ Kasmir, *Etika Customer*, 181.

d. *Wewenang customer service*

Selain memiliki tugas dan fungsi, maka seorang *Customer service* pun memiliki wewenang. Wewenang inilah yang merupakan wujud konkrit tugas secara lebih khusus terhadap pekerjaan yang diembannya, yaitu menyelesaikan pekerjaansampai tuntas dengan baik (tidak ada yang tergantung atau tidak ada masalah yang timbul dari pekerjaanya, kecuali memang hal itu terjadi di luar jangkauannya.

Menurut Anggraeni (2013:3) *Customer service* memiliki wewenang sebagai berikut:

- 1) . Menyaksikan nasabah mengisi dan menandatangani formulir aplikasi serta perjanjian-perjanjian
- 2) Melakukan penolakan permintaan pembukaan rekening bila tidak memenuhi syarat atau prosedur yang ditetapkan oleh bank
- 3) Melakukan merevisi tanda tangan nasabah
- 4) Melakukan penutupan rekening baik atas permintaan nasabah maupun karena sebab lainnya sesuai prosedur bank

e. *Etika Customer service*

Menurut Kasmir (2008;8) beberapa etiket yang harus diperhtaikan dalam melayani nasabah adalah sebagai berikut: ⁵⁰

- 1) Sikap dan Perilaku

⁵⁰ Ibid.,182

Sikap dan perilaku yang ditunjukkan kepada nasabah pada saat berhubungan setiap hari harus dijaga dengan baik dan peduli terhadap nasabah tersebut.

2) Penampilan

Penampilan secara keseluruhan adalah mulai dari cara berpakaian, cara berbicara, perilaku dan sikap *Customer service* harus dapat membuat nasabah terkesan. Penampilan harus selalu terlihat gembira dan senang pada saat berhubungan dengan nasabah.

3) Cara Berpakaian

Cara berpakaian artinya cara menggunakan baju, celana dan aksesoris yang melekat pada pakaian itu. Pakaian harus serasi antara baju dan celana termasuk warna yang dipilih. Selain itu pakaian harus terlihat rapi, bersih, dan wangi sehingga nasabah senang berada didekatnya.

4) Cara Berbicara

Cara berbicara kepada nasabah harus jelas dan singkat. Nasabah senang dengan pembicaraan yang jelas langsung kepada point masalah. Jangan membahas hal-hal yang bukan pokok masalah dan jangan melakukan pembicaraan yang sifatnya mengejek nasabah.

5) Gerak Gerik

Gerak gerik artinya pergerakan anggota badan yang diperlihatkan di depan nasabah meliputi mimik wajah, pandangan mata, gerak

tangan, gerakan kaki, cara duduk dan cara berjalan. Jangan membuat gerak gerik yang mengakibatkan nasabah tersinggung. Misal memandang depan muka sinis dan cemberut. Ekspresi wajah selalu senyum dan senang agar saat nasabah datang merasa nyaman.

6) Cara Bertanya Nasabah ⁵¹

Memiliki karakteristik yang berbeda. Ada nasabah yang cerewet, ada pula yang pendiam. Sebagai seorang *Customer service* harus memiliki inisiatif untuk bertanya pada nasabah yang pendiam. Ada nasabah yang cepat dalam menanggapi setiap pertanyaan ada pula nasabah yang sulit memahami maka dari itu seorang *Customer service* harus memiliki kesabaran khusus dan cara bertanya pun harus dibedakan dengan nasabah yang cepat tanggap.

B Kepuasan Nasabah Bank Syariah

Memuaskan kebutuhan konsumen merupakan keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti

⁵¹ Ibid.,182

kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Menurut Day dalam Tse dan Wilton (Tjiptono, 2004:146) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respons konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian / diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.⁵²

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007:177).⁵³

Sedangkan menurut Hasan (2014:90), kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respon konsumen terhadap evaluasi ketidakpuasan yang dipersepsikan antara harapan sebelum pembelian dari kinerja aktual produk/jasa yang dirasakan setelah pemakaiannya.⁵⁴

⁵² Dr. Rosnaini Daga, Citra, *Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, (Sulawesi selatan: GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE, 2018), 77.

⁵³ Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya : unitomo press, 2019), 82-83

⁵⁴ Dr. Rosnaini Daga, Citra, *Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, (Sulawesi selatan : GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE, 2018) 77

Berdasarkan beberapa definisi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan respons yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap pelayanan atau kinerja (hasil) yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja (hasil) dengan harapan yang diinginkannya. Apabila kinerja (hasil) yang diterima lebih dari harapan maka konsumen tersebut merasa puas, begitu pula sebaliknya apabila kinerja (hasil) yang diterimanya tidak memenuhi atau sama dengan harapannya maka dapat dikatakan konsumen merasa tidak puas akan kinerja (hasil) yang diterima.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan rasa lega yang dimiliki seseorang ketika dirinya telah mengonsumsi suatu produk atau jasa dari orang lain atau lembaga yang bersangkutan.

Menurut Hoffman dan Beteson kepuasan atau tidak kepuasan adalah perbandingan dari ekspektasi konsumen kepada persepsi mengenai interaksi jasa yang sebenarnya.⁵⁵

Sedangkan menurut Richard F. Gerson mengatakan yang dimaksud kepuasan pelanggan adalah harapan nya telah terpenuhi⁵⁶. Sehingga dapat disimpulkan dari definisi bahwa secara umum pengertian kepuasan pelanggan dilihat dari kesesuaian antara harapan atau keinginan pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya

Adapun beberapa Strategi kepuasan nasabah yang ingin dicapai oleh perusahaan diantaranya⁵⁷:

- a. Strategi pemasaran berkesinambungan (Relationship marketing strategy) yaitu, menjalin hubungan yang baik secara terus menerus (berkesinambungan) dengan nasabah, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi hubungan jangka panjang. Nasabah bukan hanya puas tetapi juga loyal terhadap bank.
- b. Strategi Pelayanan Prima yaitu, menawarkan pelayanan yang baik dibandingkan dengan pesaing. Usaha ini biasanya membutuhkan biaya yang cukup besar, tetapi juga memberikan dampak yang besar (positif)

⁵⁵ Mts.Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Layanan*,(Jakarta: Bayu Media Publishing,2007), 167.

⁵⁶ Ibid, 167

⁵⁷ M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta.2010), 205.

kepada nasabah. Begitu juga sebaliknya, jika biaya yang dikeluarkan kecil maka dampak yang dapat dirasakan oleh nasabah juga kecil (negatif). Didalam perbankan kepuasan nasabah sangat bernilai sehingga tidak asing, jika pelanggan disebut sebagai raja, yang dilayani dengan sebaik-baiknya. Didalam praktiknya apabila nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank, maka ada dua keuntungan yang diterima oleh bank, yaitu sebagai berikut:

1. Nasabah yang sudah lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank yang lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank.⁵⁸
2. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah⁵⁹.

Jika cara diatas dapat dipertahankan, bank akan dengan mudah mencapai tujuan dengan mudah tercapai tidak terlalu sulit. .memang dalam pelaksanaan di lapangan tidak selalu mudah, mengingat perilaku nasabah yang beragam. Akan tetapi setiap bank memiliki standar pelayanan yang harus dipenuhi guna melayani nasabah.

⁵⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2010), edisi revisi cet. 9, 237.

⁵⁹ Ibid, 237

Kepuasan nasabah yang diberikan akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan:

- a. Loyal kepada bank
- b. Mengulang kembali pembelian produknya.
- c. Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama.
- d. Memberikan promosi yang gratis dari mulut ke mulut.

Apabila kepuasan nasabah terus meningkat, maka perlu dilakukan atau dilaksanakan sebagai berikut:

- a. Memperhatikan kualitas pelayanan dari staf bank yang melayani nasabah dengan keramahan, sopan santun serta pelayanan cepat dan efisien.
- b. Faktor pendekatan dan kedekatan untuk berinteraksi dengan staf bank tersebut.
- c. Kenyamanan dan keamanan lokasi bank.
- d. Kemudahan memperoleh produk bank.
- e. Penanganan komplain atau keluhan.
- f. Kelengkapan dan kegunaan produk

Agar kita tahu bahwa nasabah puas atau tidak puas berhubungan dengan bank perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan nasabah. Dalam menentukan seberapa besar kepuasan nasabah terhadap suatu bank dapat

dilakukn dengan cara. Ada beberapa cara mengukur kepuasan nasabah yaitu dengan:

1. Sistem keluhan dan saran (*complaint and sugestion system*)

Bank meminta keluhan dan saran dari pelanggan atau nasabah dengan membuka kotak saran baik melalui surat, telepon bebas pulsa, katu komentar, kotak saran maupun berbagai sarana keluhan lainnya. Informasi ini dapat memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

Adanya sistem ini maka memudahkan sebuah bank dalam mengevaluasi kinerja karyawannya untuk lebih baik lagi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yang melakukan transaksi atau nasabah yang ingin berkonsultasi.

2. Survey kepuasan pelanggan

Bank perlu melakukan survey untuk mendeteksi komentar pelanggan, diharapkan dari survey ini didapatkan umpan baik yang positif dari konsumen. Adanya survey dari pihak bank atau kariyawan ke konsumen memberikan gambaran untuk bank agar bisa memberikan pelayanan yang lebih baik, dan apabila ada pelayanan yang kurang baik maka pihak bank bisa mengevaluasi. Hal ini juga baik untuk mempromosikan produk-produk yang ada di bank tersebut.

3. Pembeli bayangan (*ghost shopping*)

Perusahaan menempatkan orang tertentu baik orang lain maupun dari level manajemen sendiri sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaan sendiri. Pembeli bayangan ini akan memberikan laporan keunggulan dan kelemahan petugas pelayan yang melayaninya.

Adanya pembeli bayangan ini maka akan memberikan sesuatu yang bermanfaat bagi bank sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen dalam upaya mencari solusi dari sudut pandang konsumen.

4. Analisa pelanggan atau nasabah yang lari (*lost Customer analysis*)

Nasabah yang hilang akan dihubungi, kemudian di minta alasan untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, atau pindah ke bank lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi.⁶⁰

Adanya analisa ini maka bank bisa mengetahui permasalahan apa yang terjadi pada nasabah tersebut sehingga nasabah ingin pindah ke bank lain, apabila sudah mengetahui ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank, maka bank harus mencari jalan keluar agar tidak ada lagi nasabah yang pindah atau menutup rekeningnya.

⁶⁰ M. Nur Yanto, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung:: CV Alfabeta , 2012) 222-223.

BAB III

DATA PELAYAN *CUSTOMER SERVICE* DAN KEPUASAN NASABAH

A. Profil Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

1. Sejarah berdirinya Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

Berdasarkan Akta No. 1 tanggal 1 November 1991 M atau 24 Rabiul Akhir 1412 H, yang dibuat di hadapan Yudo Paripurno, SH, Notaris, di Jakarta, selanjutnya disebut "Bank Muamalat Indonesia" atau "BMI" yang didirikan dengan nama PT Bank Muamalat Indonesia. Akta pendirian tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 Tahun 1992 tanggal 21 Maret 1992 dan telah didaftarkan di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 berdasarkan Nomor 970 Tahun 1992 dan diumumkan dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 34 tanggal 28 April 1992 Tambahan Nomor 1919A

Bank Muamalat Indonesia Atau BMI didirikan atas gagasan Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan para pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia, sehingga pada tanggal 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia resmi beroperasi sebagai bank utama yang mempertahankan usahanya sesuai dengan standar syariah di

Indonesia. Setelah dua tahun, pada 27 Oktober 1994, BMI memperoleh izin sebagai bank dagang asing setelah terdaftar sebagai organisasi publik yang tidak tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Pada tahun 2003, BMI dipastikan memimpin Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak lima kali dan berubah menjadi lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah. Kegiatan korporasi ini semakin mengukuhkan posisi Bank Muamalat Indonesia dalam peta industri perbankan Indonesia. Selain itu, BMI terus berinovasi dalam mengeluarkan produk-produk seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Multifinance Syariah (Al-Ijarah Indonesia) dan Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) yang merupakan terobosan baru di Indonesia. Selain itu, Shar-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga sebagai tabungan utama instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa ini diluncurkan pada tahun 2011 dan mendapat penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan inovasi chip pertama di Indonesia serta administrasi e-channel, misalnya mobile banking, internet banking, cash management, dan ATM.

BMI juga melakukan perubahan pada logo bank untuk meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank Syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus merealisasikan berbagai

pencapaian serta prestasi yang diakui, baik secara nasional maupun internasional. Kini, dalam memberikan layanan terbaiknya, BMI beroperasi bersama beberapa entitas anaknya yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, DPLK Muamalat yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitul Maal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS)

BMI kian melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya tidak hanya di seluruh Indonesia, akan tetapi juga di luar negeri. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Dalam Operasional, Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 568 unit ATM Muamalat yang tersebar diseluruh Indonesia termasuk 1 unit ATM yang berada di Malaysia, dan terhubung dengan 120.000 jaringan ATM Bersama dan 77.000 ATM Prima serta 51 unit Mobil Kas Keliling. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 240 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Salah satunya yaitu Bank Muamalat Cabang Pembantu (Capem) Madiun. Bank Muamalat Capem Madiun ini berdiri pada tahun 2007 dan beralamat di Jalan Kolonel Mahardi No 28

Nambangan Lor, Kecamatan Manguharjo, Kota Madiun, Jawa Timur 63129.⁶¹

2. Visi, Misi dan Tujuan Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

- a. Visi “Menjadi Bank Syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar Bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui tingkat regional.”
- b. Misi Membangun lembaga keuangan Syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.⁶²

3. Produk-produk Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

Ada beberapa produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun, antara lain:

a. Produk penghimpunan dana

1) Tabungan *iB* Hijrah

Tabungan *iB* Hijrah merupakan tabungan yang nyaman digunakan dalam kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu

⁶¹ Profil Bank Muamalat Indonesia, www.bankmuamalat.co.id Diakses pada 23 Maret 2023 pukul 20.46 WIB.

⁶² Ibid..

Shar-E Debit yang berlogo Visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi belanja di merchant lokal dan luar negeri. Dapat juga digunakan dalam berbagai ragam layanan seperti realtime transfer/SKN/RTGS, isi ulang prabayar, bayar tagihan listrik, tagihan kartu pasca bayar, pembelian tiket dan pembayaran ZIS (zakat, infaq, sedekah) dengan Tabungan *iB* Hijrah melalui mobile banking dan internet banking. Keuntungan yang diperoleh dari tabungan *iB* Hijrah ini adalah bebas biaya layanan dan dapat mengikuti program/promo lainnya.

Sedangkan syarat yang dibutuhkan untuk pembukaan tabungan *iB* Hijrah ini cukup mudah, diantaranya:

- a) WNI: KTP / SIM / Paspor yang masih berlaku dan NPWP atau Surat Pernyataan
- b) WNA: KITAS/KIMS/Paspor/Surat Referensi
- c) Mengisi formulir pembukaan rekening & tax registration untuk WNA

2) Tabungan *iB* Hijrah Haji

Tabungan *iB* Hijrah Haji yang dimiliki Bank Muamalat ini menawarkan solusi lengkap untuk perjalanan ibadah haji kalian. Bank Muamalat juga merupakan salah satu bank penerima setoran biaya penyelenggaraan ibadah haji (BPS-BPIH) yang terdaftar di SISKOHAT Kementerian Agama Republik Indonesia.

Adapun keuntungan yang didapat nasabah dalam penggunaan tabungan *iB* Hijrah Haji, yaitu:

- a) Online dengan SSKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) Kementerian Agama.
- b) Tahun keberangkatan dan besarnya setoran dapat disesuaikan serta bebas biaya fasilitas autodebet.
- c) Ketenangan batin karena dana dikelola secara syariah.
- d) Setoran mudah, dapat melalui counter teller, ebanking dan transfer terjadwal (baik harian maupun bulanan).
- e) Umrah gratis melalui program Rezeki Haji Berkah, perlengkapan haji eksklusif (syarat dan ketentuan berlaku).

Adapun syarat-syarat yang dibutuhkan untuk pembukaan tabungan *iB* Hijrah Haji baik dewasa maupun anak-anak. Untuk dewasa persyaratan yang harus dilengkapi yakni fotokopi KTP/SIM dan NPWP, sedangkan anak-anak syarat yang harus dilengkapi yakni identitas orang tua (KTP dan NPWP dan akte kelahiran atau Kartu Keluarga).

Untuk dokumen persyaratan dalam pendaftaran porsi haji, antara lain:

- Asli KTP sesuai domisili dan mengikuti ketentuan KTP-el atau bukti identitas lainnya yang sah

- Asli Kartu Keluarga
- Asli Akte Kelahiran atau Surat Kenal Lahir atau Kutipan Akte Nikah atau Ijazah
- Buku Tabungan
- Pas foto berwarna ukuran 3 x 4 sebanyak 5 lembar (untuk Bank)
- Pas foto untuk Kantor KEMENAG
- Wajib ke Kantor KEMENAG sesuai identitas maksimal 5 hari kerja setelah dapat nomor validasi dari Bank.

3) TabunganKu Produk

TabunganKu adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan. Keuntungan dari produk tabunganKu adalah salah satu tabungan yang bebas biaya administrasi, dapat mengedukasi nasabah mengenai pentingnya menabung, khususnya bagi masyarakat yang baru memulai kegiatan menyimpan dana, terjangkau, dan mendapatkan Bonus atas dana simpanan yang disimpan.

Adapun syarat yang dibutuhkan untuk pembukaan produk tabunganKu:

- a) Tabungan perorangan dengan prinsip titipan (wadiah)
- b) Memiliki bukti identitas sebagai Warga Negara Indonesia

- c) Tidak diperkenankan untuk rekening bersama dengan status 'dan/atau'
- d) Satu orang hanya memiliki 1(satu) rekening di Bank Muamalat untuk produk yang sama, kecuali bagi orang tua yang membuka rekening untuk anak yang masih dibawah perwalian.
- e) Melengkapi dokumen sebagai berikut: aplikasi pembukaan rekening tabungan; kartu identitas yang berlaku (KTP/SIM/Paspor); NPWP atau surat pernyataan terkait kepemilikan NPWP; kartu pelajar atau surat keterangan dari sekolah yang telah bekerjasama dengan Bank sekolah; dan identitas orang tua atau wali.

4) Tabungan *iB* Hijrah Prima

Tabungan *iB* Hijrah Prima adalah tabungan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus investasi dengan aman dan menguntungkan. Tabungan *iB* Hijrah Prima dilengkapi dengan fasilitas Shar-E Debit Gold yang dapat digunakan di seluruh Jaringan Visa.

Tabungan *iB* Hijrah Prima juga dilengkapi dengan nisbah bagi hasil yang kompetitif dan fasilitas bebas biaya seperti realtime transfer, bebas biaya SKN dan RTGS. Syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam pembukaan tabungan *iB* Hijrah Prima antara nasabah perorangan dan non perorangan berbeda. Untuk nasabah

perorangan persyaratannya yaitu mengisi formulir pembukaan rekening dan melengkapi kartu identitas seperti, KTP / SIM / Paspor yang masih berlaku dan NPWP/Surat pernyataan untuk WNI dan untuk WNA yaitu KITAS / KIMS/Paspor/Surat referensi. Sedangkan nasabah non perorangan syarat yang harus dipenuhi yaitu, mengisi formulir pembukaan rekening dan melengkapi dokumen yang diperlukan seperti, NPWP, akta pendirian dan perubahan (jika ada), izin usaha yaitu TDP dan SIUP bagi badan usaha, dan bukti identitas diri penerima dan pemberi kuasa.

5) Tabungan *iB* Hijrah Rencana

Tabungan *iB* Hijrah Rencana adalah solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian di masa depan dengan lebih baik sesuai prinsip syariah.

6) Tabungan Prima Berhadiah

Tabungan dengan pemberian hadiah di muka sesuai keinginan nasabah tanpa diundi, dimana nasabah bersedia mengendapkan dana dalam jangka waktu tertentu. Keuntungan yang didapat antara lain, dapat membawa pulang hadiah diawal sesuai pilihan nasabah tanpa diundi, cukup menabung sekali minimum 50.000.000 selama 3-60 bulan, dan dana aman hingga jatuh tempo plus bagi hasil tabungan.

7) Deposito

Deposito syariah hadir dalam mata uang Rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal. Keuntungan yang didapat dari deposito yaitu:

- a) Menguntungkan, dapatkan bagi hasil yang optimal
- b) Ketenangan hati, dana investasi Anda dikelola secara syariah dan dapat memberikan ketenangan batin untuk Anda
- c) Fleksibel, pilih jangka waktu sesuai dengan kebutuhan Anda, yaitu 1, 3, 4, 6 atau 12 bulan
- d) Sebagai jaminan, kelak Anda bisa menggunakan Deposito *iB Hijrah* sebagai jaminan pembiayaan jika dibutuhkan.

8) Giro

Giro *iB Hijrah* merupakan simpanan berbasis akad syariah yang penarikannya dapat ditransaksikan menggunakan Cek, Bilyet Giro, Letter of Authorization (LOA), dan/atau Letter of Indemnity (LOI), serta sarana pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan di Bank.

Produk Giro ini menggunakan akad Wadi'ah, yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi bisnis dalam 3 mata uang asing (IDR, USD, SGD) yang didukung oleh Fasilitas Madina (Muamalat Digital Integrated Access). Pada Giro Attijary, BANK akan bertindak sebagai penerima dana titipan dan Nasabah bertindak sebagai penitip dana.

9) Sukuk

Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) merupakan Surat Berharga Negara yang diterbitkan berdasarkan prinsip syariah, sebagai bukti atas bagian penyertaan terhadap asset SBSN, baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing (UU No. 19 Tahun 2008). SBSN merupakan instrumen investasi yang dapat memberikan potensi imbal hasil tetap dengan tingkat risiko yang relatif rendah.

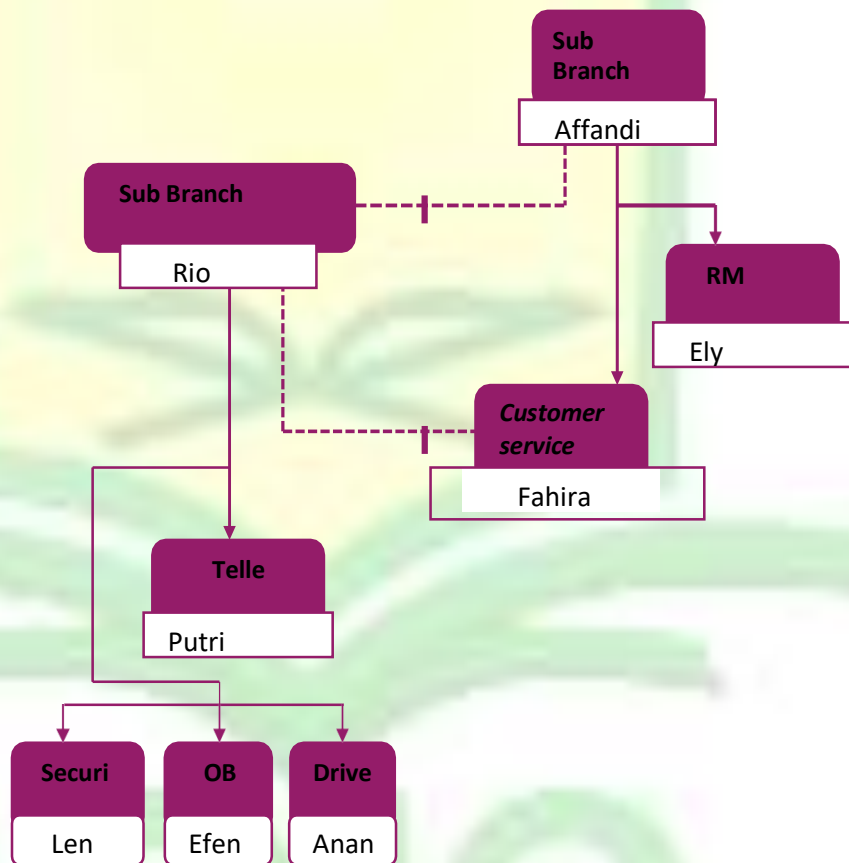
Bank Muamalat Indonesia menawarkan solusi melalui investasi pada rangkaian produk SBSN. Jangka waktu SBSN tergantung pada masing-masing seri yang diterbitkan oleh Pemerintah Republik Indonesia. Saat ini Bank Muamalat hanya memasarkan SBSN yang diterbitkan oleh Pemerintah Republik Indonesia yang terdiri atas, SBSN Ritel (Sukuk Ritel dan Sukuk Tabungan), SBSN Berbasis Pembiayaan Proyek (Project Based Sukuk), dan SBSN dalam Mata Uang Asing (USD; INDOIS).⁶³

⁶³ Profil Bank Muamalat Indonesia, www.bankmuamalat.co.id Diakses pada 23 Maret 2023 pukul 20.46 WIB.

4. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

Dalam menjalankan operasionalnya, Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun menyusun struktur organisasi sesuai dengan kebutuhannya yakni sebagai berikut:

Gambar 3.1
Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun



Sumber : Dokumen Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.⁶⁴

⁶⁴ Dokumen Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.

5. Job Deskripsi Jabatan

Berikut ini merupakan penjelasan mengenai job description antar posisi jabatan yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun:

a. Sub Branch Manager (SBM)

Sub Branch Manager adalah seorang bertugas membantu Branch Manager dalam melaksanakan kegiatan serta mengawasi kegiatan yang dijalankan oleh cabang. Tugas pokok SBM:

- 1) Memimpin kantor Bank Muamalat KCP Madiun, memonitor dan mensupervisi pencapaian financing dan funding sehingga mencapai target.
- 2) Mengendalikan pelaksanaan rencana kerja mengkoordinasi pelaksanaan operasional kantor.
- 3) Mengkoordinasi seluruh kegiatan dan saran untuk mencapai suatu target yang sesuai dengan visi dan misi dan bertanggung jawab pada Bank Muamalat KCP Madiun secara umum.

b. Relationship Manager (RM)

Bisnis Relationship Manager (RM) merupakan bagian dari tim penjualan yang bertugas untuk membangun dan memelihara hubungan bersama klien dan nasabah. Tugas Pokok RM:

- 1) Bertanggung jawab dalam kinerja marketing funding dalam mencapai target yang telah ditentukan. 60 1)

- a) Membina hubungan saling menguntungkan antar pihak Bank dengan nasabah.
- 2) Melakukan komunikasi intensif dan memberi solusi nasabah yang berhubungan dengan produk atau jasa.
- 3) Berkewajiban meningkatkan pelayanan dan pengetahuan perbankan kepada nasabah.

c. Sub Branch Operation Supervisor

Tugas pokok SBOS:

- 1) Bertanggung jawab kepada Branch Manager atas semua pelaksanaan standar operasional perusahaan.
- 2) Mengawasi dan melakukan koordinasi kegiatan operasional.
- 3) Melakukan pengembangan kegiatan operational.

d. *Customer service*

Customer service memiliki peran yang sangat penting dalam suatu bank, dimana memiliki tugas utama yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan nasabah. Tugas pokok CS:

- 1) Memberi penjelasan kepada nasabah tentang produk, syarat dan tata cara secara langsung atau melalui telepon.
- 2) Melayani pembukaan rekening tabungan, giro, dan deposito. 61
- 3) Melayani keluhan dari nasabah dan menyelesaikan dengan segera dan dengan benar dan menawarkan produk atau jasa kepada nasabah.

e. *Teller*

Teller ialah pihak bank yang bertugas untuk melayani nasabah dalam hal transaksi keuangan. Tugas pokok teller:

- 1) Membukukan transaksi yang berhubungan dengan penerimaan atau pengeluaran kas harian.
- 2) Pelaksanaan transaksi dalam keuangan tunai, penarikan dan setoran.
- 3) Melakukan pencocokan saldo dengan fisik uang saldo neraca harian.

f. *Security*

Tugas dari security atau satuan pengaman (Satpam) yaitu:

- 1) Membukakan pintu kepada nasabah saat nasabah datang dan pulang.
- 2) Siap siaga dalam menjaga keamanan dan memantau situasi kantor.
- 3) Membantu dalam mengeluarkan dan memasukkan uang bersama Teller dan Operation Officer.

g. *Office Boy*

Tugas dari Office Boy antara lain:

- 1) Menjaga kebersihan dan kerapian kantor.
- 2) Membantu karyawan jika diperlukan.
- 3) Memelihara semua peralatan dan perlengkapan kantor, dan selalu menyediakan minuman dan makanan untuk karyawan.

h. *Driver*

Tugas driver yaitu:

- 1) Memelihara kendaraan kantor.
- 2) Mengantar dan menjemput karyawan dalam melaksanakan tugas.
- 3) Siaga dalam melayani karyawan jika sewaktu-waktu diperlukan.

B. Strategi Pelayanan *Customer service* Di Bank Muamalat Indonesia KCP

Madiun

Customer service sebagai garda terdepan yang memberikan pelayanan kepada nasabah ataupun calon nasabah yang datang ke bank dengan memberikan pelayanan yang prima, perhatian penuh dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) pelayanan kepada setiap nasabah, dan menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan dengan bersikap ramah tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan serta memberikan pelayanan yang maksimal.

Customer service harus bersikap selalu memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas. Penggunaan bahasa yang mudah untuk dimengerti serta mengucapkan salam sesuai kondisinya. Oleh karena itu jika ada nasabah yang datang *customer service* akan mengucapkan salam sambil tersenyum ramah serta melayani nasabah yang sesuai kebutuhannya. Selama melayani nasabah *customer service* tidak diperkenankan merokok, makan, minum, atau berbincang sesama karyawan.

Kondisi di atas sebagaimana tergambar dari hasil wawancara peneliti dengan costomer service Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang bernama fariha yang mengatakan:

“Strategi Pelayanan yang diberikan kepada nasabah harus sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) dan SOP pelayanan *customer service* yang ada di Bank Muamalat ini yaitu menyambut nasabah dengan salam pembuka setelah itu memperkenalkan diri dan menawarkan bantuan kepada nasabah setelah itu melayani sesuai kebutuhan, dan yang terakhir menanyakan kembali apakah masih ada yang bisa dibantu atau tidak, jika tidak memberi salam. Sebagai pegawai Bank Muamalat indonesia, kita harus melayani nasabah semaksimal mungkin, karena itu adalah kewajiban seseorang *customer service* untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah, dengan bersikap sopan, ramah, jujur dan telaten serta fokus dalam dalam menghadapi nasabah yang datang ke bank”.⁶⁵

Pernyataan mbak Fariha senada dengan pernyataan bapak affandi sebagai branch manager Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang mengatakan:”*Customer service* kami selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah yang datang dan sesuai dengan standar opsional prosedur yang telah ditentukan oleh bank, karena dengan memberikan nasabah pelayanan yang prima akan membuat nasabah itu akan pengaruh baik pada bank kami”⁶⁶.

Pernyataan bapak affandi dibenarkan dengan pernyataan ibu aisyah sebagai nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang mengatakan: “Selama saya menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

⁶⁵ Fariha, Wawancara, 10 Februari 2023

⁶⁶ Affandi, Wawancara, 10 Februari 2023

saya merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan, terutama bagian *customer service*, setiap saya bertanya saya selalu menangkap jawabannya dengan jelas, dan selalu ramah dan sopan saat melayani jadi saya merasa nyaman menjadi nasabah disini”.⁶⁷

Pernyataan Ibu aisyah sama dengan pernyataan Ibu Bella sebagai nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang mengatakan: “Iya *customer service* sudah memberikan pelayanan yang baik, ramah dan sopan terlihat saat waktu itu pernah mengadukan permasalahan pada ATM saya dan dilayani dengan baik dan sabar oleh *customer service* dan saya merasa nyaman da puas menabung disini”.⁶⁸

Pernyataan Ibu Bella atas sama juga dengan nasabah lainnya yang bernama ibu zulfi sebagai nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang mengatakan: “Pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun selama ini saya merasa puas, karena setiap saya bertanya selalu dijawab dengan jelas dan dengan senyuman, sikap sopan, ramah, dan selalu bersikap tenang dalam melayani”.⁶⁹

Pernyataan Ibu zulfi di atas sama juga dengan nasabah lainnya yang bernama Bapak Rois sebagai nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP

⁶⁷ Aisyah, Wawancara, 10 Februari 2023

⁶⁸ Bella, Wawancara, 10 Februari 2023

⁶⁹ Zulfi, Wawancara, 10 Februari 2023

Madiun yang mengatakan: “Pelayanan yang diberikan oleh *customer service* cukup baik selama saya menjadi nasabah dan bahkan saya nyaman saat bertransaksi disini karena pelayanan cukup memuaskan menurut saya pribadi selain itu pegawainya yang ramah”.⁷⁰

Pernyataan Bapak Rois atas sama juga dengan nasabah lainnya yang bernama Bapak Sukar sebagai nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang mengatakan: “Pelayanan yang diberikan cukup baik dalam melayani kami sebagai nasabah yang menggunakan produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun ini, *customer service* juga ramah dan sopan ketika melayani jadi saya pribadi merasa nyaman saat dilayani”.⁷¹

Pernyataan Bapak Sukar di atas sama juga dengan nasabah lainnya yang bernama Ibu Muslikah sebagai nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang mengatakan: “Iya pelayanan disini baik dan ramah kepada setiap nasabah yang datang, *customer service* juga sopan saat melayani dan ramah jadi enak untuk membicarakan permasalahan yang saya alami dan pelayanannya pun begitu cepat”.⁷²

Pernyataan Ibu Muslikah di atas sama juga dengan nasabah lainnya yang bernama Ibu Eti sebagai nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP

⁷⁰ Rois, Wawancara, 10 Februari 2023

⁷¹ Sukar, Wawancara, 10 Februari 2023

⁷² Muslikah, Wawancara, 10 Februari 2023

Madiun yang mengatakan: “Saya pribadi sangat puas atas pelayanan yang diberikan di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun ini terutama pada bagian *customer service* ketika melayani begitu sopan dan ramah dan kami merasa nyaman dan itu alasan saya menjadi nasabah yang loyal karena saya sangat nyaman ketika bertransaksi”.⁷³

Pernyataan di atas juga diperkuat oleh Branch Operation Manager Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Bapak Affandi yang mengatakan: “*Customer service* di bank kami sudah memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah kami yang dimana pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) dan pelayanan utama di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dan kami selalu mengutamakan kepuasan nasabah agar nasabah merasa nyaman bertransaksi di bank kami”⁷⁴

Pernyataan-pernyataan dari nasabah yang peneliti wawancarai di atas, ketika peneliti melakukan observasi maka apa yang dikatakan mereka benar, *customer service* saat memberikan pelayanan kepada nasabah dengan ramah, sopan dan penuh kesabaran nasabah juga terlihat nyaman saat dilayani oleh *customer service*. *Customer service* sangat cepat dan tepat dalam melayani terlihat dari nasabah baru datang.

⁷³ Eti, Wawancara, 10 Februari 2023

⁷⁴ Affandi, Wawancara, 10 Februari 2023

C. Faktor Pendorong Dan Penghambat Strategi Pelayanan *Customer service*

Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah.

1. Faktor pendukung pelayanan *customer service* Bank Muamalat indonesia KCP Madiun dalam meningkatkan kepuasan nasabah

Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah bank muamalat Indonesia KCP Madiun dapat diketahui dengan melakukan wawancara dengan *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun untuk mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah, selain melakukan wawancara dengan *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun peneliti juga melakukan wawancara dengan nasabah yang sedang berada di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dengan pertanyaan mengenai beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan teori pelayanan yang berkaitan dengan strategi pelayanan yang merupakan menjadi faktor pendukung pelayanan *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah sebagai berikut :

1) *Reability*

Peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan data mengenai faktor internal yaitu *reability* dengan melakukan

wawancara dengan 3 nasabah yang berada di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dengan pertanyaan yang sama setiap nasabah dengan pertanyaan “apakah kemampuan *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dalam memberikan pelayanan sudah sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya?”

Dengan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti didapatkan 3 jawaban narasumber yang merupakan nasabah bank muamalat Indonesia KCP Madiun berikut hasil wawancara dari ibu aisyah “Iya *customer service* sudah memberikan pelayanan yang baik, ramah dan sopan terlihat saat waktu itu pernah mengadakan permasalahan pada ATM saya dan dilayani dengan baik dan sabar oleh *customer service* dan saya merasa nyaman dan puas menabung disini”.⁷⁵ Hal serupa diungkapkan oleh ibu eti “sudah sesuai *customer service* di Bank Muamalat ini sangat dapat dipercaya dan memberikan informasi yang akurat”⁷⁶ tidak berbeda dengan yang dikatakan bapak rois “pelayanannya bagus *customer service* di sini dan saya pernah mengalami kendala, sama belaiu juga dibantu dengan baik”⁷⁷

⁷⁵ Bella, Wawancara, 10 Februari 2023

⁷⁶ Eti, Wawancara, 10 Februari 2023

⁷⁷ Rois, Wawancara, 10 Februari 2023

Dari 3 nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang merupakan narasumber yang menyatakan bahwa *customer service* sudah melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan mereka juga mengatakan bahwa *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun selalu memberikan informasi yang akurat.

2) *Responsiveness*

Peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan data mengenai faktor internal yaitu cepat tanggap dengan melakukan wawancara dengan 3 nasabah yang berada di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dengan pertanyaan yang sama setiap nasabah dengan pertanyaan “apakah *customer service* sudah memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah ?”

Dengan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti didapatkan 3 jawaban narasumber yang merupakan nasabah bank muamalat Indonesia KCP Madiun berikut hasil wawancara bapak rois “iya *customer service* disini sangat cepat tanggap dalam menjawab pertanyaan dari nasabah”⁷⁸ hal serupa diungkapkan oleh ibu aisyah “bagus banget *customer service* disini langsung paham apa yang saya maksud”⁷⁹ tidak berbeda dengan ibu eti yang mengatakan

⁷⁸ Rois, Wawancara, 10 Februari 2023

⁷⁹ Aisyah, Wawancara, 10 Februari 2023

bahwa “customer disini sudah memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sesuai dengan keinginan saya”⁸⁰

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa 3 nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang peneliti jadikan narasumber menyatakan bahwa *customer service* sudah melakukan pelayanan dengan cepat tanggap dan tepat sesuai dengan permintaan nasabah.

3) *Tangibles*

Peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan data mengenai faktor internal yaitu bukti fisik dengan melakukan wawancara dengan 3 nasabah yang berada di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dengan pertanyaan yang sama setiap nasabah dengan pertanyaan “apakah *customer service* Bank Muamalat indoensia KCP Madiun sudah berpenampilan dengan sesuai ?”

Dengan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti didapatkan 3 jawaban narasumber yang merupakan nasabah bank mumalat Indonesia KCP Madiun berikut hasil wawancara ibu lina mengatakan “penampilan *customer service* sangat rapi dan sopan saya suka”⁸¹ hal serupa dikatakan oleh ibu zulfı “sangat rapi dan

⁸⁰ Eti, Wawancara, 10 Februari 2023

⁸¹ Lina, Wawancara, 10 Februari 2023

customer service disini tidak lupa selalu memakai name tag”⁸²
pernyataan tersebut tidak jauh beda dengan pernyataan bapak sukar
“sudah sangat sopan penampilan *customer service* disini”⁸³

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa 3 nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang peneliti jadikan narasumber menyatakan bahwa *customer service* sudah berpenampilan sesuai dengan sop yang telah ditentukan oleh bank yaitu berpaikan rapi, bersih wangi dan selalu memakai name tag.

4) *Competence*

Peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan data mengenai faktor internal yaitu kompetensi dengan melakukan wawancara dengan 3 nasabah yang berada di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dengan pertanyaan yang sama setiap nasabah dengan pertanyaan “ apakah *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun sudah memiliki pengetahuan dan perilaku yang baik?”

Dengan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti didapatkan 3 jawaban narasumber yang merupakan nasabah bank muamalat

⁸² Zulfi, Wawancara, 10 Februari 2023

⁸³ Sukar, Wawancara, 10 Februari 2023

Indonesia KCP Madiun berikut hasil wawancara ibu zulfi mengatakan “pengetahuan *customer service* disini luas beberapa pertanyaan yang saya ajukan beliau selalu menjawab dengan sopan”⁸⁴ hal serupa dikatakan ibu muslikah “mbak *customer servicenya* sangat sopan apalagi sama saya yang sudah tua dia bantu jawab dengan pelan-pelan”⁸⁵ pernyataan tersebut tidak jauh beda dengan bapak didin “mbak nya pintar dan sopan saya beliau pasti bantu keluhan saya”⁸⁶

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa 3 nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang peneliti jadikan narasumber menyatakan bahwa *customer service* Bank Muamalat Indonesia sudah memiliki pengetahuan yang bagus tentang produk-produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun selain itu *customer service* juga melakukan pelayanan dengan sopan.

5) *Honesty*

Peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan data mengenai faktor internal yaitu dapat dipercaya dan jujur dengan melakukan wawancara dengan 3 nasabah yang berada di Bank

⁸⁴ Zulfi, Wawancara, 10 Februari 2023

⁸⁵ Mushlikah, Wawancara, 10 Februari 2023

⁸⁶ Didin, Wawancara, 10 Februari 2023

Muamalat Indonesia KCP Madiun dengan pertanyaan yang sama setiap nasabah dengan pertanyaan “apakah seorang *customer service* di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun ini sudah berkata jujur ketika melayani nasabah?”

Dengan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti didapatkan 3 jawaban narasumber yang merupakan nasabah bank mumalat Indonesia KCP Madiun berikut hasil wawancara ibu bella “karna saya nasabah sudah lama, dan selama menjadi nasabah di bank ini *customer service* selalu menjaga rahasia nasabah dan berkata jujur”⁸⁷ hal serupa juga dikatakan ibu zulfi “saya selalu percaya kalua *customer service* disini berkata jujur dan dapat dipercaya untuk menjaga rahasia nasabah”⁸⁸ perkataan tersebut tidak jauh berda dengan pernyataan bapak sukar “tidak pernah ada kendala tentang kebocoran data nasabah jadi saya percaya *customer service* disini berkata selalu jujur insyallah”⁸⁹

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa 3 nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang peneliti jadikan narasumber menyatakan bahwa *customer service* dalam

⁸⁷ Bella, Wawancara, 10 Februari 2023

⁸⁸ Zulfi, Wawancara, 10 Februari 2023

⁸⁹ Sukar, Wawancara, 10 Februari 2023

melakukan pelayanan di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun sudah dapat di percaya dan berkata jujur.

b) Faktor penghambat pelayanan *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dalam meningkatkan kepuasan nasabah

1) Kurangnya sumber daya manusia (SDM)

Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun hanya memiliki satu karyawan pada bagian *customer service*, terbatasnya jumlah karyawan ini menyebabkan antrian, walaupun antrian ini tidak terjadi setiap hari dimana hanya waktu tertentu saja, namun dari keterbatasan jumlah *customer service* bukan berarti pelayanannya tidak baik.

Customer service lebih meningkatkan pelayanan kepada nasabah dengan memberikan pelayanan yang prima. Keterbatasan *customer service* disebabkan dari sempitnya lokasi Bank yang tidak memungkinkan untuk menambah SDM pada *customer service*. Ketika *customer service* yang bertugas mengambil cuti akan digantikan oleh pegawai lain yang pernah bertugas menjadi *customer service*.

Gambaran kondisi di atas, sebagaimana tergambar dari hasil wawancara peneliti dengan mbak fahira sebagai *customer service* yang mengatakan:

“Iya disini kami hanya mempunya 1 *customer service*, posisi *customer service* yang hanya satu sering kali membuat antrian banyak, dan kadang koalahan dalam melayani, walaupun itu terjadi ada masanya, namun kita juga memberikan pelayanan yang prima untuk nasabah kami agar nyaman untuk bertransaksi di bank, walaupun bank myamalat indonesia KCP Madiun ingin menambah *customer service* mungkin itu tidak memungkinkan karena lokasi yang tidak luas untuk penmbahan SDM”.⁹⁰

Pernyataan di atas dibenarkan dengan hasil wawancara peneliti dengan Ibu Aisyah sebagai nasabah BMI KCP Madiun yang mengatakan:

“Iya *customer service* yang hanya satu membuat kami sebagai nasabah saat ramai terkadang lama ngantri, namun walaupun *customer service* disini hanya 1 tidak membuat saya merasa kecewa karena pelayanan yang diberikanpun begitu baik, sopan dan lemah lebut yang membuat betah jadi nasabah disini, saya memaklumi jika ada penmbhan mungkin tidak bisa karena lokasi untuk *customer service* yang lain tidak ada tempatnya”.⁹¹

Pernyataan Ibu aisyah di atas sama dengan hasil wawancara peneliti dengan Bapak rois sebagai nasabah BMI KCP Madiun yang mengatakan “Iya *customer service* disini hanya satu walaupun ditambah tidak memungkinkan karena keadaan lokasi untuk *customer service* yang akan bertugas tidak ada, namun dari segi pelayana yang

⁹⁰ Fahira, Wawancara, 10 Februari 2023

⁹¹ Aisyah, Wawancara, 10 Februari 2023

diberikan cukup memuaskan untuk saya jadi saya tidak merasa keberatan dengan hal itu”.⁹²

Pernyataan di atas juga diperkuat oleh Branch Operation Manager BMI KCP Madiun bapak affandi yang mengatakan:

“*Customer service* disini hanya 1 yang ditugaskan karena memang dari dulu hanya 1, walaupun *customer service* disini merasa kwalahan saat banyak nasabah yang datang dan itupun terjadi hanya waktu tertentu saja, karena dengan tidak ada tempat untuk penambahan *customer service* yang membuat bank tidak bisa menambah, ketika *customer service* tidak bisa hadir biasa digantikan oleh karyawan yang pernah menjadi *customer service* sebelumnya”⁹³

Pernyataan-pernyataan dari nasabah yang peneliti wawancarai di atas, ketika peneliti melakukan observasi maka apa yang dikatakan mereka benar, dimana adanya *customer service* hanya 1 yang ditugaskan dan membuat nasabah menunggu lama walau hanya pada waktu tertentu namun ini bisa membuat nasabah akan merasa tidak nyaman. Namun *customer service* memberikan pelayanan yang terbaiknya untuk nasabah.

2) Waktu tunggu pelanggan dalam mendapatkan pelayanan

⁹² Rois, Wawancara, 10 Februari 2023

⁹³ Affandi, Wawancara, 10 Februari 2023

Customer service harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara cepat, tanggap, dan tepat serta memiliki kemampuan komunikasi yang baik, akan tetapi karakter nasabah yang berbeda membuat waktu tunggu pelanggan dalam mendapatkan pelayanan menjadi salah satu faktor penghambat hal tersebut diungkapkan oleh mbak fahira selaku *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

“ya kita sudah berusaha semaksimal mungkin untuk menjelaskan secara singkat padat jelas dan cepat akan tetapi kembali lagi dek ke karakter nasabah yang berbeda-beda, tidak semua nasabah langsung paham dengan istilah istilah yang menurut mereka baru didengar, contohnya mengenal kan produk-produk yang mereka belum tau sama sekali kadang butuh waktu untuk mereka mencerna, sehingga yang seharusnya semisal pelayanan ditargetkan setiap customer 15 menit mungkin bias jadi lebih”⁹⁴

Pernyataan mbak fahira tersebut di benarkan oleh bu lina yang merupakan salah satu nasabah Bank Muamalat “iya karna *customer service* nya hanya satu jadi kadang nunggunya lama apalagi kalau waktu lagi rame-rame nya terus nasabah nya ngga selesai selesai”⁹⁵

Hal serupa juga dikatakan bapak didin yang juga merupakan salah satu nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang mengatakan “iya kadang satu nasabah ada yang lama tapi mau gimana kita harus tetap antri sesuai dengan nomer urut”⁹⁶ ibu bella juga mengatakan “pas kalau lagi rame

⁹⁴ Fahira, Wawancara, 10 Februari 2023

⁹⁵ Lina, Wawancara, 10 Februari 2023

⁹⁶ Didin, Wawancara, 10 Februari 2023

buru buru juga terus ada nasabah yang lama kadang saya tinggal dulu sebentar atau kadang saya kesana nunggu pas mau jam tutup biar tidak terlalu ramai”⁹⁷

Pernyataan diatas di perkuat lagi oleh *customer service* Bank Muamalat Indonesia mbak fahira “ya kadang pernah ada yang komplain karna kelamaan nunggu tapi ya mau gimana kalau nasabah yang sebelumnya belum selesai kan ya ngga mungkin kita usir, ya mungkin kalua ada yang complain karna kelamaan kita bantu beri pengertian kepada nasabah tersebut”⁹⁸

D. Dampak Pelayanan *Customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Terhadap Kepuasan Nasabah

Terkait tugas *customer service* pada perbankan, Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun memiliki Standar Operasional Pelayanan untuk memastikan alur dari suatu pekerjaan sudah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Sistem ini bisa dipergunakan oleh *customer service* sebagai sumber acuan sebuah pekerjaan dari awal sampai akhir. Salah satu jenis Standar Operasional Prosedur yang wajib dibuat yaitu SOP dalam bidang pelayanan *customer service*. Terkait dampak pelayanan *customer*

⁹⁷ Bella, Wawancara, 10 Februari 2023

⁹⁸ Fahira, Wawancara, 10 Februari 2023

service terhadap kepuasan nasabah, dapat diketahui bahwa nasabah setiap bulan bahkan setiap hari terus meningkat. Hal tersebut tidak terlepas dari kinerja *customer service* dalam memberikan serta memasarkan produk yang ada di bank tersebut, dimana tugas yang ditetapkan sudah diterapkan dengan baik oleh *customer service*.

Hal ini dipaparkan *customer service* Bank Muamalat Indonesia melalui wawancara yang menyatakan bahwa: “*Customer service* selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah atau hubungan yang baik agar nasabah merasa puas dan nyaman atas pelayanan yang kami berikan agar nasabah tersebut tetap dan setia untuk menggunakan produk kami. Nasabah disini juga sudah dibilang loyal karena nasabah kami setiap tahunnya selalu bertambah”⁹⁹

Pernyataan mbak fariha dibenarkan dengan pernyataan ibu Aisyah sebagai nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun mengatakan: “Saya sudah termasuk nasabah yang loyal di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun ini karena menurut saya, saya sebagai nasabah selalu melakukan transaksi termasuk menabung disini dan saya menyimpan uang juga di bank ini”.¹⁰⁰

⁹⁹ Fahira, Wawancara, 10 Februari 2023

¹⁰⁰ Aisyah, Wawancara, 10 Februari 2023

Pernyataan Ibu Aisyah sama dengan pernyataan Ibu Bella sebagai nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang mengatakan: “Saya sudah menjadi nasabah di bank ini sudah lama sebelum pindah ke kantor sekarang ini, dan saya juga menyimpan hampir sebagian besar uang saya di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun”.¹⁰¹

Pernyataan Ibu Bella atas sama juga dengan nasabah lainnya yang bernama Ibu Zulfi sebagai nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang mengatakan: “Saya sudah lama menjadi nasabah disini karena merasa puas atas pelayanannya yang baik dan nyaman bahkan saya menyuruh teman-teman saya untuk menabung disini”.¹⁰²

Pernyataan Ibu Zulfi di atas sama juga dengan nasabah lainnya yang bernama Bapak Rois sebagai nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang mengatakan: “Saya disini termasuk nasabah yang loyal karena saya selalu menabung uang di bank ini saja, saya nyaman sekali menabung di bank ini karena karyawannya ramah dan sopan pada kami sebagai nasabah”.¹⁰³

¹⁰¹ Bella, Wawancara, 10 Februari 2023

¹⁰² Zulfi, Wawancara, 10 Februari 2023

¹⁰³ Rois, Wawancara, 10 Februari 2023

BAB IV

ANALISIS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* BANK MUAMALAT DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH

A. Analisis Pelayanan *Customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

Salah satu cara perusahaan bank agar dapat merebut pasar yaitu dengan memperoleh nasabah yang sebanyak-banyaknya. Peningkatan jumlah nasabah merupakan aspek yang penting untuk dilakukan melalui pemberian pelayanan yang optimal karena dengan pelayanan yang optimal memberikan dampak positif bagi perusahaan. Perusahaan akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah banyak apabila perusahaan itu dinilai dapat memberikan kepuasan bagi nasabah tersebut. Selain itu perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa serta kualitas pelayanan. Nasabah yang merasa puas atas pelayanan yang diberikan akan mampu mempertahankan nasabah yang lama untuk tetap membeli produk yang ditawarkan, dan juga nasabah yang lama dapat memberikan rekomendasi kepada orang lain serta mampu untuk menarik calon nasabah baru untuk mencobanya.

Pelayanan yang optimal akan mampu meningkatkan image perusahaan sehingga citra perusahaan di mata nasabahnya terus meningkat. Dengan memiliki citra yang baik, semua yang dilakukan perusahaan akan dianggap baik pula. Memberikan pelayanan bukanlah pekerjaan yang

mudah, akan tetapi bila pekerjaan tersebut dapat dilakukan dengan baik maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat yang besar.

Didalam teori nya Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta pelaksana yang dimiliki. Dalam penerapan konsep mengutamakan kepentingan pelanggan atau nasabah, bank memerlukan pelayanan prima.

Sedangkan dalam wawancara yang pernah dilakukan penulis bahwa salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis adalah sebuah pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan *customer service* harus sesuai dengan standarisasi yang telah ditentukan. Pelayanan prima menjadi faktor yang penting dalam *customer service* melayani nasabahnya agar menjadi puas.

Berdasarkan teori dan paparan data yang dilakukan di atas mengenai strategi pelayanan, peneliti menganalisis bahwa jika dilihat dari strategi pelayanan ketika *customer service* sedang melakukan pelayanan terhadap nasabah, hal ini disampaikan dari pertanyaan yang diberikan oleh peneliti di mana mereka sebagai nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun ketika setelah melakukan transaksi di *customer service* selalu merasakan kepuasan. Menurut peneliti hal itu sudah sesuai dengan teori yang

dipaparkan peneliti mengenai *service excellent* tentang pelayanan *customer service* yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.

B. Analisis Faktor Pendukung Dan Penghambat Pelayanan *Customer service* Bank Muamalat Indoneisa KCP Madiun Dalam Meningkatkan Kepuasan

Ada beberapa faktor pendukung dan penghambat *customer service* bank mauamalat Indonesia KCP Madiun dalm memberikan pelayanan antara lain yaitu:

- a. Faktor pendukung pelayanan *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dalam meningkatkan kepuasan nasabah

Didalam teorinya pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Pemberian pelayanan atau jasa yang baik kepada nasabah akan memberikan kepuasan kepada para pelanggan yang akhirnya menciptakan loyalitas terhadap karyawan yang bersangkutan.

Ada beberapa strategi pelayanan yang dijadikan sebagai faktor pendukung yang ditentukan oleh pihak bank dan dilakukan oleh *customer service* agar mencapai sebuah kepuasan nasabah antara lain :

1) *Reability*

Didalam teorinya *reability* yaitu bahwa kehandalan merupakan suatu karakteristik kinerja system dimana suatu system yang handal

harus dapat menunjukkan performasi yang memuaskan jika dioperasikan.

Dari beberapa hasil wawancara di paparkan data dapat di simpulkan bahwa 3 nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang merupakan narasumber yang menyatakan bahwa *customer service* sudah melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan mereka juga mengatakan bahwa *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun selalu memberikan informasi yang akurat.

2) *Responsiveness*

Didalam teorinya *responsiveness* atau Cepat Tanggap yaitu kesedian karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara tepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen.¹⁰⁴

Dari beberapa hasil wawancara di paparkan data dapat disimpulkan bahwa 3 nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang peneliti jadikan narasumber menyatakan bahwa *customer service* sudah melakukan pelayanan dengan cepat tanggap dan tepat sesuai dengan permintaan nasabah.

¹⁰⁴ M, Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung, Alfabeta, 2012), 197.

3) *Tangibles*

Dalam teorinya tangible meliputi tampilan fisik pelayanan, seperti fasilitas fisik, alat, atau perlengkapan dan juga penampilan pekerja. Tampilan fisik merupakan hal yang sangat penting yang harus di perhatikan bagi seorang pegawai yang berhadapan langsung dengan konsumen, seorang konsumen yang melihat pegawai dengan penampilan yang baik akan merasa nyaman ketika dilayani dan hal tersebut bisa memberikan kepuasan tersendiri dari seorang konsumen.

Dari beberapa hasil wawancara di paparkan data dapat disimpulkan bahwa 3 nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang peneliti jadikan narasumber menyatakan bahwa *customer service* sudah berpenampilan sesuai dengan sop yang telah ditentukan oleh bank yaitu berpakai rapi, bersih, wangi dan selalu memakai name tag.

4) *Competence*

Didalam teorinya competence atau Kopetensi secara etimologi merupakan dimensi perilaku keahlian atau keunggulan seorang pemimpin atau staf mempunyai keterampilan, pengetahuan, dan prilaku yang baik

Dari beberapa hasil wawancara di paparkan data dapat disimpulkan bahwa 3 nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang peneliti jadikan narasumber menyatakan bahwa *customer service* Bank Muamalat Indonesia sudah memiliki pengetahuan yang bagus

tentang produk-produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun selain itu *customer service* juga melakukan pelayanan dengan sopan.

5) *Honesty*

Didalam teorinya Kejujuran dalam suatu perusahaan yang berhadapan langsung dengan masyarakat sangatlah penting, karena hal ini yang akan menentukan nasabah atau calon nasabah percaya atau tidaknya melakukan transaksi di bank tersebut

Dari beberapa hasil wawancara di paparkan data dapat disimpulkan bahwa 3 nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun yang peneliti jadikan narasumber menyatakan bahwa *customer service* dalam melakukan pelayanan di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun sudah dapat di percaya dan berkata jujur.

Selain itu didalam peraktisnya memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan atau nasabah bukanlah suatu hal yang mudah mengingat banyak kendala yang dihadapi seperti *customer service* harus menghadapi berbagai macam karakter nasabah yang berbeda setiap harinya. Yang menjadikan faktor pendukung yaitu *customer service* harus bekerja sesuai dengan SOP yang sudah ditentukan oleh bank, begitu juga halnya ketika *customer service* sedang menghadapi nasabah yang sedang complain, *customer service* bank mauamalat indoneisa tetap melakukan pelayanan yang professional.

b. Faktor penghambat

Salah satu yang menjadi faktor penghambat bank muamalat Indonesia KCP Madiun yaitu

1) Kurangnya sumber daya manusia (SDM)

Didalam teorinya Menurut Ahmad Sanusi dalam bukunya mengemukakan jika abad silam disebut abad kualitas produk ataupun jasa, maka masa yang akan datang merupakan abad kualitas SDM. Sumber daya manusia yang berkualitas dan pengembangan kualitas SDM bukan lagi merupakan isu atau tema-tema retorik, melainkan merupakan taruhan atau andalan serta ujian setiap individu, kelompok, golongan masyarakat, dan bahkan setiap bangsa.

Menurut data yang didapatkan oleh peneliti Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun hanya memiliki satu karyawan pada bagian *customer service*, terbatasnya jumlah karyawan ini menyebabkan antrian, walaupun antrian ini tidak terjadi setiap hari dimana hanya waktu tertentu saja, namun dari keterbatasan jumlah *customer service* bukan berarti pelayanannya tidak baik.

2) Waktu tunggu pelanggan dalam mendapatkan pelayanan

Ketepatan waktu merupakan salah satu factor penting dalam menyediakan pelayanan yang efektif. Karakteristik pelayanan yang

baik harus memanfaatkan waktu seefisien mungkin sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan, sehingga pada waktu yang sudah ditentukan *customer service* dapat menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan prosedur dan tepat waktu.

Customer service harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara cepat, tepat dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Customer yang baik harus diikuti dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakuratan pekerjaannya, selain itu *customer service* dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya, agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah khususnya nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.

C. Analisis Dampak Dari Pelayanan *Customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan

merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Didalam teorinya ada beberapa Strategi kepuasan nasabah yang ingin dicapai oleh perusahaan diantaranya

1. Strategi pemasaran berkesinambungan (*Relationship marketing strategy*) menjalin hubungan yang baik secara terus menerus (berkesinambungan) dengan nasabah, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi hubungan jangka panjang. Nasabah bukan hanya puas tetapi juga loyal terhadap bank.
2. Strategi pelayanan prima (*Service Excellent*) menawarkan pelayanan yang baik dibandingkan dengan pesaing. Usaha ini biasanya membutuhkan biaya yang cukup besar, tetapi juga memberikan dampak yang besar (positif) kepada nasabah. Begitu juga sebaliknya, jika biaya yang dikeluarkan kecil maka dampak yang dapat dirasakan oleh nasabah juga kecil (negatif). Didalam perbankan kepuasan nasabah sangat bernilai sehingga tidak asing, jika pelanggan disebut sebagai raja, yang dilayani dengan sebaik-baiknya. Didalam praktiknya apabila nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank, maka ada dua keuntungan yang diterima oleh bank yaitu sebagai berikut:

- a) Nasabah yang sudah lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank yang lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank.¹⁰⁵
- b) Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah¹⁰⁶.

Strategi diatas digunakan peneliti untuk melakukan analisis mengenai dampak dari pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun. Peneliti juga melakukan wawancara dengan *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun mengenai dampak dari kedua strategi diatas dan beberapa nasabah mengenai hasil dari dampak pelayanan *customer service* tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dan beberapa nasabah megatakan bahwa *customer service* sudah melakukan pelayanan sebaik mungkin agar nasabah merasa puas dengan pelayanan. Dan dari pelayanan ini nasabah menjadi loyal terhadap Bank Muamalat Indonesia KCP

¹⁰⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2010), edisi revisi cet. 9, 237

¹⁰⁶ Ibid, 237

Madiun dan nasabah dengan suka rela mempromosikan produk-produk Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.

Kemudian jika dilihat dari teori dan hasil wawancara yang sudah dipaparkan mengenai dampak pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah. Dari strategi kepuasan nasabah peneliti menganalisis bahwa menjalin hubungan baik dengan nasabah akan memiliki dampak yang baik bagi perusahaan, dan tidak hanya itu memberikan pelayanan prima terhadap nasabah juga memberikan dampak baik terhadap perusahaan. Tidak hanya dalam jangka pendek tetapi hubungan jangka panjang. Nasabah bukan hanya merasa puas tetapi juga loyal terhadap bank. Menurut peneliti hal ini sudah sesuai antara teori yang dipaparkan peneliti mengenai dampak pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pelayanan yang diberikan *customer service* terhadap nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun sesuai dengan standarisasi yang ditetapkan. Dan tetap mengutamakan kepuasan nasabah.
2. Faktor pendukung *Customer service* dalam meningkatkan nasabah adalah dengan bekerja sesuai SOP yang telah ditentukan oleh bank selain itu ada strategi pelayanan juga merupakan salah satu yang menjadi faktor pendukung, sedangkan untuk Faktor Penghambatnya Penghambat kepuasan nasabah adalah kurang nya SDM di bank tersebut sehingga membuat waktu tunggu pelanggan sedikit lama, tetapi *Customer service* tetap melakukan pelayanan dengan profesional
3. Strategi *customer service* dalam pelayanan nasabah memberikan dampak baik baik bagi nasabah dan perusahaan. Nasabah tidak hanya merasa puas tetapi juga loyal terhadap bank.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan selama dilapangan dan melakukan wawancara dengan pihak yang terkait penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dapat konsisten mempertahankan kinerja pegawai untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* dan juga tidak hanya mengandalkan itu saja tetapi juga melakukan inovasi-inovasi tambahan mengenai produk Bank Muamalat Indonesia agar nasabah merasa puas.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi mengenai analisis pembiayaan bagi peneliti. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai strategi pelayanan *customer service* Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dalam meningkatkan kepuasan nasabah agar menghasilkan gambaran penelitian yang lebih luas tentang masalah yang sedang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Kristanto, Ovi Hari, *Strategi Pelayanan Nasabah di Pegadaian Cabang Mojokerto*, Mojokerto: IAIN Sunan Ampel, 2012
- Wahyuni, Ade Irma, "*Analisis Strategi dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman Medan*", Medan: UIN Sumatera Utara, 2020
- Lupiyaodi Rambut, A, Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat 2008
- Al Afifah, Azka, "*Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah (Study Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang)*"
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas* Jakarta: Prenhallindo, 2008
- Marlina, Desi "*Strategi Pelayanan Customer service dan Teller dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah*"(Metro, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018
- Dewi, Destiya Sandra" *Peran Customer service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga*" Purwokerto, Institut Agama Islam Purwokerto, 2020
- Ariska Della" *Strategi Penerapan Customer service dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada BPRS Muamalat Harkat (studi BPRS muamalat harkat kec. Sukaraja kab seluma kota Bengkulu)*" Bengkulu, Institut Agama Islam Bengkulu, 2019
- Sari, Intannia Cahya"*Strategi Pelayanan Customer service dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada PT.Bank Tabungan Negara (PERSERO) TBK Kantor Cabang Pekanbaru*" Riau, Universitas Negeri islam Sultan Syarif Kasim 2019

- Aprillah Novi *“Strategi Customer service Dalam Meningkatkan Pelayanan pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) kantor Cabang Panakukang Makassar”* Makassar, Universitas Muhammadiyah Makasar, 2021
- Sa’adah Amilatus *“Peranan Customer service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember”*
- Wardani Yudit Miranda Setya, *“Penerapan Pelayanan Prima Oleh Customer service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Kasus Pada Bri Syariah Metro Dan Bank Eka Metro)”* Metro, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019.
- Muhaimin, *“Analisis Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pada Nasabah (Studi Pada KSPPS BMT Fajar Pringsewu)”* Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018
- Sakti Shintesa Sastrawan, *“Implementasi Service Excelent Pada PT.Bank BRI Syariah KCP Batu Ditinjau Dari Kepuasan Pelanggan”* Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2018
- Nasmila, *“Strategi Customer service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Di PT. Bank Muamalat TBK KCP Parepare”* Parepare, Institut Agama Islam Parepare, 2021
- Wati Riska *“Strategi Pelayanan Customer service Dimasa Pandemi Covid-19 dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah Kas Palembang Indah Mall”*, Palembang, Universitas Muhammadiyah Palembang, 2021
- Ellawati Yulia *“Peranan Customer service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT. BPRS Safir Bengkulu”*, Bengkulu, Institut Agama Islam Bengkulu, 2017
- Fatmawati Wahyuni Nada, *“Analisis Strategi Pelayanan Prima Dalam Complain Handling Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCP Madiun)”*, Ponorogo, Institut Agama Islam Ponorogo, 2021

- Nirwa, “*Strategi Customer service Dalam Meningkatkan Pelayanan Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Batua Raya (Pendekatan Manajemen Islam)*”, Makasar, Universitas Negeri Islam Alauddin Makasar, 2018
- Yulistiani Widyana, “*Strategi Customer service dalam meningkatkan Loyalitas Nasabah Di KSPPS Berkah Abadi Gemilang*”, Kudus, Institut Agama Islam Kudus, 2022
- Ivainaroh Rika Ema, Luthfi Hadi Aminuddin “*Customer service For Customers At Bank Syariah Indonesia Ngawi Sub-Branch*” Ponorogo, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022
- Nurhidayati Maulida, Novi Kurnia Cahyani “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo*” Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021
- Wulansari Andhita Dessy, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan F&D*, Bandung: Alfabeta, 2017
- Meleong Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014
- Bugin Burhan, *Penelitian Kualitatif* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- Lexy J. Meleong *Metode Penelitian Kualitatif* Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015
- Kasmir, *Etika Customer service*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005
- Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: unitomo press, 2019
- Sutrisno Edy, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Rawamangun: Kencana, 2009, 202
- Rianto M, Nur, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung, Alfabeta, 2012
- Kamal Yusron Mustafa, *Strategi Pelayanan Customer service Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri*, Jurnal: Universitas Islam Negeri, Jakarta, 2016
- Bintoro, *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan*, Yogyakarta: Gava Media, 2017

Rahmayanty Rima, *Menejemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010

Bestari Mitra, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: UPFE-UMY 2005

Sunarto, *Menejemen 2*, Yogyakarta: Amus.

Kasmir, *Manajemen Perbankan.*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008

Sulastri Eli, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer service Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam, (Study Pada PT BPRS Mitro Agro Usaha Bandar Lampung)*”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Radn Intan Lampung, Lampung, 2017.

Randi Novri, “*Peran Customer service Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada PT. BNI Syariah Cabang Pekanbaru*”, Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, 2014.

Dr. Rosnaini Daga, Citra, *Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, Sulawesi selatan: GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE, 2018

Mts.Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Layanan*, Jakarta: Bayu Media Publishing, 2007

Yanto M. Nur, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV Alfabeta , 2012

Sumber wawancara

Affandi, *Wawancara*, 10 Februari 2023

Fahira, *Wawancara*, 10 Februari 2023

Aisyah, *Wawancara*, 10 Februari 2023

Bella, *Wawancara*, 10 Februari 2023

Rois, *Wawancara*, 10 Februari 2023

Sukar, *Wawancara*, 10 Februari 2023

Eti, *Wawancara*, 10 Februari 2023

Lina, *Wawancara*, 10 Februari 2023

Didin, *Wawancara*, 10 Februari 2023

Sumber Wbsite

Bank Muamalat Indonesia,”Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun” dalam www.bankmuamalat.co.id Diakses pada 23 Maret 2023