

**Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada
PT Bank Muamalat Kcp Binjai**

SKRIPSI MINOR

Oleh :

Dwi ariska

(0504162073)



PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

2019

**KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA
PT BANK MUAMALAT KCP BINJAI**

SKRIPSI MINOR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk

Memperoleh Gelar Ahli Madya (D-III)

Dalam Ilmu Perbankan Syariah

Pada Program D-III Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

OLEH :

DWI ARISKA
(0504162073)



PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

2019

LEMBAR PERSETUJUAN

**KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA
BANK MUAMALAT KCP BINJAI**

Oleh:

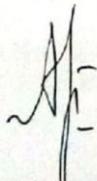
DWI ARISKA

NIM. 0504162073

Dapat disetujui sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya
(A,Md) pada program DIII Perbankan Syariah

Medan, Mei 2019

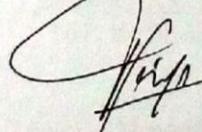
PEMBIMBING



Annio Indah Lestari Nst, SE, Msi
NIP. 197705312005012007

KETUA PROGRAM STUDI

D-III PERBANKAN SYARIAH



DR. Aliyuddin Abdul Rasvid, LC, MA
NIP. 196506282003021001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi minor ini berjudul “Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kcp Binjai” telah diuji dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan , pada tanggal 04 April 2018.

Skripsi telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada program Diploma III Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara.

Medan, 24 Mei 2019

Panitia Sidang Munaqasyah skripsi
Minor Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN SU Medan

Ketua



Yusrizal S.E., M.Si
NIP. 197505222009011006

Sekretaris



Fauzi Arif Lubis, MA
NIP. 198412242015031004

Anggota

Penguji I



Hendra Harmain, SE, M.Pd
NIP. 197305101998031003

Penguji II



Yusrizal S.E., M.Si
NIP. 197505222009011006

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Sumatera Utara



Dr. Andri Soemitra, MA
NIP. 19760572006041002

IKHTISAR

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa saat ini, karena dewasa ini masalah loyalitas pelanggan atau nasabah melalui kualitas pelayanana terbaik menjadi komitmen bagi perusahaan / perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya. Loyalitas nasabah merupakan tujuan akhir dari semua perusahaan perbankan karena hasil dari loyalitas tersebut bersifat jangka panjang dan berpengaruh pada keuntungan perusahaan. Sebagai perusahaan jasa, perbankan dituntut untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta berusaha memenuhi harapan mereka. Namun pada kenyataannya, loyalitas tidak mudah dibentuk dengan begitu saja. Kualitas pelayanan diharapkan mampu memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk tetap menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Sehingga terbentuk loyalitas dalam diri nasabah. Bank Muamalat Kcp Binjai tersebut menjadi lalulintas khususnya pembayaran uang kuliah dan menjadikan kualitas pelayanan sebagai pemikat untuk membuat nasabah dan calon nasabah merasa nyaman dengan kualitas pelayanan tersebut.

Rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah bagaimana Kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada bank muamalat kcp binjai. Tujuan penelitian ini guna mengetahui bagaimana bank tersebut melakukan pelayanan terhadap nasabah tidak tetap pada bank tersebut. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif, melalui metode ini data dikumpulkan dan dikelompokkan, dianalisis, kemudian di integrasikan sehingga menjadi gambaran yang jelas dan terarah mengenai masalah yang diteliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan dalam kualitas pelayanan kepada loyalitas nasabah bank membuktikan bahwa nasabah mampu merasakan kualitas pelayanan yang baik dan membuat nasabah menjadi semakin loyal dan menimbulkan kepuasan kepada bank muamalat kcp binjai.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan dan LoyalitasNasabah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan taufik dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi minor yang berjudul “Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah”. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW juga keluarga, sahabat, serta para umat yang senantiasa istiqomah berada di jalan-Nya.

Skripsi Minor ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Diploma (D3) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.md) Atas terselesainya skripsi minor ini penulis mengucapkan terima kasih sedalamdalamnya kepada semua pihak yang turut ikut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara rinci penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kepada Allah SWT yang telah memudahkan dan meridhai segala urusan dalam mengerjakan skripsi minor ini.
2. Kedua orangtua ku, ayah Sudirman, dan Ibu Mistiawati tercinta yang senantiasa selalu memberikan pengorbanan, kasih sayang, doa, dan semangat yang tiada henti serta telah menjadi motivasi dan inspirasiku. Dan abangda Dian Pratama yang selalu menjadi motivasi dalam menjalankan masa pendidikan.
3. Dr. Andri Soemitra, MA, selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.
4. Dr. Aliyuddin Al Rasyid, MA, selaku ketua jurusan Diploma Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.

5. Annio Indah Lestari Nasution, SE, M. Si, selaku dosen pembimbing terimakasih atas bimbingan dan kesabarannya sehingga skripsi minor ini dapat terselesaikan.
6. Kakak terbaik ku, Utami Handayani yang senantiasa selalu memberi nasehat, bantuan, serta kepedulian, serta pengertian selama perkuliahan.
7. Sahabat sibest, Rizqy Zainie, Feni Triana, Dina Wahyuni, Zulida Aulia Manurung, yang selalu memberikan bantuan, motivasi dan dukungan selama perkuliahan hingga proses skripsi minor, serta telah menjadi teman yang baik dalam proses perkuliahan dan berbagi keluh kesah serta keceriaan.
8. Teman bahagia Muhammad Ajid, yang selalu memberi dukungan dan keceriaan dalam pengerjaan skripsi minor ini.
9. Teman seperjuanganku D3 Perbankan Syariah E seperjuangan yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan, motivasi dan dukungan selama perkuliahan hingga proses skripsi, serta telah menjadi teman yang baik dalam proses perkuliahan.
10. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per-satu yang telah banyak membantu untuk menyelesaikan penelitian ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal itu tidak lain karena keterbatasan waktu, dan kemampuan yang dimiliki dalam memnulis skripsi minor ini. Untuk itu kepada para pembaca dapat memberikan saran yang membangun guna melengkapi skripsi minor ini. Semoga skripsi minor ini dapat bermanfaat bagi pembaca atau peneliti

berikutnya untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu Perbankan Syariah.

Medan, Mei 2019

Dwi Ariska
0504162073

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	I
LEMBAR PENGESAHAN	II
IKHTISAR.....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
DAFTAR ISI.....	VII
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Metode Penelitian.....	6
F. Sistematika Pembahasan	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kualitas Pelayanan	8
1. kualitas	8
2. Pelayanan	9
a) Pelayanan Publik.....	11
b) Pelayanan Prima.....	12
c) Pelayanan Perbankan	17
- Ciri-ciri pelayanan bank yang baik	22
- Dimensi kualitas pelayanan jasa	23
3. Kualitas Pelayanan	26
a) Kualitas layanan internal.....	27
b) Kualitas layanan eksternal.....	27
B. Loyalitas Nasabah	29
1. Pengertian Loyalitas nasabah.....	29
a) Karakteristik Loyalitas	31

b) Tingkatan loyalitas	31
------------------------------	----

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdiri dan Berkembangnya Bank Muamalat.....	33
B. Visi dan Misi Bank Muamalat	36
C. Arti Logo	39
D. Tujuan Berdirinya Bank Muamalat.....	40
E. Struktur Organisasi.....	41
F. Job Description.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kualitas Pelayanan Terhadap loyalitas Nasabah.....	50
---	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	55

Daftar Pustaka

Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era sesudah berlakunya kebijakan perbankan 1998, perbankan syariah semakin luas. Hal ini disebabkan berlakunya UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UU No.7 1992 tentang perbankan yang lebih memperjelas landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-undang tersebut juga diberikan arahan bank-bank konvensional untuk membuka cabang-cabang syariah atau bahkan mengonversi diri secara total menjadi bank syariah.¹

Banyak perbankan di Indonesia yang memiliki sistem dan cara tersendiri untuk menghimpun dana, dan mengalokasikannya secara tepat, agar menghasilkan keuntungan bagi pihak bank khususnya secara nasional pada umumnya sebagaimana menurut UU No 21 tahun 2008 tentang perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.”²

Persaingan bisnis menjadi semakin sangat tajam, baik dipasar domestik (nasional) maaupun dipasar internasional. Perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Terhadap berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Untuk

¹ Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah*, (Erlangga : 2010), h.91

² Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2010), h. 25.

mengantisipasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima dipasar. Salah satu yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah melalui pelayanan.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumennya yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.³ Secara umum, pelayanan di Indonesia masih dinilai kurang baik dan di anggap bertele-tele sehingga masalah tersebutlah yang harus diperbaiki oleh perusahaan dan lembaga lainnya agar dapat merubah citra buruk menjadi lebih baik.

Seperti yang kita ketahui, masalah adalah ketidak sesuaian suatu keadaan dengan apa yang diinginkan. Begitu juga halnya dalam dunia perbankan, perkembangan teknologi yang semakin maju membuat keunggulan suatu produk sulit untuk dipertahankan, karena pada dasarnya produk sulit untuk dipertahankan, karena pada dasarnya produk lebih mudah untuk ditiru. Untuk itulah pelayanan yang baik dan berkualitas sangat diperlukan agar dapat memberikan pelayanan yang prima dan kualitas sesuai yang diinginkan serta diharapkan oleh para nasabahnya agar dapat membuat nasabah merasa nyaman dan puas.

Sebagaimana kita ketahui bahwa produk ataupun pelayanan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tidak mungkin berjalan dengan sendirinya tanpa adanya konsumen. Oleh karena itu Bank Muamalat kcp Binjai dalam kegiatan

³ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama,2014), h.75

pemasaran pelayanan jasa membutuhkan konsumen untuk menyalurkan produk dan pelayanan jasa yang telah diterapkan.

Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan/citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan.

Baik bank syariah dan bank konvensional sebagai lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan terbaik (service excellent) untuk memenangkan persaingan dalam situasi yang semakin kompetitif. Untuk menghadapi persaingan perbankan yang semakin ketat, masing-masing bank mau tidak mau memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah.

Menurut Parasuraman, et al, pelayanan mengidentifikasi upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang

sesungguhnya mereka terima atau mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan perusahaan.⁴

Demikian pula dengan bisnis perbankan yang merupakan bisnis berdasarkan azas kepercayaan, masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan ini. Karena berhasil atau tidaknya suatu bisnis perbankan bergantung pada kepuasan nasabahnya.⁵

Perbankan sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, maka kualitas pelayanan haruslah diutamakan. Kualitas pelayanan itu sendiri dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Jadi untuk memenuhi kualitas pelayanan seperti yang diharapkan nasabah, pihak bank harus memberikan pelayanan yang prima dan unggul. Maka, bank Muamalat sebagai bank syariah pertama di Indonesia. Dalam hal ini, meningkatkan loyalitas nasabah, maka sangatlah penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

Loyalitas nasabah merupakan tujuan akhir dari semua perusahaan perbankan karena hasil dari loyalitas tersebut bersifat jangka panjang dan berpengaruh pada keuntungan perusahaan. Sebagai perusahaan jasa, perbankan dituntut untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta berusaha memenuhi harapan mereka. Namun pada kenyataannya, loyalitas tidak mudah dibentuk dengan begitu saja. Kualitas

⁴ R Agustinus Anggoro, dkk, (2007), *Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan Untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalty*, Jurnal Studi dan Organisasi, Vol. 4, No. 2, dalam (<http://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo>). Diakses 13 april 2018)

⁵ Al Arif, m. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bnadung : Alfabeta, 2012), h. 194

pelayanan diharapkan mampu memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk tetap menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Sehingga terbentuk loyalitas dalam diri nasabah.

Berdasarkan uraian di atas, penulis akan melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan yang di berikan bank Muamalat terhadap nasabah dan untuk loyalitas nasabah. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul “**Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Muamalat Kcp Binjai**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan di bahas dalam skripsi minor ini adalah Bagaimana kualitas pelayanan bank terhadap loyalitas nasabah pada Pt bank muamalat kcp binjai ?

C. Tujuan Peneliti

Mengacu pada perumusan masalah seperti yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan bank terhadap loyalitas nasabah pada Pt bank muamalat kcp binjai.

D. Manfaat Peneliti

Manfaat penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung yang dapat diambil dari penulisan skripsi minor ini adalah :

1. Bagi perusahaan diharapkan hasil penelitian ini berguna sebagai masukan dan rekomendasi yang patut dipertimbangkan nantinya.
2. Bagi peneliti, mendapatkan manfaat praktis berupa tambahan wawasan serta pengetahuan.
3. Bagi pembaca atau pihak lainnya, dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Melalui metode deskriptif data dikumpulkan, disusun, dikelompokkan, dianalisis, kemudian diintegrasikan sehingga menjadi gambaran yang jelas dan terarah mengenai masalah yang diteliti.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi dan waktu penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah di Bank Muamalat Kc Binjai Mulai 11-19 Maret 2019.

3. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh penulis adalah melalui wawancara mendalam (*indepth Interview*) dengan kepala cabang Bapak Muhammad Muslim.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih lanjut dan mempermudah penelitian dalam menyelesaikan permasalahan yang diteliti dengan tujuan agar nantinya penulis lebih terarah

dan mudah untuk dipahami, kemudian penulis membuat skripsi minor ini dalam lima bab. Setiap bab dibagi sub-subnya sebagai berikut:

1. Bab I PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menguraikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

2. Bab II LANDASAN TEORI

Pada bab ini, penulis menguraikan tentang pengertian pelayanan, jenis pelayanan, dan nasabah.

3. Bab III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, penulis menguraikan mengenai sejarah singkat bank Muamalat, struktur Organisasi, deskripsi tugas dan Pelayanan jasa pada bank.

4. Bab IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis menguraikan hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan yang di terapkan oleh bank terhadap loyalitas nasabah.

5. Bab V PENUTUP

Pada bab ini, penulis akan menguraikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Kualitas

Kotler merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Garvin menyatakan lima macam perspektif kualitas yang berkembang. Kelima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa kualitas bisa di artikan secara beraneka ragam oleh orang yang berbeda dalam situasi yang berlainan.

Adapun kelima macam perspektif kualitas tersebut adalah

a. Pendekatan Transendental (*transcendental approach*)

Dalam pendekatan ini kualitas dipandang sebagai keunggulan bawaan (*innate excellent*), dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan.

b. Pendekatan berbasis produk (*product-based approach*)

Pendekatan ini menganggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat di kuantitatifkan dan dapat diukur.

c. Pendekatan berbasis pengguna (*user-based approach*)

Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya, kualitas yang dirasakan merupakan produk berkualitas paling tinggi).

d. Pendekatan berbasis manufaktur (*manufacturing-based approach*)

Perspektif ini bersifat berdasarkan pasokan (supply-based) dan secara khusus memperhatikan praktik-praktik perekayasaan dan kemanufakturan serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kesamaan dengan persyaratan.

e. Pendekatan berbasis nilai (*value-based approach*)

Kualitas dalam perspektif relatif sehingga produk yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat untuk dibeli (*Best-buy*).⁶

2. Pelayanan

Menurut Kotler pelayanan adalah suatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.⁷ Menurut definisi lain, pelayanan adalah sebagai suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberi kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung dalam melayani pelanggan.⁸

Secara etimologis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Sejalan dengan pengertian tersebut, dapat dijabarkan karakteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut :

⁶ Sangadji, Etta mamang, dan Sophia, Perilaku Konsumen, (Yogyakarta : Andi Offset, 2013), h. 99

⁷ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service Quality dan Satisfaction*, (Yogyakarta: andi,2005), h.11

⁸ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada,2011), h.15

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- c. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Karakteristik tersebut dapat diwujudkan sebagai dasar pemberian pelayanan terbaik bagi nasabah. Pengertian lebih luas disampaikan David Dow dan Uttal bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan.⁹

Menurut Tjiptono definisi layanan adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya.¹⁰ Pada industri jasa, pelayanan merupakan kunci sukses dalam keberhasilan suatu organisasi bisnis atau perusahaan jasa. Pelayanan yang baik dan prima, harus dilakukan sesuai tuntutan dari pihak pelanggan, karena pelayanan menjadi titik tolak kepuasan, yaitu: kecepatan, keramahan, ketepatan dan kenyamanan.¹¹

Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan setiap tindakan yang bersifat menyenangkan orang lain, tidak berwujud dan tidak

⁹ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 75

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2004. h. 94.

¹¹ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 77.

mengakibatkan kepemilikan yang di tawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain disertai kemudahan dalam memenuhi kebutuhan.

a. Pelayanan Publik

Undang-undang dengan Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik memberikan defenisi pelayana publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Menurut Lewis dan Gilman (2005), bahwa pelayanan publik adalah kepercayaan publik. Pelayanan publik dilaksanakan secara bertanggung jawab dan sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang ada. Nilai akuntabilitas pelayanan yang diberikan dapat memberikan kepercayaan kepada masyarakat tentang pelayana yang diberikan.¹²

Kencana Syafiie dan Welasari (2015), memberikan pemahaman tentang ketentuan sebuah pelayanan itu berkualitas sebagai berikut :

- a) Adanya keandalan (*realibility*)
- b) Adanya tanggapan naik (*responsiveness*)
- c) Adanya kecakapan yang berwenang (*competence*)
- d) Adanya jalan untuk memulai (*acces*)
- e) Adanya sopan santun (*courstesy*)

¹² Hayat, *Manajemen Pelayanan Publik*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2017) h.21

- f) Adanya hubungan baik (*comunication*)
- g) Adanya kepercayaan (*security*)
- h) Adanya jaminan (*credibility*)
- i) Adanya pengertian (*understanding*)
- j) Adanya penampilan yang baik (*appearance*).

Pelayanan menjadi bagian tidak terpisahkan dari penyelenggaraan pemerintah. Pelayanan merupakan bentuk konkret pemerintah dalam melayani masyarakat. Kebutuhan masyarakat terhadap pemerintah adalah bersifat administratif maupun penyedia pelayanan tentunya harus melakukan pelayanan publik secara optimal untuk menghasilkan pelayanan publik yang dibutuhkan oleh masyarakat. Namun demikian, pelayanan publik yang baik harus didukung oleh tingkat partisipasi yang baik jua. Masyarakat sebagai penerima pelayanan juga harus bersifat aktif dan paryisipatif dalam penerimaan pelayanan, pemenuhan terhadap standar pemenuhan pelayanan, mendukung program-program pelayanan yang dilakukan sehingga keseimbangan dan kerja sama pelayanan dapat dilakukan secara baik. Pemerintah pelayanan yang baik adalah dengan tidak ada kesimpangan antara penerima dari pemberi pelayanan.¹³

b. Pelayanan Prima

Pelayanan prima adalah layanan yang bermutu tinggi, layanan yang istimewa yang terbaik dan layanan yang prima. *Servis excellent*

¹³ Ibid, h.16-17

menggambarkan etos/budaya kerja suatu perusahaan/bank/orgnisasi dan karyawannya. Apapun pelayanan kepada masyarakat tentunya telah ada suatu ketetapan tata laksana, prosedur, dan kewenangan sebagai penerima pelayanan puas apa yang telah diterimanya. Untuk memberikan pelayanan yang baik, cepat, dan cermat, suatu bank perlu memahami dan melaksanakan budaya pelayanan prima, yaitu suatu sistem pelayanan yang bertujuan untuk menyenangkan dan memuaskan nasabah. Pelayanan prima harus dilakukan sesuai dengan tuntutan dari pihak nasabah, karena pelayanan menjadi titik tolak kepuasan nasabah, yaitu:

1) Kecepatan

Kecepatan adalah kemampuan untuk membantu nasabah dan memberikan layanan yang cepat. Pelanggan atau nasabah sangat menginginkan pelayanan yang cepat dan tidak memakan waktu yang lama. Strategi tindakan yang dapat di ambil contohnya : menampilkan sikap positif, mengambil langkah segera untuk membantu nasabah dan memenuhi kebutuhan mereka.

2) Keramahan

Untuk menciptakan kerjasama yang baik, keramahan merupakan kunci keberhasilan suatu pelayanan.

3) Ketepatan

Pelayanan yang cepat disertai dengan ketepatan sesuai dengan keinginan nansabah.

4) **Kenyamanan**

Suasana yang nyaman sangat berpengaruh dalam membangun kinerja karyawan serta untuk menciptakan nasabah yang loyal.¹⁴

Budaya layanan prima adalah cara bagaimana menyelaraskan faktor-faktor yang berkaitan dengan budaya pelayanan prima. Berikut ini adalah faktor yang berkaitan dengan budaya pelayanan prima :

a) **Kemampuan** (ability)

Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang layanan prima yang dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan *public relation* sebagai instrumen dalam membawa hubungan ke dalam dan keluar organisasi/perusahaan.

b) **Sikap** (attitude)

Setiap insan mempunyai suatu perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan nasabah.

c) **Penampilan** (oppearance)

Penampilan adalah kemampuan seseorang baik yang bersifat fisik maupun nonfisik yang mampu merefleksikan kepercayaan deviden kredibilitas dari pihak lain.

¹⁴ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 77

d) Perhatian (attention)

Curahan perhatian seseorang adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritikan seorang nasabah.

e) Tindakan (action)

Melakukan sesuatu harus memerlukan tindakan. Tindakan adalah suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

f) Tanggung jawab (accountability)

Melaksanakan kegiatan tentu mempunyai tanggung jawab, yaitu suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.¹⁵

Berikut ini adalah manfaat yang diperoleh sebuah perusahaan atau institusi perbankan dengan melaksanakan budaya pelayanan prima bagi nasabahnya, yaitu:

1) Meningkatkan citra perusahaan

Berawal dari tingkat persaingan yang semakin tajam antara para pesaing perusahaan harus meningkatkan pelayanan terhadap nasabah dengan cara mengadakan pendidikan mengenai pelayanan prima.

¹⁵ Ibid, h.78

2) Promosi bagi bank

Dengan memberikan pelayanan prima kepada nasabah, dan apabila nasabah merasa terpuaskan kebutuhannya, nasabah akan menyampaikannya kepada orang lain. Penyampaian informasi itu merupakan promosi gratis bagi perusahaan

3) Menciptakan kesan pertama yang baik

Apabila kita terbiasa dengan pelayanan prima yang kita berikan pada setiap nasabah, terutama calon nasabah akan mendapatkan sesuatu kesan pertamanya yang lebih mendalam, karena pelayanan yang kita berikan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

4) Meningkatkan daya saing

Semakin tajam persaingan membuat perusahaan biasanya berlomba-lomba memberikan hadiah. Ada juga nasabah akan tertarik dengan hal itu. Tetapi ada nasabah yang senang apabila diberikan pelayanan yang prima dengan senang hati.

5) Meningkatkan loyalitas nasabah

Pelayanan prima yang diberikan kepada para nasabah dan calon nasabah akan memberikan dampak kepuasan dan nasabah akan menjadi loyal sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang.¹⁶

¹⁶ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 79-80

c. Pelayanan perbankan

Bagi dunia perbankan memberikan pelayanan menjadi hal yang terpenting bagi bank, hal ini tentu dikarenakan posisi pelayanan merupakan faktor pendukung terhadap akifitas pemasaran jasa bank, tidak terkecuali bank-bank dengan prinsip syari'ah harus juga dapat memberikan perhatian atas keuntungan yang dapat disumbangkan oleh proses pemberian layanan prima yang dapat di berikan oleh bank.

Ada 2 jenis pelayanan bank, yaitu pelayanan bank klasik dan modern;

a) Pelayanan bank Klasik

Pelayanan bank secara klalsik adalah pelayanan yang dilakukan bank secara sederhana atau bisa dikatakan manual jika dibandingkan dengan apa yang telah ada saat ini. Pada pelayanan perbankan di masa lampau para nasabah dalam bertransaksi, misalnya menyetor uang atau pun menarik uang harus mendatangi kantor cabang bank tertentu. Dan hal ini bisa saja terjadi secara bersamaan, sehingga akan terlihat rumit akibat banyaknya nasabah yang ingin melakukan transaksi, hal ini akan memaksa para nasabah harus mengantri berjam-jam untuk menyetor ataupun menarik uang

b) Pelayanan bank Modern

Pada zaman modern saat ini, dimana semakin beragam keinginan dan kebutuhan manusia, maka bank sebagai penyedia jasa finansial harus mampu memberikan apa yang diinginkan nasabah. Bank dituntut untuk dapat meningkatkan servisnya misalnya dengan melakukan inovasi

terhadap produk dan layanannya, guna menjaga standar kualitas pelayanannya agar tetap dapat memuaskan nasabah.¹⁷

Pelayanan perbankan terdapat 3 (tiga) bagian/frontliner yaitu:

1. *Teller*

Teller adalah petugas bank yang bekerja di frontliner banking hall dan melakukan transaksi langsung dengan nasabah dalam bentuk penerimaan/penarikan langsung dengan nasabah tunai/non tunai dan melakukan pembukuan ke dalam sistem bank. *Teller* petugas yang bertanggung jawab untuk menerima simpanan, mencairkan cek, dan pelayanan perbankan lainnya kepada nasabah. Ketika nasabah berkunjung ke bank, ketiga karyawan ini paling sering berinteraksi dengan mereka.¹⁸

Seorang teller harus menciptakan citra profesional, ramah dan konsisten dalam menjalankan tugas dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:¹⁹

- a. Memeriksa secara teliti setiap transaksi yang akan dan sedang dilakukan dan selalu mengikuti prosedur standar.
- b. Menunjukkan perhatian, profesionalisme dan keramahan pada saat menerima nasabah di counter.

¹⁷ <http://ervinaroryhasibuantryforblogspot.com/2012/06/article-by-ervina-hasibuan-pelayanan.html>

Putri Dwi Cahyani, "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta" *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. VI No. 2 (Oktober 2016), h. 152-153.

¹⁸ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas layanan Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), h.2

¹⁹ *Ibid*, h.3.

- c. Bersikap professional tidak membeda-bedakan nasabah, melayani sesuai urutan kedatangan dan memperhatikan secara khusus (seperti orang tua, cacat, hamil besar, yang perlu diberi bantuan lebih). Tidak melakukan yang menimbulkan hal negative dan tidak professional (seperti mengobrol, becanda, berseliuh, melamun, berteriak dengan rekan kerja atau nasabah).
- d. Harus bersifat jujur dan tidak merugikan perusahaan dan nasabah (seperti curang dalam melayani nasabah, memberikan informasi atau rahasia perusahaan/nasabah kepada pihak yang tidak berwenang).

Sebagai garda terdepan yang langsung bertemu dengan nasabah dan banyak melayani kebutuhan nasabah, teller wajib menjaga kerapian dan kebersihan counter teller, profesional, teliti, keramahan dan harus bersifat jujur.

2. *Customer Service*

Customer Service berasal dari 2 kata yaitu “Customer” yang berarti pelanggan, dan “Service” yang mengandung arti pelayanan. Jika di terjemahkan dalam bahasa Indonesia mengandung arti melayani nasabah di mana untuk bidang bisnis secara umum di artikan sebagai pelayanan pelanggan.²⁰

Jadi pengertian “Customer Service” adalah sebuah unit kegiatan yang bertugas untuk melayani nasabah atau calon nasabah. Fungsi customer service untuk memberikan pelayanan kepada nasabah dalam

²⁰ Ibid, h. 64.

hal memberikan informasi, menampung keluhan nasabah, cross selling dan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah yang timbul. Lebih lanjut lagi dalam keseharian sebagai karyawan bank, yang mana fungsi customer service adalah sebagai berikut :²¹

- 1) Liason Officer, Adalah suatu aparat yang menjadi yang menjadi perantara antara bank dengan nasabah dan orang yang pertama yang di hubungi nasabah sewaktu datang ke bank.
- 2) Pusat Informasi, Customer Service menjadi pusat informasi yang bisa di hubungi nasabah pada kesempatan pertama, oleh karenanya customer service diuntut memiliki pengetahuan dan wawasan yang cukup baik mengenai industri perbankan.
- 3) Sales (Penjual), Customer Service dapat menjadi penjual produk, dengan menjual berbagai produk yang ada pada bank, seperti berbagai jenis giro, tabungan, deposito, kredit serta mengetahui keluhan nasabah.
- 4) Servicing, Customer Service menerima dan menyambut baik kedatangan nasabah dan selanjutnya mengerjakan kebutuhan nasabah sampai transaksi selesai.
- 5) Maintenance Customer (Pembinaan nasabah), seorang Customer Service adalah Account Assistant atau pembinaan setiap account atau rekening nasabah non kredit.

²¹ Ibid., h. 65-66.

- 6) Penanganan nasabah, unit Customer Service apabila dalam operasionalnya, nasabah tidak puas, karena tidak cocok atau kesepakatan, complain dan lain-lain, maka adalah tepat apabila orang yang pertama yang di hubungi. Dalam hal ini dapat memecahkan masalah dengan baik.

3. *Security* (Satpam)

Satpam sebagai pembantu pengemban fungsi kepolisian di lingkungan kerjanya diarahkan untuk melaksanakan kegiatan pelayanan keamanan bagi kepentingan suatu bank agar tidak terjadi resiko yang merugikan bank petugas bank yang bertanggung jawab atas keamanan bank, selain itu satpam juga bisa membantu nasabah dalam menunjukan arah / tujuan nasabah datang ke bank serta penyedia informasi kepada nasabah.

Petugas Satpam sebagai salah satu bentuk kepedulian dari perusahaan untuk membantu fungsi Polri sebagai tenaga keamanan untuk melakukan pengamanan di perusahaan agar bisa menjalankan usaha atau bisnisnya dengan lancar tanpa adanya hambatan dan rintangan dari segala situasi dan kondisi yang bisa merugikan perusahaan, maka keberadaan petugas satpam di perusahaan sangat penting dan sangat diutamakan sebagai ujung tombak perusahaan untuk menunjang semua kegiatan yang ada di perusahaan baik yang bersifat umum menjaga di dalam lingkungan perusahaan, menjaga ketertiban para pekerja/ buruh perusahaan, mengawasi alat-alat vital perusahaan, maupun yang bersifat khusus,

mendampingi petugas perusahaan untuk mengambil atau mengantarkan uang ke atau dari Bank.²²

Selain menjalankan fungsinya sebagai intermediaries (penghubung) antara pihak yang membutuhkan dana (deficit unit) dengan pihak yang kelebihan dana (surplus unit), bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah.²³

a) Ciri-ciri pelayanan Bank yang Baik

Setiap bank selalu ingin dianggap yang baik dimata nasabahnya. nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Berikut adalah ciri-ciri pelayanan yang baik ini harus segera di berikan kepada nasabah secara maksimal²⁴ :

- a. Tersedia sarana prasarana yang baik. Hal ini berkaitan Sarana dan prasarana seperti meja dan kursi harus nyaman untuk di duduki, udara di ruangantenang dan sejuk (tidak berisik).
- b. Tersedianya karyawan yang baik. Petugas seperti CS, Teller, Scurity ramah, sopan dan menarik di samping itu harus cepat tanggap dan pandai bicara, menyenangkan serta pintar.
- c. Bertanggung jawab pada setiap nasabah. Dalam kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani nasabah dari awal hingga selesai tuntas.

²² Sudahnun, "Kewenangan Satpam Sebagai Tenaga Keamanan Di Perusahaan" Jurnal Fakultas Hukum Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Vol. XVI No. 3 (Mei 2011), h. 142.

²³ Adiwarmun A. Karim, Bank Islam, (Depok: RajaGrafindo Persada, 2013), cet.9, h.112.

²⁴ Kasmir, Pemasaran Bank (Jakarta: Kencana, 2005), h.210-211

- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani karyawan diharapkan sesuai prosedur, layanan yang diberikan sesuai jadwal dan jangan membuat kesalahan.
- e. Mampu berkomunikasi. Karyawan dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas, mudah dimengerti, jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi. Menjaga rahasia bank sama saja dengan menjaga rahasia nasabah, rahasia bank merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank.
- g. Berusaha memahami kebutuhan nasabah. Tanggap apa yang diinginkan nasabah, usaha mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.
- h. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah. Kepercayaan nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan dan nasabah yang lama tidak lari.

b) Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Dalam Perspektif Islam

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk membrikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam membrikan pelayanan harus berprinsip pada nilai-nilai syari'ah guna mewujudkan ketaqwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanan dalam menjaankan syari'at islam.

Dalam pandangan ekonomi islam yang di jadikan tolak ukur dalam menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syari'ah.²⁵

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan islam yang dapat digunakan sebagai panduan, anatar lain yaitu:²⁶

1. Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak mengada-ngadakan fakta, tidak berhianat serta tidak pernah ingkar janji. Hal ini sesuai dengan Al Qur'an Q.S Asy-Syu'ara ayat 181-183

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ
 الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَمْشِيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ
 مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan; Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.; Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;”²⁷

2. Bertanggung jawab dan terpercaya (Al-Amanah) yaitu sikap dalam menjalankan bisnis selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.

²⁵ Muhammad Tho'in, “Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali” Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Vol. II No. 1, (Juli 2011), h. 79.

²⁶ Johan Arifin, Etika Bisnis Islam (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 153.

²⁷ Al-Qur'an Terjemahan (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2014), Q.S Asy-Syu'ara ayat 181-183.

3. Tidak menipu (Al-Kazib) yaitu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak menipu. Seperti praktik bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.
4. Menepati janji dan tidak curang yaitu sikap pembisnis yang selalu menepati janji baik kepada pembeli maupun diantara sesama pembisnis (pesaingnya).
5. Melayani dengan rendah hati (Khidmah) yaitu sikap ramah tamah sopan, santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.
6. Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyiuukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu sholat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

Pengertian hukum kualitas pelayanan tidak secara langsung dijumpai dalam Al-Qur'an secara eksplisit, akan tetapi didasarkan pada konsep memberikan pelayanan yang baik kepada sesama itu di perintahkan oleh Allah SWT, Dalam Al-Qur'an Q.S An-nisa ayat 86 sebagai berikut :

وَإِذَا حُيِّتُمْ بِتَحِيَّةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا أَوْ رُدُّوهَا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ

“Apabila kamu diberi penghormatan dengan sesuatu penghormatan, Maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya, atau balaslah penghormatan itu (dengan yang serupa) Sesungguhnya Allah memperhitungkan segala sesuatu”²⁸

Ayat diatas menjelaskan bahwa manusia harus saling bisa menjadi saling menghormati, jika di hubungkan dengan sebuah perusahaan dibidang jasa menjadi landan bagi penyedia jasa untuk menghormati konsumen. Salah satu bentuk memberikan penghormatan yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Jadi segala sesuatu dalam melakukan sebuah bisnis haruslah memberikan pelayanan yang baik, dengan pelayanan yang baik maka akan dapat memberikan efek bagi perusahaan yaitu kepuasan konsumen untuk mngvaluasi mutu jasa pelayanannya.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa saat ini. Karena dewasa ini masalah kepuasan dan loyalitas nasabah melalui pelayanan telah menjadi komitmen bagi perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya. Jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah adalah pelayanan yang terbaik dan mampu memberikan kepuasan yang optimal bagi nasabah, maka hal tersebut akan berpengaruh positif terhadap kinerja usahanya. Apabila kepuasan nasabah

²⁸ Al-Qur'an Terjemahan (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2014), Q.S An-nisa ayat 86.

meningkat maka akan menambah kepercayaan nasabah untuk terus melakukan transaksi di bank yang sama sehingga akan mewujudkan adanya loyalitas.²⁹

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasan. Kualitas pelayanan terbagi atas:

a. Kualitas layanan internal

Kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal adalah :

- Pola manajemen umum perusahaan
- Penyediaan fasilitas pendukung
- Pengembangan sumber daya manusia
- Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja
- Pola insentif

b. Kualitas layanan eksternal

Ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu :

- Yang berkaitan dengan penyediaan jasa
- Yang berkaitan dengan penyediaan barang.³⁰

²⁹ R. Agustinus Anggoro, *Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan Untuk Menciptakan Kepuasan Nasaba Berorientasi Loyalitas*, Jurnal Studi Manajemen & Organisasi, Vol.4 No.2 Juli 2007, hal. 45.

³⁰ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2010), hal. 176

Kualitas layanan merupakan faktor kunci yang akan menjadi keunggulan daya saing. Hal ini terjadi karena bank sebagai suatu perusahaan jasa, mempunyai ciri berupa mudah ditirunya suatu produk yang telah dipasarkan. Oleh karena itu bank syariah sudah sewajarnya dapat memberikan kualitas layanan yang prima sehingga mampu mendapatkan keunggulan kompetitif dari bank lain. Pendirian bank-bank syariah yang semakin menjamur menyebabkan persaingan antar bank syariah menjadi sangat ketat.³¹

Aspek yang digunakan dalam menentukan kualitas pelayanan menurut Parasuraman, et al (1985) adalah³² :

1. *Tangibles* (Bukti langsung)

Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

2. *Reliability* (Keandalan)

Adalah berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan layanan yang disajikan secara akurat dan memuaskan. Artinya pelayanan yang diberikan handal, karyawan sigap, serta memiliki kualitas yang mumpuni di bidangnya.

3. *Responsivness* (Daya tanggap)

Adalah kemampuan memberikan pelayanan yang cepat, membantu nasabah, serta adanya kariawan tambahan dalam jam-jam sibuk.

³¹ Putri Dwi Cahyani, "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta" Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. VI No. 2 (Oktober 2016), h. 152-153.

³² Fandy Tjiptono, Pemasaran Strategik (Yogyakarta, Andi Offset, 2012), h. 174.

apabila perusahaan tidak bisa menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang terjadi akan ditinggal oleh pelanggan.

4. *Assurance* (Jaminan)

Adalah kemampuan sifat yang bisa di percaya yang di miliki karyawan yang bebas dari resiko (tidak merugikan) dan keraguan. Dan berkenaan dengan pengetahuan, kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (trust) dan keyakinan pelanggan (confidence) serta keamanan.

5. *Empathy* (Perhatian)

Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan tersebut.

B. Loyalitas Nasabah

1. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas dapat di artikan sebagai kesetiaan, kepatuhan dan ketaatan. Berikut beberapa pengertian tentang loyalitas yang dikemukakan oleh para ahli:

- 1) Tjiptono, loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merk, *took*, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat

positif dan tercermin dalam pembelian yang konsisten. Loyalitas adalah situasi dimana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) yang diikuti dengan pola pembelian ulang yang konsisten.

- 2) Widjaya, mengartikan loyalitas sebagai komitmen yang mendalam untuk membeli produk dan jasa secara berkesinambungan dan tidak sensitif terhadap perubahan situasi yang menyebabkan berpindahnya pelanggan.³³
- 3) Oliver, mengemukakan bahwa loyalitas merek adalah “komitmen yang dipegang teguh untuk membeli ulang atau berlangganan dengan produk/jasa yang disukai secara konsisten dimasa mendatang, sehingga menimbulkan pembelian merek atau rangkaian merek yang sama secara berulang, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi untuk menyebabkan perilaku beralih merek.”³⁴

Namun pada intinya loyalitas pelanggan merupakan sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku untuk melakukan pembelian produk atau jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan didalamnya, khususnya untuk membeli secara teratur dan berulang-ulang dengan konsisten yang tinggi, namun tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan yang menawarkan produk atau jasa tersebut.

³³ Zulkarnain, Ilmu Menjual, *Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 136

³⁴ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), h.482

a. Karakteristik Loyalitas

Menurut Jill Griffin karakteristik loyalitas dibagi dalam empat karakter yaitu :

- 1) Konsumen melakukan pembelian ulang secara teratur atau regular.
- 2) Konsumen membeli produk-produk lain bukan atau produk saja yang ditawarkan oleh produsen.
- 3) Konsumen merekomendasi teman-temannya untuk membeli produk yang sama ke tempat yang sama.
- 4) Konsumen tidak mudah beralih ke produk saingan.³⁵

Dari karakter tersebut dapat dinilai bagaimana tingkat loyalitas suatu nasabah nantinya di Bank Muamalat Kcp Binjai.

b. Tingkatan loyalitas

Konsep loyalitas yang ditawarkan Oliver mengenai tingkat loyalitas konsumen terdiri dari empat tahap yakni;

- 1) Loyalitas kognitif

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

³⁵ Buchari Alma, *Manajemen Pemasara Dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h.274

2) Loyalitas Afektif

Sikap *favorable* konsumen terhadap merk yang merupakan hasil dan konfirmasi yang berulang dari harapannya selama bertahap *cognitively loyalty* berlangsung. Pada tahap ini didasar kesetiaan adalah sikap dari komitmen konsumen terhadap prodk dan jasa sehingga pada tahap ini telah terbentuk suatu hubungan yang telah mendalam antara konsumen dengan penyedia produk atau jasa dibandingkan produk sebelumnya.

3) Loyalitas Konatif

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

4) Loyalitas Tindakan

Menghubungkan penambahan yang baik untuk tindakan serta keinginan untuk mengatasi kesulitan seperti pada tindakan kesetiaan.³⁶

³⁶ Ibid, h.14

BAB III

GAMBARAN UMUM BANK MUAMALAT INDONESIA

A. Sejarah berdirinya dan perkembangan PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk

Pendirian bank Muamalat Indonesia berawal dari loka karya “Bunga Bank dan Perbankan” yang diselenggarakan Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 di Cisarua. Ide ini kemudian lebih dipertegas lagi dalam Musyawarah Nasional (MUNAS) ke IV MUI di Hotel Said Jaya Jakarta tanggal 22-25 Agustus 1990 yang mengamanahkan kepada bapak K.H. Hasan Bahri yang terpilih kembali menjadi ketua Umum MUI, untuk merealisasikan pendirian Bank Islam tersebut. Setelah itu, MUI membentuk suatu Kelompok Kerja (POKJA) untuk mempersiapkan segala sesuatunya. Tim POKJA ini membentuk Tim kecil “Penyiapan Buku Panduan Bank Tanpa Bunga”, yang diketuai oleh Bapak Dr. Ir. M. Amin Azis.

Hal paling utama dilakukan oleh Tim MUI ini di samping melakukan pendekatan-pendekatan dan konsultasi dengan pihak-pihak terkait adalah menyelenggarakan pelatihan calon staf melalui *Management Development Program* (MDP) di Lembaga Pendidikan Perbankan Indonesia (LPPI), Jakarta yang dibuka pada tanggal 29 Maret 1991 oleh Menteri Muda Keuangan, dan meyakinkan beberapa pengusaha muslim untuk jadi pemegang saham pendiri. Untuk membantu kelancaran tugas-tugas MUI ini dibentuklah Tim Hukum Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) yang dibawah ketua

Drs. Kamaen Perwatmadja, MPA. Tim ini bertugas untuk mempersiapkan segala sesuatu yang menyangkut aspek hukum Bank Islam.

Pada tanggal 1 November 1991 terlaksana penandatanganan Akte Pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia di Said Jaya Hotel dihadapan Notaris Yudo Paripurno. SH, dengan Akte Notaris NO. 1 tanggal 1 November 1991 (Izin Memberi Kehakiman No. C2.2413.HT.01.01 tanggal 21 Maret 1992/Berita Negara RI Tanggal 28 April 1992 No.34). pada saat penandatanganan Akte Pendirian ini terkumpul komitmen pembelian saham sebanyak Rp 48 miliar.

Selanjutnya, pada acara silaturahmi pendirian bank Syariah di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari Masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp 106 miliar. Dengan angka awal modal ini Bank Muamalat mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 bertepatan dengan tanggal 27 Syawal 1412 H, SK Menteri Keuangan RI No. 1223/MK.013/1991 tanggal 5 November 1991 diikuti oleh izin usaha keputusan MenKeu RI No.430/KMK.013/1992. Pada hari Jum'at 27 Syawal 1412 H, bertepatan dengan 1 Mei 1992, Menteri Keuangan dan dengan dihadiri oleh Gubernur Bank Indonesia, meresmikan mulai beroperasinya Bank Muamalat dalam upacara "*Soft Opening*" yang di adakan di Kantor Pusat Bank Muamalat di Gedung Arthaloka, Jl. Jend. Sudirman Kav. 2 Jakarta.

Pada tanggal 27 Oktober 1994, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa yang semakin memperkuat posisi perseroan sebagai Bank Syari'ah pertama dan ketertua di Indonesia dengan beragam jasa maupun yang h arus dikembangkan. Pada saat Indonesia dilanda krisis

moneter, sektor Perbankan Nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank Muamalat pun terimbas dampak krisis. Pada tahun 1998, perseroan mencatat rugi sebesar Rp 105 miliar.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari modal yang potensial, dan ditanggapi secara positif oleh *Islamic Development Bank* (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat. Oleh karenanya, kurun waktu antara tahun 1999 sampai 2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat karena berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba dari upaya dan dedikasi setiap Pegawai Muamalat, ditunjang oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan Perbankan Syari'ah secara murni.

Diawali dari pengangkatan pengurusan baru dimana seluruh anggota Direksi diangkat dari dalam tubuh Muamalat. Bank Muamalat kemudian menggelar rencana kerja lima tahun dengan penekanan pada:

- a. Restrukturisasi aset dan program efisiensi
- b. Tidak mengandalkan setoran modal tambahan dari para pemegang saham
- c. Tidak melakukan PHK satupun terhadap Sumber Daya Insani yang ada, dan dalam hal pemangkasan biaya, tidak memotong hak pegawai Muamalat sedikit pun
- d. Pemulihan kepercayaan dan rasa percaya diri Pegawai Muamalat menjadi prioritas utama di tahun pertama pengurusan Direksi baru

- e. Peletakkan landasan usaha baru dengan menegakkan disiplin kerja Muamalat menjadi agenda utama di tahun kedua.
- f. Pembangunan tonggak-tonggak usaha dengan menciptakann serta menumbuhkan peluang usaha.

B. Ruang Lingkup Bidang Usaha bank Muamalat

1. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi Bank Syari'ah utama di Indonesia, dominann dipasar spiritual, dikagumi dipasar rasional.

b. Misi

Menjadi role model Lembaga keuangan Syari'ah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi Investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada stakeholder.

2. Logo Pada PT. Bank Muamalat Indonesia. Tbk



Tahukan anda bank syari'ah yang pertama berdiri di Indonesia ? pernahkan anda melihat bank dengan warna dominan ungu ? Ya, itulah bank Muamalat. Bank Muamalat adalah bank Syariah pertama yang berdiri di Indonesia. Dengan dominan warna ungu yang menjadi ciri khas, serta keramahan, kenyamanan dan nuansia islami yang disajikan dimulai ketika anda memasuki *banking hall* menjadi salah satu keunggulan Bank Muamalat.

Dilansir dari situs Bank Muamalat, diketahui **PT Bank Muamalat Indonesia** (BMI, red). Tbk berdiri pada tanggal 24 Rabi'us Tsani 1412 H atau 1 November 1991, dan mulai melakukan kegiatan operasionalnya pada 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992 berdasarkan SK Menkeu RI No. 1223/MK.013/1991 pada tanggal 5 November 1991 dan keluarnya ijin Usaha dari SK Menkeu No. 430/KMK.013/1992 tanggal 24 April 1992. Sudah

kurang lebih 23 tahun BMI hadir di tengah keluarga Indonesia, memberikan nuansa yang berbeda atas dunia perbankan dan jasa keuangan. Pendirian BMI diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia dan Pemerintah Indonesia. Ditambah dengan dukungan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) serta beberapa pengusaha muslim dan dukungan dari masyarakat, BMI membuktikan komitmennya untuk maju dan berkembang dengan membeli saham Persero sebesar Rp 84 Miliar rupiah serta melakukan penandatanganan akta pendiri persero.

Tidak berhenti sampai disitu, dengan tambahan dukungan masyarakat Jawa Barat, BMI mendapatkan tambahan modal senilai Rp 106 Miliar dari masyarakat ketika acara silaturahmi dan pendirian di Istana Bogor. Semakin berkembang dan bertambahnya dukungan dari berbagai pihak, pada tanggal 27 Oktober 1994, BMI berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa.

Masih ingatkah anda mengenai kondisi perekonomian Indonesia di Tahun 1998-2002 ? Pada tahun itu kondisi perekonomian Indonesia mengalami gejolak yang amat kuat, suku bunga bank konvensional sangat tinggi hingga mencekik masyarakat yang melakukan peminjaman. Banyak bank yang terpaksa ditutup atau harus menerima bantuan dari Negara, namun bank muamalat berhasil selamat dan tetap berjalan tanpa bantuan dari pemerintah. Saat ini kepemilikan saham bank muamalat sudah terbuka, dan kepemilikan saham terbesar dimiliki oleh Islamic Development Bank (IDB), selain dari beberapa Bank Kuwait, dua pengusaha muslim Indonesia dan pemegang saham lainnya.

3. Arti Logo Bank Muamalat

Mengenai logo yang digunakan oleh bank muamalat, ada beberapa makna yang terkandung di dalamnya, diantaranya adalah:

1. Jika anda membacadengan seksama, logo tersebut terdiri dari tiga huruf hijayah, yaitu Daal, Yaa', Num. Logo ini menggambarkan suatu rangkaian kegiatan ekonomi yang aktif dan harmonis di dalam suatu negeri yang subur dan peradaban tinggi serta berdasarkan nilai-nilai yang luhur.
2. Adapun makna dibalik lambang air yang digunakan oleh bank muamalat memiliki air kemurnian dan mencirikan kekuatan atas akar islami yang digunakan dan menjadi dasar berjalannya bank ini.

Saat ini bank muamalat telah memberikan layanan bagi lebih dari 2,5 juta nasabah melalui 75 gerai yang tersebar di 33 provinsi Indonesia, dan didukung dengan jaringan ATM sebanyak 2.000 dan 95.000 merchant debit. Selain di Indonesia, PT BMI telah membuka cabang di negara Malaysia yang dijalankan dengan jaringan *Malaysia Electronic Payment System* (MEPS), sehingga dapat diakses lebih dari 2000 ATM yang tersebar diseluruh Malaysia.

Selain itu, dengan berbagai oersentasi yang diterima selama ini semakin memacu Bank Muamalat untuk memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat lebih menjangkau seluruh masyarakat Indonesia. Salah satu prestasi yang diterima oleh Bank muamalat yaitu **Best Islamic Retail Bank** dan **Best Islmaic bank in Indonesia** dari *Islamic Finance New* (IFN) di Malaysia pada 9 Maret 2015 lalu.

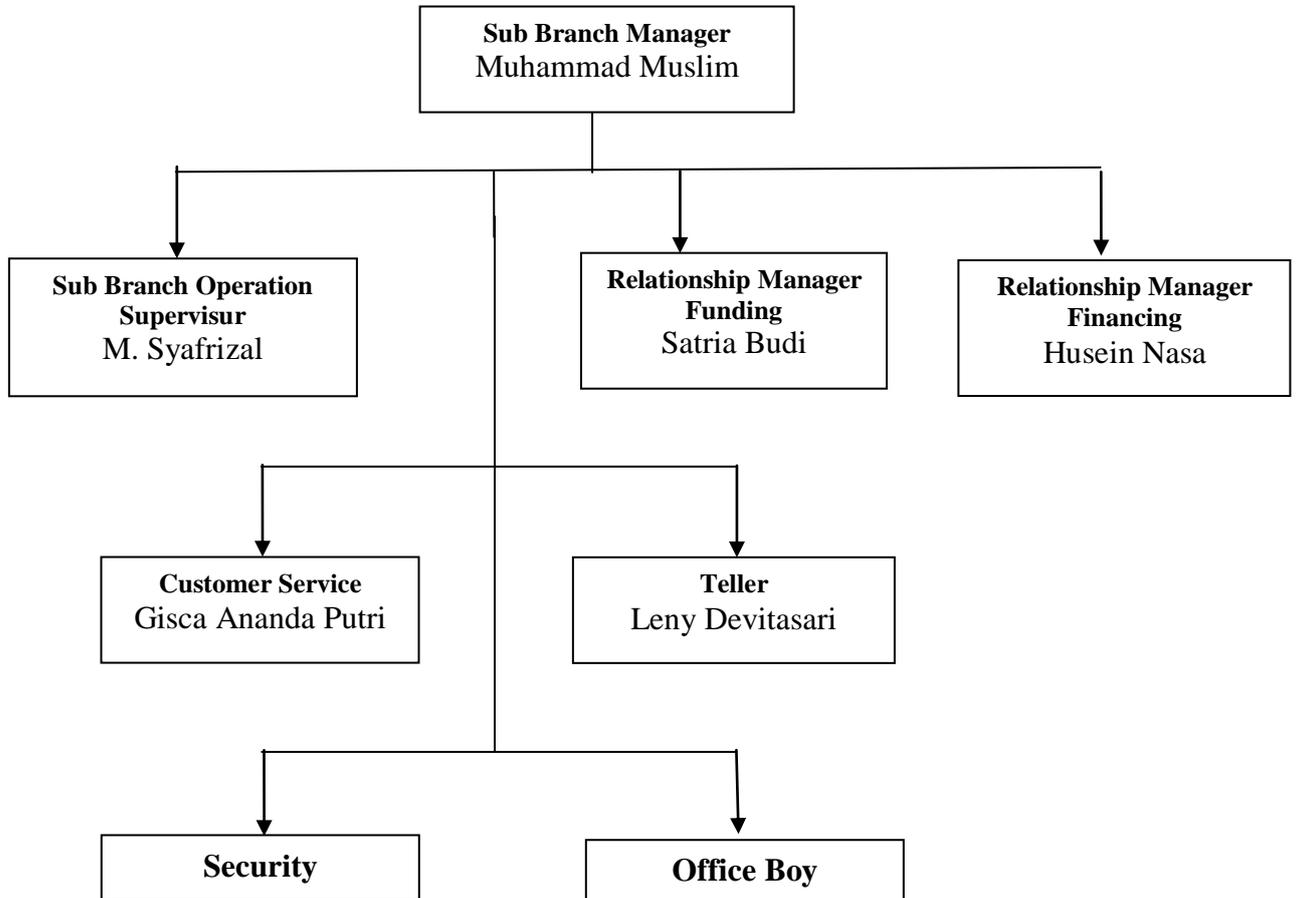
4. Tujuan Berdiri Bank Muamalat Indonesia

Adapun tujuan berdirinya Bank Muamalat Indonesia yaitu:

- a. Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia, sehingga semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi, dan dengan demikian akan melestarikan pembangunan nasional, antara lain melalui :
 - 1) Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha
 - 2) Meningkatkan kesempatan kerja
 - 3) Meningkatkan penghasilan masyarakat banyak
- b. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan, yang selama ini masih cukup banyak masyarakat yang enggan berhubungan dengan Bank karena masih menganggap bunga Bank itu Riba.
- c. Mengembangkan lembaga bank dan system perbankan yang sehat berdasarkan efesiensi dan keadilan, mampu meningkatkan paertisipasi masyarakat sehingga menggalangkan usaha-usaha ekonomi rakyat antara lain memperluas jaringan lembaga perbankan kedaerah-daerah terpencil.
- d. Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomi, berperilaku bisnis dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

Itulah sedikit penjellasan mengenai Bank Muamalat. Semoga dapat memberikan tambahan wawasan dan informasi anda mengenaiPerbakan Syariah di Indonesia.

1. Struktur Organisasi PT. Bank Mumalat KCP Binjai



2. Job Description

Berdasarkan struktur organisasi tersebut akan diuraikan tanggung jawab dari masing- masing jabatan, yaitu sebagai berikut :

a. *Branch Manager*

- 1) Menyusun anggaran dan strategi target market yang efektif dan efisien, guna memastikan tercapainya target pendanaan dan pembiayaan sesuai dengan rencana dan strategi yang telah ditetapkan dalam rangka

memberikan kontribusi dan keuntungan yang maksimal bagi Bank Muamalat Indonesia.

- 2) Menyusun perencanaan dan melaksanakan strategi pengembangan jaringan yang efisien dan efektif, guna memastikan tercapainya target pengembangan jaringan kantor cabang sesuai dengan anggaran dan kebijakan yang telah ditetapkan.
- 3) Melakukan cost control atas semua biaya operasi dan administrasi agar dapat efisien dan efektif, sehingga akan memberikan keuntungan yang maksimal untuk kantor cabang sesuai dengan target laba yang telah ditetapkan.
- 4) Melakukan solisitasi dan membina hubungan baik dengan nasabah prima, untuk dapat mencapai target pendanaan dan pembiayaan serta terpenuhinya kebutuhan nasabah secara maksimal target pendanaan dan pembiayaan, guna mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan.
- 5) Menyusun dan melaksanakan strategi penyelesaian pembiayaan bermasalah yang efektif guna memastikan tercapainya target kualitas portofolio pembiayaan kantor cabang yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- 6) Melakukan supervise dan mengarahkan kepada para subordinat sesuai dengan tugas dan fungsinya masing-masing, sehingga tidak menyimpang dari target dan strategi yang telah ditetapkan perusahaan.
- 7) Melakukan evaluasi atas usulan pembiayaan yang diajukan oleh relationship manager, untuk diputuskan layak/tidaknya pembiayaan

tersebut diberikan, guna meningkatkan target pembiayaan dan pendapatan sesuai dengan yang ditentukan perusahaan.

- 8) Membina hubungan baik dan menjalin kerjasama dengan instansi terkait seperti Bank Muamalat Indonesia untuk memeriksa dan pelaporan Bank, Departemen Agama dalam hal pelayanan dan penyelenggaraan haji, para Pengacara dalam hal penyelesaian pembiayaan bermasalah dan Notaris dalam hal pertikaian pembiayaan maupun pihak-pihak lainnya yang terkait, agar semua dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan target yang direncanakan perusahaan.
- 9) Melakukan pengawasan terhadap kegiatan operasional dikantor cabang guna memastikan bahwa semua sistem dan prosedur telah berjalan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan.
- 10) Meningkatkan motivasi dan produktivitas kerja personil dibawah subordinatnya, dengan memberikan pengarahan, pembinaan dan pengawasan guna mencapai performance yang lebih baik dan suasana kerja yang menyenangkan.

b. Relationship Manager Funding

- 1) Mencapai perolehan dana pihak ketiga baik tabungan, deposito, maupun giro untuk dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- 2) Memelihara jumlah dana pihak ketiga dengan memberikan layanan yang simultan kepada nasabah existing agar para nasabah tetap konsisten

dalam penyimpanan dananya di BMI, bahkan mengusahakan agar nasabah existing maupun menambah dana yang disimpan di BMI.

- 3) Melakukan pelayanan dan pendekatan kepada nasabah melalui telepon atau kunjungan langsung untuk meningkatkan hubungan silaturahmi.
- 4) Membuat surat penawaran kepada calon nasabah baik perorangan maupun perusahaan untuk menjelaskan produk BMI.
- 5) Menawarkan cross selling kepada nasabah funding seperti penawaran produk DPLK, penawaran untuk pembiayaan secara mudharabah muqayaddah dan pembiayaan back to back apabila ada proyek-proyek yang kira-kira baik dan memiliki proyeksi yang baik.
- 6) Melakukan presentasi tentang produk BMI diperusahaan, majelis ta'lim, perorangan, sekolah dan sebagainya agar dapat menyampaikan secara langsung produk yang ada di BMI.
- 7) Membuat laporan perhitungan bagi hasil bulanan untuk memenuhi permintaan nasabah tertentu yang telah menempatkan dananya di BMI.
- 8) Mengumpulkan data mengenai tingkat bagi hasil BMI dan laporan profit distribusi BMI setiap bulannya untuk memberikan informasi kepada nasabah mengenai indikasi bagi hasil yang diperoleh sebelumnya.
- 9) Melakukan proses pembiayaan untuk nasabah (individual) maupun fasilitas pembiayaan kepada karyawan.

c. Relationship Manager Financing

- 1) Melakukan identifikasi customer yang sesuai dengan target market guna menjamin tercapainya target pembiayaan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- 2) Melakukan proses inisiasi, solitasi, pengumpulan data, analisa dan pengajuan proposal pembiayaan kepada komite pembiayaan
- 3) Melaksanakn pembinaan dan monitoring atas aktivitas sehari-hari dengan membuat call report ke Branch Manager atas hasil kunjungan secara continue, memastikan perolehan laporan keuangan tiap kuartal, setengah tahunan, dan tahunan (audited) serta membuat ringkasn data nasabah tiap 6 bulan sekali untuk memastikan bahwa usaha nasabah berjalan dengan baik sebagaimana yang di proyeksi dalam analisa pembiayaan.
- 4) Membuat laporan bulanan atas pencapaian pendapatan dari account yang ditangani untuk memastikan tercapainya target pendapatan tiap bulan.
- 5) Melakukan analisa perpanjangan pembiayaan yang telah jatuh tempo untuk menjaga kualitas pembiayaan nasabah sehingga tetap tergolong kedepan kolektibilitas lancer.
- 6) Memasarkan produk-produk dan jasa pelayanan Bank Muamalat sesuai dengan kebutuhan nasabah dan kondisi Bank Muamalat guna meningkatkan pelayanan dan hubungan baik dengan nasabah.

- 7) Mengidentifikasi dan mengamankan resiko-resiko yang akan timbul dalam pemberian pembiayaan guna mempertahankan tingkat kolektibilitas serendah mungkin.
- 8) Melaksanakan supervis bersama-sama dengan Branch Manager guna terlaksanakannya transfer pengetahuan dan pengalaman.
- 9) Mengusahakan seluruh transaksi yang dilakukan agar memperoleh pendapatan yang optimal serta meningkatkan fee based untuk menjamin tercapainya target pendapatan sesuai yang ditetapkan perusahaan.
- 10) Melakukan cross selling dengan mengusahakan agar nasabah menyimpan dananya di Bank Muamalat, untuk tercapainya target funding yang ditetapkan perusahaan.

d. Costumer Service

- 1) Mengenalkan dan menawarkan produk-produk Bank Muamalat kepada nasabah dengan baik dan benar.
- 2) Memastikan seluruh hak dan kewajiban nasabah atas produk Bank Muamalat yang dipilih, telah diketahui dan dipahami oleh nasabah dengan baik dan benar.
- 3) Mengelola dan mengadministrasikan seluruh aktivitas pembukaan rekening oleh Nasabah secara efektif dan efisien.
- 4) Mengelola dan mengadministrasikan seluruh aktivitas penutupan rekening oleh Nasabah secara efektif dan efisien.

- 5) Mengelola dan mengadministrasikan seluruh aktivitas yang berkaitan dengan manajemen kartu ATM termasuk PIN ATM dengan baik dan benar sesuai fungsinya.
- 6) Mengelola dan mengadministrasikan seluruh aktivitas yang berkaitan dengan penerimaan BPIH oleh nasabah calon haji termasuk pelimpahannya, dengan baik dan benar.
- 7) Memastikan seluruh aktivitas/transaksi yang ditangani telah diproses melalui aplikasi-aplikasi pembukuan yang sesuai dengan baik dan benar.
- 8) Membuat pelaporan-pelaoran yang berkaitan dengan tugas-tugas customer service dengan baik dan benar.
- 9) Mengelola dokumentasi transaksi yang ditangani dengan baik dan benar.
- 10) Pengecekan data DHN nasabah yang akan membuka rekening giro.
- 11) Mencetak Cek/BG atas permintaan nasabah giro.
- 12) Menerima hingga menyelesaikan (baik secara mandiri maupun melalui koordinasi dengan unit kerja lainnya) atas seluruh keluhan atau pengaduan nasabah dengan baik dan benar, termasuk didalamnya mengadministrasikan dokumentasinya.
- 13) Memastikan kepastian tentang YKC, pengkinian data nasabah, complain tracking dan hal-hal lainnya yang berkaitan prudential banking dapat terlaksana dengan baik dan benar.

- 14) Memastikan transaksi-transaksi yang menjadi tanggung jawabnya telah diproses dengan baik dan benar.
- 15) Melakukan target sales call kepada nasabah yang akan dilaporkan kepada leader funding dan Branch Manager juga mengisi aplikasi sales tracking.

e. Teller

- 1) Menerima transaksi tunai berupa penyetoran dan penarikan.
- 2) Melayani transaksi non tunai berupa pemindah bukuan, transfer dan kliring untuk diperiksa keabsahannya.
- 3) Mencatat setiap transaksi yang telah dilakukan pada daftar mutasi harian teller dan hasil rekapan transaksi, untuk diminta persetujuan kepada atasan, guna memastikan kebenaran transaksi tersebut
- 4) Koordinasi dengan bagian lain yang terkait (bagian transfer, kliring) dalam hal penerimaan transaksi non tunai, untuk menjamin kelancaran proses dan pelayanan dengan nasabah agar sesuai dengan standart mutu layanan
- 5) Bertanggung jawab atas peralatan dan sarana penunjang teller lainnya untuk disimpan ditempat yang aman.

f. Security

- 1) Mengawasi seluruh wilayah bank mulai radius lokasi dengan pintu masuk dan ruangan dalam bank

- 2) Membuka pintu, menyambut dan memberi salam dengan ramah kepada nasabah
- 3) Menanyakan keperluan nasabah dan memberikan nomor antrian kepada nasabah
- 4) Memberikan petunjuk dan arahan dengan baik jika ada nasabah yang memerlukan pertanyaan dan informasi

g. Office Boy

- 1) Bertanggung jawab untuk menjaga kebersihan Bank, baik disetiap ruangan maupun diluar bank
- 2) Bertanggung jawab atas kerapian kantor dan sekitarnya
- 3) Menyediakan minuman dan makanan untuk para staff – staff bank
- 4) Melaksanakan tugas-tugas lain diluar tanggung jawabnya (karyawan divisi lain).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Kualitas pelayanan merupakan mutu atau tingkat baik buruknya pelayanan. Kualitas pelayanan pada PT Bank Muamalat Kcp Binjai bertujuan untuk mengasihkan totalitas terhadap loyalitas nasabah. Dalam memberikan pelayanan pegawai bank selalu di tuntut agar dapat memuaskan nasabah, tanpa melanggar harga diri atau etika. Dalam memberikan pelayanan juga di perlukan etika, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai bank dapat saling menghargai. Etika pelayanan yang dapat di berikan oleh pegawai bank dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut

- a. Mengucapkan salam seperti selamat pagi, selamat siang, selamat sore, jika kita sudah tau agama nasabah misalnya muslim ucapkan assalamualaikum.
- b. Setelah mengucapkan salam, mempersilahkan nasabah duduk dengan sopan atau suruh tunggu sebentar.
- c. Bertutur kata lemah lembut, ramah dan murah senyum.
- d. Bertanya tentang keperluan nasabah.
- e. Biasakan memulai mengucap tolong atau maaf untuk menyuruh nasabah mengisi formulir.
- f. Ucapkan terimakasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalah atau transaksi.

Tujuannya tidak lain adalah agar pelayanan yang diberikan kepada setiap nasabah yang melakukan trasaksi menjadi lebih optimal, sehingga

tujuan bank secara keseluruhan dapat tercapai dan nasabah merasa terlayani dengan baik. Dengan terwujudnya kualitas pelayanan, PT Bank Muamalat Kcp binjai juga melaksanakan budaya layanan seperti kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab. Hal tersebut diberlakukan kepada pegawai terutama kepada pegawai yang berperan penting disaat terjadinya transaksi. Kualitas pelayanan yang dilakukan PT Bank Muamalat kepada nasabah pada saat melakukan transaksi yaitu:

1) Security

Merupakan petugas yang menjaga keamanan bank saat jam kerja, kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah seperti;

- a) Membuka pintu ketika nasabah hendak memasuki ruangan transaksi.
- b) Mengucapkan salam dan bertanya dengan sopan tentang keperluan nasabah.
- c) Membantu nasabah dengan memberikan petunjuk ketika nasabah tidak mengerti yang akan dilakukan.
- d) Mempersilahkan nasabah duduk unntuk menunggu antrian.
- e) Ucapkan terimakasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalah atau transaksi.

2) Teller

Merupakan petugas yang melayani penarikan dan penyetoran uang tunai, kualitas pelayanan terhadap nasabah seperti;

- a) Memanggil nomor antrian nasabah.

- b) Mengucapkan salam, dan bertutur kata yang lembut dan ramah menanyakan ada yang bisa dibantu atas keperluan nasabah.
- c) Mempersilahkan nasabah duduk dengan sopan atau suruh tunggu sebentar.
- d) Ucapkan terimakasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalah atau transaksi.

3) Costumer Servise

Merupakan petugas yang melayani nasabah dan calon nasabah seperti memberi informasi, atau menghadapi keluhan nasabah atas masalah dalam keperluan nasabah, kualitas pelayanan terhadap nasabah seperti;

- a) Memanggil nomor antrian.
- b) Mengucapkan salam, dan bertutur kata yang lembut dan ramah menanyakan ada yang bisa dibantu atas keperluan nasabah.
- c) Mempersilahkan nasabah duduk dengan sopan atau suruh tunggu sebentar.
- d) Memberikan arahan kepada nasabah jika ada formulir data yang harus di isi.
- e) Membantu nasabah yang tidak bisa menulis dan membaca dalam pengisian formulir data.
- f) Ucapkan terimakasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalah atau transaksi.

Dan dengan demikian, maka kualitas pelayanan akan mengalir kepada setiap nasabah dan calon nasabah agar kiranya nasabah merasakan nyaman dan lebih percaya lagi sehingga bisa melakukan transaksi dengan nyaman dan terpeprcaya dan menghasilkan kelayalan nasabah terhadap PT Bank Muamalat Kcp Binjai.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diuraikan bahwa Kualitas pelayanan bank terhadap loyalitas nasabah bank muamalat kcp binjai memberikan kualitas pelayanan terhadap nasabah yang telah melakukan transaksi. Bank muamalat kcp binjai juga telah menerapkan kualitas pelayanan yang baik meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan pegawai, respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap dan perhatian secara individu yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelangganya. Dengan terwujudnya kualitas pelayanan terhadap nasabah tersebut maka terciptalah kualitas pelayanan yang baik yang bertujuan memperkuat kelayalitan nasabah terhadap PT Bank Muamalat Kcp Binjai.

B. Saran

1. Bagi perusahaan diharapkan agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan, terlebih pada parkir roda dua, agar kiranya nasabah merasa aman saat meninggalkan kendaraan pada waktu melakukan transaksi.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengidentifikasi indikator-indikator lainnya yang dapat mempertimbangkan kesadaran mahasiswa, hal ini untuk melengkapi dan menyempurnakan penelitian sebelumnya, sehingga dapat diambil kesimpulan tentang apa yang sebenarnya yang di dapat dari pelayanan bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim. *Bank Islam*. (Depok: RajaGrafindo Persada. 2013).
cet.9
- Al Arif, m. Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bnadung :
Alfabeta. 2012
- Al-Qur'an Terjemahan. (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2014)
- Amir Machmud dan Rukmana. *Bank Syariah*. (Erlangga : 2010)
- Buchari Alma. *Manajemen Pemasara Dan Pemasaran Jasa*. (Bandung:
Alfabeta. 2007
- Dwi Cahyani. "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan
Perbankan Syariah Di Yogyakarta" *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. VI No. 2
(Oktober 2016)
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. *Servis Quality dan Satisfication*.
(Yogyakarta: andi. 2005)
- Fandy Tjiptono. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2004.
- Hayat. *Manajemen Pelayanan Publik*. (Jakarta: Rajagrafindo Persada. 2017)
- [http://ervinaroryhasibuantryforblogspot.com/2012/06/atricle-by-ervina-
hasibuan-pelayanan.html](http://ervinaroryhasibuantryforblogspot.com/2012/06/atricle-by-ervina-hasibuan-pelayanan.html)
- Ikatan Bankir Indonesia. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. (Jakarta :
Gramedia Pustaka Utama. 2014),
- Johan Arifin. *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Walisongo Press. 2009)
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. (Jakarta : Rajawali Pers.
2010)

Muhammad Tho'in. "*Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali*" Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Vol. II No. 1, (Juli 2011)

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

Peter Salim dan Yenny Salim. *Kamus Bahasa Indonesia Kintemporer Edisi I*, (Jakarta:MEP,1991)