

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan kehidupan dunia yang semakin berkembang, transaksi serta kegiatan ekonomi masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan keuangan. Maka dari itu banyak masyarakat lebih selektif dalam memilih lembaga-lembaga keuangan yang menurut mereka memberikan manfaat antara kedua belah pihak. Pilihan akan lembaga keuangan tersebut pastinya menurut mereka adalah yang terbaik, peran karyawan ataupun seorang pelayan dalam dunia perbankan hendaknya memberikan dampak positif dalam perkembangan dunia perbankan dan untuk selanjutnya menjadi penopang kemajuan perbankan. Pelayanan yang diberikan pastinya akan lebih banyak masyarakat yang tertarik menggunakan jasa perbankan tersebut.

Saat ini dapat diketahui bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak pada persaingan dunia usaha yang semakin meningkat, baik perusahaan yang bergerak di bidang industri,

perdagangan maupun jasa, terlebih-lebih pada perusahaan perbankan. Kesuksesan dalam persaingan akan dapat dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan nasabah. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan perbankan memerlukan berbagai usaha agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai dengan baik atau sesuai target. Salah satu untuk memanjakan nasabahnya adalah melalui pelayanan yang diberikan. Nasabah dibuat nyaman mungkin dengan keramahtamahan dan sopan santun dari para karyawan perusahaan. Nasabah juga dibuat merasa nyaman dalam ruangan yang tidak membosankan dengan fasilitas ruangan yang menyenangkan.

Peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangat besar. Lembaga perbankan merupakan inti dari sistem keuangan suatu negara (Hermansyah, 2009:7). Hampir semua sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank (Kasmir, 2002:2). Kualitas pelayanan sangat penting dalam bisnis perbankan. Selain menawarkan berbagai macam produk, perbaiki disisi teknologi informasi, pelayanan fisik, dan pelayanan non

fisik yang dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan (Ariyani, 2008).

Penilaian masyarakat terhadap bank dipengaruhi oleh bagaimana masyarakat tersebut memaknai produk bank atau pelayanan yang diterima. Menurut Bedi (2010) memberikan layanan yang berkualitas tinggi adalah suatu keharusan untuk mencapai kepuasan pelanggan sehingga pelangganpun bisa menjadi loyal. Bagi pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berasal dari layanan yang terorganisir. Secara sederhana kinerja keuangan sesungguhnya bersumber pada kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang setia dapat menghemat biaya hingga empat sampai lima kali dibandingkan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pelanggan baru.<sup>1</sup> Menurut (Darsono,2004) seorang pelanggan yang loyal menjadi asset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Pelanggan yang loyal akan mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik positif kepada perusahaan. Kenyataan ini menjadi tantangan tersendiri bagi dunia perbankan, yaitu bagaimana menciptakan keinginan pelanggan untuk menggunakan produk dan

---

<sup>1</sup> Ali Hasan, *Marketing bank syari'ah* , Bogor:Ghalia Indonesia, 2010, hal.108

jasa perusahaan serta menjalin hubungan yang dekat dengan nasabahnya (Suhardi,2006). Masyarakat memiliki pengetahuan yang semakin baik mengenai pelayanan dan kepuasan sehingga apabila masyarakat merasakan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diterima maka pelanggan tidak segan untuk mengadukan kekecewaannya pada perusahaan yang bersangkutan. Pelanggan yang puas akan memberitahu tiga sampai lima orang mengenai produk atau layanan yang mereka terima tetapi di sisi lain pelanggan yang tidak puas akan mengatakan ke 10 hingga 12 orang (Janet, 2009). Maka dari itu sangat penting untuk memelihara kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan bagi nasabah. Terciptanya kepuasan yang sesuai dengan keinginan pelanggan, hal tersebut secara langsung maupun tidak langsung dapat membentuk nasabah yang memiliki tingkat loyalitas yang tinggi. Memiliki nasabah yang loyal adalah harapan dari setiap bank karena akan membawa banyak keuntungan bagi perusahaan. Hubungan yang selaras antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas dapat membantu membidik target pasar dengan keterbatasan sumber daya pemasaran yang dimiliki (Kheng *et al.*, 2010)

Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit), serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya. Kepercayaan sangat penting, karena tanpa kepercayaan mustahil bank dapat hidup dan berkembang.<sup>2</sup> Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya tersebut maka bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif.

Masyarakat kini semakin selektif dalam memilih jasa perbankan untuk menempatkan dana yang dimiliki guna menghindari risiko kehilangan akibat buruknya kinerja suatu perbankan. Dalam hal ini, unsur kepercayaan menjadi faktor kunci bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan. Kepercayaan juga sangat diperlukan untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang (Akbar dan Parves, 2009).

---

<sup>2</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta:Kencana, 2005, Hal.201.

Komitmen nasabah yang tinggi terhadap perusahaan akan menjamin kelangsungan bisnis jangka panjang.

Sebuah bank syari'ah selayaknya memiliki lingkungan kerja yang sejalan dengan syari'ah. Dalam hal etika, misalnya *Amanah* dan *Siddiq*, harus melandasi setiap karyawan sehingga tercermin integritas eksekutif muslim yang baik. Disamping itu, karyawan bank syari'ah harus *Skillful* dan profesional (*Fatanah*), dan mampu melakukan tugas secara *team-work* dimana informasi merata diseluruh fungsional organisasi (*Tabliq*). Selain itu, cara berpakaian dan tingkah laku dari para karyawan merupakan cermin bahwa mereka bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang membawa nama besar Islam, sehingga tidak ada aurat yang terbuka dan tingkah laku yang kasar. Demikian juga dalam menghadapi nasabah, akhlak harus senantiasa terjaga. Nabi SAW mengatakan bahwa senyum adalah sedekah.<sup>3</sup>

Perbankan Syari'ah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syari'ah (hukum) Islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama islam untuk memungut

---

<sup>3</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori Kepraktik*, Jakarta:Gema Insani,2001, hal.34

maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba, serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram (misal: usaha yang berkaitan dengan produksi makanan/minuman haram, usaha media yang tidak islami,dll), dimana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional.

Pengertian Bank menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>4</sup> Bank sebagai badan usaha tetap berorientasi untuk meningkatkan laba melalui kegiatan operasional, termasuk fungsinya sebagai *financial intermediary*, yaitu menghimpun dana dari pihak ketiga (DPK) dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit. Tujuan utama Bank adalah guna menciptakan dan mempertahankan nasabahnya. Semakin meningkatnya persaingan dalam bisnis perbankan menuntut setiap bank untuk selalu berusaha memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah. Di samping itu, bank juga berusaha

---

<sup>4</sup> Undang-undang No.10 tahun 1998

memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara-cara yang lebih memuaskan dari yang dilakukan perusahaan pesaing (Yuniningsih, 2007). Persaingan yang semakin ketat dan terbatasnya sumber daya manusia yang professional menjadi hambatan bagi bank untuk menyalurkan dana pada masyarakat. Di negara-negara seperti Indonesia, peranan bank cenderung lebih penting dalam pembangunan karena bukan hanya sebagai sumber pembiayaan untuk kredit investasi kecil, menengah, dan besar tetapi juga mampu mempengaruhi siklus usaha dalam perekonomian secara keseluruhan (Setyari, 2007). Munculnya Bank-bank syari'ah saat ini merupakan kabar gembira bagi masyarakat Indonesia terutama bagi umat Islam. Karena Bank-bank Syari'ah pelaksanaannya menggunakan sistem bagi hasil, bukan bunga seperti pada Bank Konvensional. Saat ini perdebatan mengenai hukum bunga bank dalam Islam masih terus berlanjut. Ada sebagian kalangan yang menghalalkan bunga bank, dan ada sebagian lain yang mengharamkan dan menyamakannya dengan riba. Sedangkan kita tahu bahwa Islam sangat melarang umatnya memakan harta yang diperoleh dari riba.



Kemunculan Bank-bank Islam ini diharapkan dapat menjadi solusi alternatif untuk keluar dari permasalahan diatas, selain itu dapat menarik masyarakat terutama yang beragama islam untuk menabung, dan melakukan pembiayaan atau menggunakan jasa di Perbankan Syari'ah. Salah satu aktivitas bank terutama bank syari'ah adalah memberikan pelayanan jasa perbankan bagi konsumennya (nasabah) yang berpedoman pada Syari'ah Islam yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah. Mulai dari sistem, operasional, dan prosedur kerja pada bank syari'ah dan produk jasanya harus sesuai dengan konsep syari'ah. Seluruh aktivitas bank selalu memperhatikan *Service* (pelayanan). Dalam hal pelayanan posisi sumber daya manusia (SDM) paling menentukan dibandingkan dengan mesin atau perangkat apapun yang ada dalam perusahaan. Untuk meningkatkan citra perbankan maka bank perlu menyiapkan karyawan atau sumber daya manusia yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini kita sebut *Customer Service (CS)*.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta:Kencana, 2005, hal. 201

Pelayanan nasabah atau *customer service* (CS) maksudnya adalah pelayanan nasabah yang mempunyai tugas memberikan informasi mengenai produk atau jasa yang akan dipasarkan. Hal demikian dimungkinkan karena kesesuaian, kejelasan informasi atau spesifikasi produk atau jasa secara terperinci merupakan hal yang dapat menunjang kelancaran hubungan antara pihak bank dan nasabah. Oleh karena itu pelayanan kepada nasabah ini merupakan persoalan pokok dalam persaingan antar bank, juga merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perusahaan, karena pelayanan nasabah merupakan salah satu kegiatan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Peranan *customer service* juga merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh suatu perusahaan. Dalam melakukan pelayanan peranan dari *customer service* ini berhubungan langsung dengan pilihan konsumen, maka diperlukan *customer service* yang handal. Pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan

nasabah.<sup>6</sup> *Customer service* memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak bank dalam menghadapi nasabah. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *Customer Service* yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.<sup>7</sup>

*Customer service* itu ibarat wajah terdepan sebuah bank. Seorang *customer service* mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan nasabah, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi bank dengan detail. Cara *customer service* dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sesungguhnya sikap bank tersebut dalam memberikan layanan kepada nasabahnya. Baik buruk pelayanannya akan mempengaruhi persepsi dan loyalitas nasabah terhadap bank tersebut. Perusahaan menginginkan bahwa konsumen (nasabah) yang diciptakan dapat dipertahankan selamanya, karena konsumen yang loyal merupakan asset terbesar yang harus dijaga perusahaan. Untuk mendapatkan konsumen yang loyal perusahaan

---

<sup>6</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta:Kencana, 2005, hal.202

<sup>7</sup> Kasmir, *Kewirausahaan.*, Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2007, hal. 275-276

harus menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen, berbagai keinginan dan kebutuhan konsumen harus dipenuhi.

Sehubungan dengan pentingnya *customer service* tersebut, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan yakni perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan. Dalam upaya untuk lebih meningkatkan jumlah nasabah, serta menciptakan loyalitas nasabah agar tidak beralih ke bank lainnya, maka upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan *customer service* yang mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap nasabahnya. Oleh karena itu untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perbankan lainnya maka perlu diciptakan hubungan yang baik dengan para nasabah, baik nasabah lama maupun calon nasabah, untuk menciptakan loyalitas nasabah khususnya nasabah penabung.

Nasabah penabung disini merupakan nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.<sup>8</sup> Nasabah penabung ini menitipkan sebagian dana yang dimilikinya untuk diolah oleh bank

---

<sup>8</sup> Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang pokok perbankan pasal 1

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

Salah satu cara bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya. Perusahaan akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabah menjadi akrab, memberikan kesan yang baik bagi nasabah, membentuk suatu rekomendasi dari nasabah yang satu ke nasabah yang lain yang dapat menguntungkan perusahaan dan terciptanya loyalitas nasabah. Nasabah yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan nasabah baru.

*Customer service* tidak hanya menjaga nasabah lama tetapi juga harus meningkatkan loyalitas nasabah

pada bank yang bersangkutan. Menurut Bramson (2004) ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, antara lain adalah kepuasan, kepercayaan, dan komitmen dari nasabah itu sendiri. Kepuasan hanya salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas nasabah. Mempertahankan nasabah sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan terutama perusahaan di bidang perbankan, hal ini disebabkan karena dengan mempertahankan nasabah, berarti dapat meningkatkan penerimaan atau pendapatan perusahaan dalam penjualan produk.

Loyalitas berasal dari kata dasar “Loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan.<sup>9</sup> Menurut Oliver, Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Loyalitas pelanggan adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka

---

<sup>9</sup> <http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2009/11/10/definisi-loyalitaspelanggan/>, diakses tgl 06 Maret 2016

panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Demikian pula dengan Bank BTN Syari'ah (Bank Tabungan Negara) Kantor Cabang Semarang yang berupaya untuk menjalin hubungan kerjasama tersebut sebaik-baiknya dengan para nasabahnya melalui peran *customer service*.

Berdasarkan Hasil wawancara yang telah saya lakukan pada tanggal 01 April 2016 dengan nasabah Bank BTN Syari'ah Kantor Cabang Semarang dengan Ibu Sri Zulaekhah dan Bapak Surya Santoso, apa yang disampaikan oleh salah seorang nasabah yang bernama Ibu Sri Zulaekhah bahwa selama menjadi nasabah Bank BTN Syari'ah KC Semarang ini beliau masih merasa cukup puas atas pelayanan yang diberikan oleh Bank maupun bagian *Customer Service*. *Customer Service* melayani dengan penuh kesabaran dan penuh ketlatenan. Jika ada nasabah yang bertanya didengarkan baik-baik dan dijawab pula dengan baik-baik. Itu sudah mencerminkan pelayanan yang baik yang dilakukan oleh Bank BTN Syari'ah KC Semarang terhadap para nasabahnya. Selain *Customer Service* ada hal lain yang mendukung yaitu adanya kenyamanan dalam bertransaksi yang didukung oleh fasilitas yang nyaman

dan lengkap yang dimiliki oleh Bank BTN Syari'ah KC Semarang. Salah satu sikap yang dimiliki oleh *Customer Service* yang berkompeten bisa menjadi salah satu alternative pemecahan masalah, karena dengan kompetensi yang dimiliki otomatis *Customer Service* akan selalu dengan cepat tanggap dan secara tepat dengan kemampuannya melayani nasabah dengan baik, diharapkan dengan kompetensi yang dimiliki *Customer Service* bisa bersikap sopan, ramah, dan tekun serta teliti, sabar menghadapi sifat dari nasabah yang berbeda-beda. Bapak Surya Santoso menuturkan bahwa sekompetensi-kompetensinya *Customer Service* tetapi masih ada kekurangan dalam hal pelayanan yang masih lambat jika terlalu banyak nasabah yang datang, dan juga kadang membiarkan nasabah menunggu lama seperti ditinggal menelpon dengan waktu yang lama. Hal seperti ini lah yang kebanyakan membuat para nasabah merasa tidak diutamakan atau disepelekan oleh pihak bank maupun *customer service*.<sup>10</sup>

Maka dari itu terhadap tuntutan para nasabah tersebut, diantaranya melalui aktivitas *customer service*

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Ibu Sri Zulaekhah dan Bapak Surya Santoso, Tanggal 01 April 2016, jam 10:00, di kantor BTN KCS Semarang



yang bertugas melayani, memberikan informasi tentang produk-produk bank dan fasilitas-fasilitas apa saja yang dimiliki oleh bank serta menciptakan hubungan yang harmonis dengan para nasabah atau calon nasabah. Adanya hubungan baik tersebut akan dapat menarik minat dan perhatian masyarakat untuk menabung dan menggunakan jasa bank. Akan tetapi tumbuhnya minat dan perhatian masyarakat untuk menabung atau menggunakan jasa bank tersebut tidak akan muncul dengan sendirinya jika tidak terdapat kepuasan dihati masyarakat atau nasabah tersebut akibat pelayanan yang diberikan oleh *customer service* di bank manapun.

Pelayanan yang diberikan oleh *customer service* haruslah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabah. Hal ini dilakukan dengan sikap menolong, bersahabat dan professional yang memuaskan nasabah agar nasabah tersebut datang kembali untuk berbisnis dengan bank kita. Cara seperti ini seorang *customer service* dapat menikmati pekerjaannya dan memajukan karirnya pada bank tersebut. Pelayanan nasabah yang bermutu menuntut adanya upaya dari keseluruhan karyawan bukan hanya yang bertugas di *front office*, yang

berhadapan langsung dengan nasabah dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga para karyawan di *back office* yang menghasilkan pelayanan di belakang layar yang tidak kelihatan oleh nasabah.

Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah Kantor Cabang Semarang merupakan salah satu lembaga keuangan yang dalam menjalankan kegiatan usahanya selalu mengutamakan kepuasan nasabah diantaranya melayani masyarakat yang ingin menabung dan juga memberikan fasilitas pinjaman kepada masyarakat yang ingin membutuhkan. Strategi pelayanan yang diterapkan meliputi tiga komponen, yaitu mencakup *people* (karyawan bank), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik).

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) TBK Kantor Cabang Syariah Semarang”. Penelitian saya ini memilih Bank Tabungan Negara (BTN) sebagai obyek penelitian karena dianggap *representative* sebagai salah satu bank syariah yang sedang berkembang saat ini.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, diharapkan pembahasan selanjutnya dapat dituangkan secara rinci mengenai hal-hal yang berkaitan dengan “Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) TBK Kantor Cabang Syari’ah Semarang”. Maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung di Bank BTN Kantor Cabang Syari’ah Semarang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung di Bank BTN Kantor Cabang Syari’ah Semarang.

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang terkait, yaitu:

1. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan salah satu instrumen pelatihan intelektual dan pengasah daya pikir ilmiah untuk menerapkan seluruh teori dan pengetahuan yang telah didapat di bangku kuliah untuk memecahkan suatu permasalahan empiris melalui sistematika dan metode berpikir yang dapat dipertanggungjawabkan.

2. Bagi Bank BTN KC Syari'ah Semarang  
Sebagai bahan masukan atau pertimbangan oleh perusahaan perbankan khususnya *customer service* untuk meningkatkan loyalitas nasabah penabung dan Sebagai kontribusi pengetahuan tentang peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung untuk masyarakat umum.
3. Bagi penelitian selanjutnya  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah peran *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

## **E. Tinjauan Pustaka**

### **1. Penelitian Terdahulu**

Reni Mardiani dengan judul “peranan *customer service* dalam menjaga loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung”. Tahun 2007, Universitas Padjadjaran Bandung. Rumusan Masalah: Bagaimana peranan *customer service* dalam menjaga loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung?. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan wawancara, observasi, dan studi literature. Objek observasi adalah bagian *customer service* PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung.

Hasil dari pengamatan yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa *customer service* memiliki peranan penting dalam usaha mempertahankan loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung. Maka *customer service* harus dibekali dengan berbagai keahlian sebagai penunjang untuk menjadi *customer service* yang baik ketika melayani nasabah.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Reni Mardiani, 2007, Universitas Padjadjaran Bandung, skripsi dengan judul “peranan *customer service* dalam menjaga loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung” dalam

Mela Diana Ari Cendani dengan judul “Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah pada PT. Bank Jatim (persero) tbk Kantor Cabang Malang”. Tahun 2008, Universitas Muhammadiyah Malang. Rumusan masalah: Bagaimana peran *customer service* dalam meningkatkan pelayanan kualitas terhadap nasabah khususnya nasabah pada Bank Jatim cabang Malang dan bagaimana strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan nasabah?

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi, observasi, dan interview. Analisis data menggunakan data kualitatif. Dan memakai teknik pemeriksaan keabsahan data yang menggunakan beberapa teknik pemeriksaan tertentu yaitu perpanjangan keikutsertaan, Triangulasi, dan pemeriksaan sejawat.

Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti menyimpulkan bahwa peran *customer service* dalam meningkatkan kualitas nasabah adalah dengan meningkatkan pelayanan nasabah untuk memberikan kepuasan kepada para nasabah sehingga akan terjalin

kerjasama yang selaras, seimbang dan harmonis. Serta strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan nasabah adalah melayani nasabah dengan selalu mengutamakan prinsip pelayanan prima dan mengajak calon nasabah yang lain.<sup>12</sup>

Dari penelitian terdahulu ini persamaanya adalah pada pelayanan *customer service* terhadap nasabah dimana penelitian tersebut sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam pengumpulan datanya pun sama-sama menggunakan *Interview* atau wawancara, observasi, dan dokumentasi. Perbedaan dari penelitian terdahulu tersebut adalah untuk Mela diana ari cendani menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang menggunakan beberapa teknik pemeriksaan tertentu yaitu perpanjangan keikutsertaan, Triangulasi, dan

---

<sup>12</sup> Mela Diana ari Cendani, tahun 2008, Universitas Muhammadiyah Malang, skripsi dengan judul “peran *customer service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan nasabah pada PT. Bank Jatim (persero) tbk kantor cabang malang” dalam <http://digilib.umm.ac.ai/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jiptumpp-gdl-s1-2008-meladianaa-14339&PHPSESSID=42d6ee65b827a38f44956092d28ba985>, diakses 16 maret 2016

pemeriksaan sejawat . Sedangkan Reni Mardiani menggunakan studi literature.

## **F. Metodologi Penelitian**

Penulisan Tugas Akhir ini didasarkan oleh *Field Research*. *Field Research* yaitu terjun langsung ke lapangan guna mengadakan penelitian pada objek, yang berkaitan dengan objek yang dibahas.<sup>13</sup>

Penelitian ini dilakukan di Bank BTN (Bank Tabungan Negara) Kantor Cabang Syari'ah Semarang. Adapun metode penelitian yang digunakan penulis sebagai berikut :

### **1. Jenis Penelitian**

Dipandang dari sifat rancangan penyelidikannya, penelitiannya bersifat deskriptif yaitu penelitian tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesa tertentu, tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau suatu keadaan. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, foto,

---

<sup>13</sup> Abuddin Nata, *Metodologi Study Islam*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2003, hal. 125



dokumen pribadi, dan dokumen resmi lainnya. Untuk itu penulis bermaksud menjabarkan tentang Peranan Customer Service dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung pada Bank BTN Kantor Cabang Syari'ah Semarang.

## 2. Sumber Data

### 1) Sumber Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati, dan dicatat untuk pertama kalinya. Dalam penelitian ini data primer berupa :

- a. *Person*, yaitu individu atau perseorangan. Sumber data yang bisa memberikan data berupa suatu jawaban lisan melalui wawancara atau dalam penelitian ini bisa disebut dengan informan. Peneliti disini akan melakukan wawancara dengan petugas bagian *customer service* Bank BTN Syari'ah serta nasabah penabung yang berjumlah 5 orang di Bank BTN Kantor Cabang Syari'ah Semarang tersebut.

- b. *Place*, yaitu sesuatu yg dipakai untuk menaruh (menyimpan, meletakkan, dan sebagainya); wadah, ruang (bidang, rumah, dan sebagainya) yang tersedia untuk melakukan sesuatu. Dalam hal ini yang berkaitan dengan tempat atau tentang kondisi yang berlangsung dan berkaitan dengan masalah yang dibahas yaitu mengamati situasi dan kondisi di Bank BTN Kantor Cabang Syari'ah Semarang khususnya peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung.
- c. *Paper*, yaitu sumber data yang menyajikan data berupa huruf-huruf, angka, gambar dan symbol-simbol yang lain. Data ini bisa diperoleh dari buku administrasi kantor, data pada waktu magang saat klasikal, data struktur organisasi di Bank BTN Kantor Cabang Syari'ah Semarang. Serta beberapa dokumen yang berupa buku yang diperoleh dari kantor bank tersebut.

## 2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua setelah data primer yang mendukung pembahasan dan diperoleh dari orang lain. Pada data sekunder ini peneliti memakai buku-buku yang berisi tentang perbankan syariah, karya ilmiah, serta materi yang terkait dengan tema atau judul tersebut.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah sebuah urutan informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan problem tertentu. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.<sup>14</sup>

Pada bagian ini, peneliti menentukan metode apa yang akan digunakan dalam merekam dan mengumpulkan seluruh data penelitian. Penentuan metode pengumpulan data harus relevan dengan masalah penelitian dan karakteristik sumber data serta bagaimana alasan-

---

<sup>14</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2005, hal.28

alasan nasional mengapa metode pengumpulan data itu digunakan.<sup>15</sup>

a. *Interview* atau Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*Interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>16</sup>

Metode wawancara ini merupakan metode pengumpulan data yang sangat sering dipergunakan dalam penelitian. Metode wawancara sangat sederhana dan lebih mudah mempersiapkan dan melaksanakannya.

Wawancara yang peneliti terapkan adalah jenis pembicaraan dengan pertanyaan yang diajukan itu sudah disiapkan sebelumnya oleh pewawancara dan terwawancara menjawab dengan spontan tanpa dibuat-buat. Pembicaraan dimulai dari hal-hal umum menuju hal-hal yang khusus. Sehingga terwawancara seolah-olah tidak menyadari bahwa

---

<sup>15</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2005, hal. 94

<sup>16</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2005, hal. 186

ia sedang di wawancarai. Dan metode wawancara ini adalah metode pengumpulan data yang berinteraksi langsung dengan responden yaitu petugas *customer service*, dan nasabah penabung bank tersebut.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu. Oleh karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta di bantu dengan panca indra lainnya. Dengan demikian teknik atau metode observasi ini di lakukan untuk mengetahui lebih dekat tentang objek yang di teliti. Pedoman observasi merupakan alat bantu yang digunakan untuk pengumpulan data-data melalui pengamatan dan pendekatan yang sistematis terhadap beberapa hal tentang objek penelitian. Observasi mempunyai peranan yang penting pada pengumpulan data dalam penelitian deskriptif. Hal ini dikarenakan jenis-jenis informasi tertentu dapat diperoleh

dengan baik melalui pengamatan langsung oleh peneliti, akan tetapi dalam observasi tidak boleh kita lakukan secara acak-acakan atau tanpa rencana. Sebaliknya dalam mencatat data observasi harus juga didasari pertimbangan-pertimbangan tertentu yang kemudian mengadakan suatu penilaian.

Ditinjau dari kerangka perencanaan terhadap obyek yang diamati, maka peneliti menggunakan metode observasi sistematis. Observasi sistematis yaitu observasi dengan melakukan perencanaan dan perumusan materi yang akan diamati sebagai pedoman pelaksanaan observasi.<sup>17</sup>

Pada metode observasi ini, peneliti ikut melibatkan diri pada kegiatan *customer service* dalam melayani nasabahnya yaitu nasabah penabung dan pengguna jasa agar peneliti dapat melakukan pengamatan secara mendalam. Sedangkan observasi sistematis, peneliti lakukan dengan membuat perencanaan kondisi-kondisi yang akan peneliti amati dari observasi ini

---

<sup>17</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, hal. 139

peneliti mendapatkan gambaran umum Bank BTN Kantor Cabang Syari'ah Semarang serta mengenai bagaimana peranan *customer service* itu dalam meningkatkan loyalitas nasabah khususnya nasabah penabung agar tetap nyaman dan aman menggunakan jasa Bank BTN Kantor Cabang Syari'ah Semarang tersebut.

c. Dokumentasi

Dokumen adalah rekaman peristiwa yang lebih dekat dengan percakapan, persoalan pribadi dan memerlukan interpretasi yang berhubungan sangat dekat dengan rekaman peristiwa tersebut dan mengumpulkan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia. Data yang digali dari wawancara dan pengamatan diperlukan sebagai suatu dokumen. Dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metode penelitian sosial. Pada intinya metode dokumentasi ialah metode yang dipergunakan untuk menelusuri data historis. Dengan adanya metode seperti ini, peneliti mencari dan mendapatkan data-data primer yaitu data secara tertulis seperti laporan naskah-naskah

kearsipan dan data berupa gambar yang ada di Bank BTN Kantor Cabang Syari'ah Semarang.

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan kemudahan dalam memahami Tugas Akhir maka penulis menguraikan susunan penulisan secara sistematis sebagai berikut :

### **BAB I :PENDAHULUAN**

Dalam bab ini pembahasan awal yang dipaparkan secara global tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat hasil penelitian, Tinjauan Pustaka yang berisi penelitian terdahulu, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

### **BAB II :LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini berisi tentang : Kajian teori tentang yang pertama *Customer Service* yang berisi pengertian customer service, fungsi dan tugas customer service, peranan customer service. Kedua, *Loyalitas* yang berisi pengertian Loyalitas, karakteristik loyalitas nasabah, faktor-faktor terbentuknya loyalitas



nasabah, dan keuntungan memiliki nasabah yang loyal. Ketiga, Nasabah yang berisi pengertian nasabah, pengertian nasabah penabung (penyimpan), sifat-sifat nasabah, dan sebab-sebab nasabah meninggalkan bank.

### BAB III :GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang : Sejarah PT. Bank BTN (Tabungan Negara) Kantor Cabang Syari'ah Semarang, Tujuan Pendirian, Visi dan Misi BTN, Etika BTN Syariah, Budaya kerja BTN Syari'ah, Struktur Organisasi BTN Syari'ah, *Job Description* atau Uraian tugas, Produk-produk BTN Syari'ah yang berisi meliputi Penghimpunan Dana, Penyalurn Dana, Jasa dan Layanan.

### BAB IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan paparan data dan hasil penelitian yang berisikan tentang pelayanan Bank BTN Kantor Cabang Syari'ah Semarang, Temuan Hasil Penelitian, dan analisis data hasil penelitian.

## BAB V :PENUTUP

Bab ini meliputi kesimpulan, saran dan penutup.