

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia

1. Sejarah Singkat PT. Bank Muamalat Indonesia

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 Nopember 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawwal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp. 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan. Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp. 106 miliar.⁷²

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyanggah predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi Perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan. Pada akhir tahun 90an,

⁷²<http://www.bankmuamalat.co.id> (30 April 2016).

Indonesia dilanda krisis moneter yang memporakporandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank Muamalat pun terimbas dampak krisis. Di tahun 1998, rasio pembiayaan macet (NPF) mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat rugi sebesar Rp. 105 miliar. Ekuitas mencapai titik terendah, yaitu Rp. 39,3 miliar, kurang dari sepertiga modal setor awal.⁷³

Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari pemodal 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 dan 2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat. Dalam kurun waktu tersebut, Bank Muamalat berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba berkat upaya dan dedikasi setiap Kru Muamalat, ditunjang oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan perbankan syariah secara murni.⁷⁴

Pada akhir tahun 2004, bank Muamalat tetap merupakan bank syariah terkemuka di Indonesia dengan jumlah aktiva sebesar Rp. 5,2 Triliun, modal pemegang saham sebesar Rp. 269,7 miliar serta perolehan laba bersih sebesar Rp. 48,4 miliar. Saat ini, BMI merupakan satu-

⁷³*Ibid.*

⁷⁴*Ibid.*

satunya bank syariah yang telah membuka cabang luar negeri yaitu di Kuala Lumpur, Malaysia. Dalam upaya aksesibilitas nasabah di Malaysia, BMI melakukan kerjasama melalui jaringan *Malaysia Elektronik Payment System* (MEPS) sehingga layanan dapat diakses dilebih dari 2000 ATM di Malaysia.⁷⁵

Sebagai bank pertama murni syariah, bank Muamalat berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya *comply* terhadap syariah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat hingga pelosok nusantara. Komitmen tersebut diapresiasi oleh pemerintah, media massa, lembaga nasional, dan internasional serta masyarakat luas melalui lebih dari 70 award bergengsi yang diterima oleh BMI dalam 5 tahun terakhir antara lain *Best Islamic Bank In Indonesia 2009* oleh *Islamic Finance News* (Kuala Lumpur), *Best Islamic Financial Institution In Indonesia 2009* oleh *Global Finance* (New York) serta *The Best Islamic Finance House In Indonesia 2009* oleh *Alpha South East Asia* (Hongkong).⁷⁶

Bank Muamalat cabang Banjarmasin yang pertama kali beroperasi pada tahun 2003 yang terletak di Jl. Ahmad Yani km.6 dan sekarang cabang Banjarmasin dipindah di Jl. Ahmad Yani km. 5,2 Banjarmasin. Bank Muamalat cabang Banjarmasin memiliki dua cabang yaitu, Bank Muamalat Cabang Pembantu Kayu Tangi Banjarmasin dan Bank Muamalat Kantor kas di Pasar Harum Manis.

⁷⁵*Ibid.*

⁷⁶*Ibid.*

Bank Muamalat Cabang Pembantu Kayu Tangi Banjarmasin yang terletak di Jl. Brigjen H. Hasan Basri Kayu Tangi Banjarmasin Kalimantan Selatan. Didirikan pada tanggal 21 Desember 2012, mempunyai bangunan yang bertingkat 2. Lantai dasar terdiri dari *Banking Hall* (Unit Pelayanan), *Teller*, *Customer Service*, dan ruangan *Back Office*. Lantai 2 terdiri dari ruangan *Sub Branch Manager*, ruangan bagian *Marketing Financing* dan *Funding*, ruang rapat, ruang Tamu, mushala dan dapur umum. Selain itu di halaman Bank terdapat *Authomatic Teller Machine* (ATM) dan di samping Bank terdapat pos penjaga keamanan sedangkan toilet terdapat di setiap lantai.⁷⁷

2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia

a. Visi Bank Muamalat Indonesia

“Menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual dikagumi di pasar rasional”.

b. Misi Bank Muamalat Indonesia

“Menjadi Role Model Lembaga Keuangan Syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi stakeholder”.

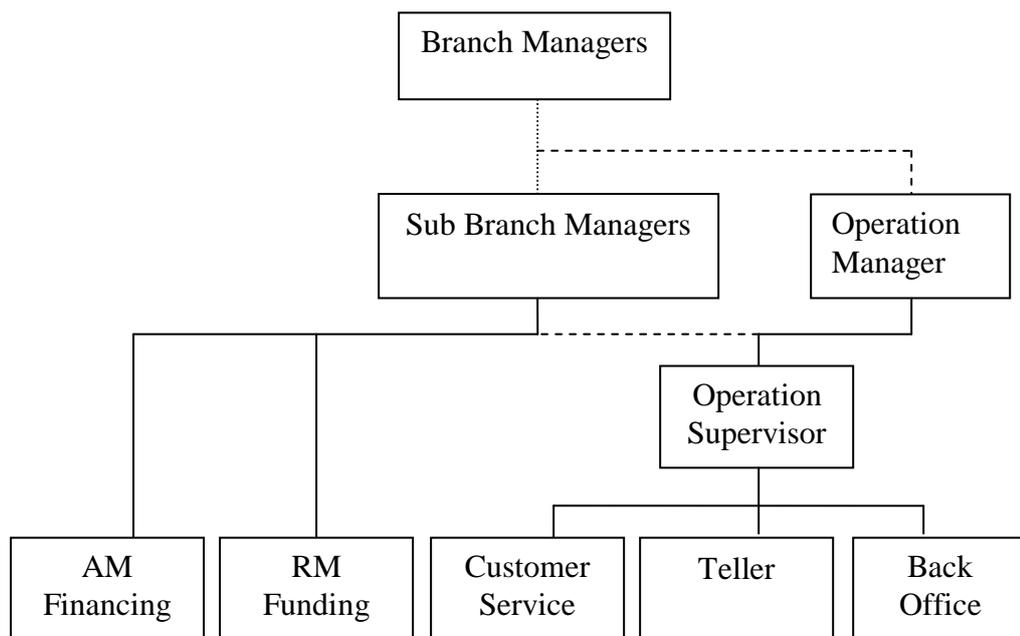
3. Struktur Organisasi dan *Job Description*

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan tegas mengenai pola hubungan kerja, wewenang serta tanggung jawab dalam organisasi, maka

⁷⁷Sumber: Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Kayu Tangi Banjarmasin.

biasanya akan disusun dan diatur dalam struktur organisasi. Adapun struktur organisasi pada Bank Muamalat dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia



Sumber: Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin 2016

Adapun uraian tugas-tugas pada masing-masing bagian pada Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin adalah sebagai berikut:

a. *Sub Branch Manager*

Memiliki tugas dan wewenang sebagai berikut:

- 1) Bertanggung jawab atas kemajuan perusahaan.

- 2) Bertanggung jawab kepada pimpinan pusat.
- 3) Mempunyai wewenang tertinggi dalam mengambil keputusan.
- 4) Mengkoordinasi dan mengawasi pelaksanaan pekerjaan masing-masing bagian yang ada dalam bank.

b. *Staff Operation*

Memiliki tugas dan wewenang sebagai berikut:

- 1) Memonitor dan mengontrol terlaksananya operasional bank.
- 2) Menjalankan fungsi kepemimpinan pada bagian operasional.
- 3) Menyusun rencana kerja atau anggaran di bidang operasional.
- 4) Melaksanakan program kerja berdasarkan rencana anggaran kantor.

c. *Relationship Manager Funding*

Relationship manager funding mempunyai tanggung jawab untuk mengidentifikasi peluang penjualan, mendapatkan bisnis yang potensial dari nasabah, memelihara dan memperdalam hubungan dengan nasabah. Dengan jalan menyediakan keunggulan dalam pelayanan nasabah untuk mencapai tujuan bank dalam hal pertumbuhan dan profitabilitas.

d. *Relationship Manager Lending*

Relationship manager Lending mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk mengidentifikasi peluang pembiayaan, menjaga pembiayaan yang teralirkan tetap lancar, menyelesaikan pembiayaan yang kurang lancar atau macet, berusaha mencari dan

mengumpulkan sebanyak mungkin depositan-depositan yang potensial, serta menjaga hubungan baik dengan nasabah.

e. *Teller*

Memiliki tugas dan wewenang sebagai berikut:

- 1) Bertanggung jawab atas semua transaksi dalam kas.
- 2) Menjalankan transaksi *counter* diantaranya tarikan, setoran, transfer.
- 3) Melayani penukaran uang kecil.
- 4) Melayani jual beli valas seperti USD, RIYAL.
- 5) Melayani keluhan nasabah.
- 6) Membuat laporan kas harian.

f. *Customer Service*

Memiliki tugas dan wewenang sebagai berikut:

- 1) Memberikan pelajaran pada seluruh pengguna jasa bank.
- 2) Memberikan informasi tentang produk bank.
- 3) Memberikan segala informasi yang dibutuhkan nasabah
- 4) Menyelesaikan persoalan yang muncul sehubungan dengan keluhan nasabah.
- 5) Melayani proses pembukaan giro, tabungan dan deposito.
- 6) Menjaga hubungan bank dan nasabah.

4. Produk dan Jasa Bank Muamalat Indonesia terbagi dalam:

a. *Pendanaan*

- 1) Tabungan

- a) Tabungan iB Muamalat
 - b) Tabungan Muamalat Dollar
 - c) Tabungan Haji Arafah
 - d) Tabungan Haji Arafah Plus
 - e) Tabungan Muamalat Umrah
 - f) Tabunganku
 - g) Tabungan iB Muamalat Rencana
 - h) Tabungan iB Muamalat Prima
 - i) Tabungan iB Muamalat Wisata
 - j) Tabungan DPLK Muamalat
 - k) Tabungan Sahabat
- 2) Giro
- a) Giro Muamalat Attijary
 - b) Giro Muamalat Ultima Ib
- 3) Deposito
- a) Deposito Mudharabah
 - b) Deposito Fulinvest

b. Pembiayaan

- 1) Konsumen
- a) KPR Muamalat Ib
 - b) Auto Muamalat
 - c) Pembiayaan Umroh Muamalat
 - d) Pembiayaan Anggota Koperasi

- 2) Modal Kerja
 - a) Pembiayaan Modal Kerja
 - b) Pembiayaan LKM Syariah
 - c) Pembiayaan Rekening Koran Syariah
 - 3) Investasi
 - a) Pembiayaan Investasi
 - b) Pembiayaan Hunian Syariah
- c. Jasa**
- 1) Internet Banking Muamalat
 - 2) Mobile Banking Muamalat
 - 3) EDC Counter Muamalat
 - 4) SalaMuamalat 500016
 - 5) Virtual Account Muamalat
 - 6) Cash Management System

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap responden dan informan tentang penerapan strategi *relationship marketing* dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk pendanaan dan pembiayaan pada Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin, maka diperoleh data yang diuraikan sebagai berikut:

1. Identitas Responden Pertama

Nama : Fachmi Faisal
Jenis Kelamin : Laki-laki
Jabatan : *Sub Branch Manager*

Pada prakteknya di Bank Muamalat sepengetahuan pihak bank, *relationship marketing* merupakan kegiatan menjual produk pendanaan dan pembiayaan, menjaga hubungan baik dengan nasabah, dan memperluas jaringan. Untuk tujuan *relationship marketing* yaitu agar terlaksananya penghimpunan pendanaan dan pembiayaan.⁷⁸

Bank Muamalat juga ada mengadakan *training* yang di ikuti oleh karyawan sehubungan dengan *relationship marketing*, training tersebut dilaksanakan oleh Human Capital Division kantor pusat.

Strategi yang dilakukan Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin agar calon nasabah tertarik dengan produk pendanaan atau pembiayaan yaitu:

- a. Banyak sosialisasi kepada masyarakat seperti ke instansi pemerintah, swasta, sekolah, perguruan tinggi, dan lain-lain.
- b. Seringnya silaturahmi kepada nasabah lama sehingga dapat memungkinkan nasabah yang ada tersebut menawarkan produk bank muamalat kepada keluarga atau temannya.

⁷⁸Fachmi Faisal, Sub Branch Manager, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 31 Mei 2016.

- c. Melakukan *cross selling* yaitu suatu konsep penjualan yang selalu memanfaatkan penjualan produk pertama untuk masuk pada penjualan produk lainnya kepada nasabah yang sama.
- d. *Calling* atau menelpon nasabah untuk menawarkan kepada nasabah produk dan promosi terbaru.

Pada Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin yang lebih banyak nasabahnya antara produk pendanaan dan pembiayaan yaitu lebih banyak produk pendanaan, karena di wilayah sekitar Kayu Tangi banyak orang berinvestasi dalam bentuk simpanan seperti tabungan.

Peningkatan jumlah nasabah dari produk pendanaan dan pembiayaan selama empat tahun terakhir pada Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Pendanaan dan Pembiayaan

Tahun	Produk Pendanaan	Produk Pembiayaan
2012-2013	139%	100%
2013-2014	101%	91%
2014-2015	67%	17%

Sumber: Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin 2016

Berdasarkan tabel di atas bahwa peningkatan jumlah nasabah dari pendanaan dan pembiayaan selama 4 tahun terakhir, yang lebih meningkat jumlah nasabahnya adalah produk pendanaan.

Pada produk pendanaan yang paling diminati nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin yaitu:

- a. Tabungan prima, keunggulannya nisbahnya menyesuaikan saldo rata-rata.
- b. Tabungan Haji dan Umroh, keunggulannya untuk merencanakan haji dan umroh secara terencana dan mendapatkan undian berhadiah.
- c. Tabungan Sahabat, keunggulannya merupakan tabungan yang kecil biaya administrasinya.

Pada produk pembiayaan yang paling diminati nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin yaitu Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR), keunggulannya pembiayaannya dapat di angsur selama 15 tahun.

Hal-hal yang dilakukan Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah yaitu sering silaturahmi bertemu langsung, lewat telpon atau pesan sms. Hal-hal yang dilakukan untuk menjaga kepercayaan nasabah agar tetap bertransaksi di Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin yaitu:

- a. Apabila ada layanan kurang memuaskan langsung direspon.
- b. Apabila ada keluhan langsung di tangani dengan cepat.

Hal-hal yang dilakukan untuk mewujudkan kepedulian terhadap nasabah yaitu apabila nasabah mendapat musibah seperti sakit langsung ditemui atau dijenguk, yang dilakukan pihak bank agar nasabah loyal terhadap perusahaan dan bisa mempromosikan produk dari Bank Muamalat kepada orang lain yaitu pihak bank selalu menjaga silaturahmi dengan nasabahnya.

Bank Muamalat memberikan informasi yang sama kepada semua nasabah, dan pihak bank memberikan *reward* (penghargaan) kepada nasabah yang loyal dalam bentuk undian berhadiah pada produk tertentu.

Cara Bank Muamalat menanggapi keluhan nasabah yaitu:

- a. Bank Muamalat menampung segala keluhan di SalaMuamalat 1500016.
- b. Nasabah datang langsung ke *Customer Service*, kemudian dilakukan penanganan terhadap keluhan yang diajukan nasabah.
- c. Nasabah datang langsung ke *marketing* dan menyampaikan keluhannya.

Bagi Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin Penerapan *relationship marketing* berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah dan profit perusahaan, Bank Muamalat melakukan survei kepuasan nasabah yang dilakukan bertempat di Bank Muamalat kantor pusat oleh lembaga *survey Independen* yang di namakan *Marketing Research Institute* (MRI). Cara mengukur kepuasan nasabah yaitu dengan sistem keluhan dan saran nasabah melalui SalaMuamalat 1500016.

Menciptakan, mempertahankan, atau memperbaiki hubungan dengan nasabah, yang lebih sulit yaitu memperbaiki karena apabila nasabahnya sudah merasa kecewa sulit untuk memperbaiki kepercayaan nasabah kembali.

Hal yang tersulit dalam membina komunikasi dengan nasabah yaitu apabila nasabah tidak paham atau tidak mengerti dengan bahasa indonesia yang digunakan pihak bank. Kendala yang dihadapi dalam membina hubungan baik dengan nasabah yaitu Bahasa yang digunakan dan kebiasaan nasabah.

Kendala yang dihadapi dalam meningkatkan kepuasan nasabah yaitu:

- a. Eksternal: situasi ekonomi negara dan adanya pesaing atau bank lain.
- b. Internal: Kurangnya SDM Perbankan Syariah.

Hal yang tersulit dalam menarik minat nasabah yaitu apabila produk yang ada di bank tidak sesuai dengan keinginan nasabah dan keinginan nasabah belum terpenuhi oleh pihak bank.

2. Identitas Responden ke Dua

Nama : Citra Mega Sari

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : *Staff Marketing/ Relationship Manager Funding*

Pada prakteknya di Bank Muamalat, sepengetahuan pihak bank *relationship marketing* adalah tugas dan kewajiban *staff marketing* untuk memasarkan produk, menampung keluhan nasabah, melakukan *maintenance customer* (pembinaan nasabah), menawarkan produk perbankan agar nasabah tertarik untuk menempatkan dananya di Bank.⁷⁹

⁷⁹Citra Mega Sari, Relationship Manager Funding, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 31 Mei 2016.

Tujuan *relationship marketing* adalah untuk membangun silaturahmi antara nasabah dan *staff marketing* agar nasabah tetap percaya dan yakin untuk menempatkan dananya. Bank Muamalat ada mengadakan *training* yang di ikuti oleh karyawan sehubungan dengan *relationship marketing*, salah satunya *on the job training* yaitu pelatihan dengan cara pekerja atau calon pekerja ditempatkan dalam kondisi pekerjaan yang sebenarnya, dibawah bimbingan dan pengawasan dari pegawai yang telah berpengalaman. Di Bank Muamalat, *staff marketing* melakukan *on the job training* yang materinya diberikan oleh *sub branch manager*.

Strategi yang dilakukan Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin agar calon nasabah tertarik dengan produk pendanaan atau pembiayaan yaitu:

- a. Menawarkan produk kepada calon nasabah dengan baik dan jelas.
- b. Tidak memaksa calon nasabah.
- c. Mencari kesukaan atau kebiasaan calon nasabah sehingga bisa menyesuaikan produk yang ditawarkan dengan keinginan nasabah.

Produk pendanaan yang paling diminati nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin yaitu:

- a. Tabungan Prima, dengan nisbah spesial.
- b. Tabungan Prima Berhadiah, (nasabah menempatkan dananya dengan jumlah tertentu dan mendapatkan hadiah langsung tanpa diundi).

Produk pembiayaan yang paling diminati nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin yaitu Kredit Pemilikan Rumah (KPR),

keunggulannya memiliki pilihan berupa akad *murabahah* (jual-beli) dan akad *musyarakah mutanaqishah* (kerja sama sewa), serta uang muka ringan dengan hanya minimal 10% saja dari harga perolehan yang diakui bank.

Hal-hal yang dilakukan Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah yaitu:

- a. Tetap menjaga silaturahmi dengan nasabah dan berkunjung ke rumah nasabah.
- b. Komunikasi dengan nasabah lewat telpon.
- c. Mengunjungi nasabah, pada saat hari lahir nasabah dengan membawa kue.

Hal-hal yang dilakukan untuk menjaga kepercayaan nasabah agar tetap bertransaksi di Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin yaitu:

- a. Terus meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah.
- b. Meningkatkan kualitas produk bank.
- c. Meningkatkan sistem untuk mempercepat transaksi nasabah.
- d. Memperbanyak jumlah ATM untuk memudahkan transaksi nasabah.

Hal-hal yang dilakukan untuk mewujudkan kepedulian terhadap nasabah yaitu:

- a. *Maintenance* (pembinaan) nasabah.
- b. Menanyakan kabar nasabah lewat telpon atau berkunjung ke rumah nasabah.

- c. Mengunjungi nasabah misalkan ada nasabah yang kena musibah atau jatuh sakit.
- d. Memberikan kue ulang tahun pada hari lahir nasabah.

Pihak bank melakukan cara supaya nasabah loyal terhadap perusahaan dan bisa mempromosikan produk dari Bank Muamalat kepada orang lain yaitu:

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan.
- b. Meningkatkan kualitas produk.
- c. Meningkatkan sistem komputer perusahaan untuk mempercepat transaksi nasabah.

Bank Muamalat memberikan informasi yang sama kepada semua nasabahnya, informasinya tergantung jenis produk yang dipilih nasabah dan yang ingin ditawarkan. Pihak bank memberikan *reward* (penghargaan) kepada nasabah yang loyal berupa hadiah umroh pada produk tertentu.

Cara menanggapi keluhan nasabah yaitu menampung keluhan nasabah dan mencari solusi agar nasabah tetap percaya pada Bank Muamalat. Penerapan *relationship marketing* sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah dan profit perusahaan, karena dengan penerapan *relationship marketing* nasabah menjadi lebih percaya dan yakin untuk menempatkan dananya di Bank Muamalat, dan Bank Muamalat melakukan survei kepuasan nasabah yang dilakukan bertempat di Bank Muamalat kantor pusat.

Menciptakan, mempertahankan, atau memperbaiki hubungan dengan nasabah, yang lebih sulit yaitu mempertahankan dan memperbaiki, karena mempertahankan itu perlu kepercayaan nasabah sedangkan memperbaiki apabila nasabah sudah kecewa dengan pihak bank maka nasabah tidak ingin bertransaksi atau datang ke bank.

Hal yang tersulit dalam membina komunikasi dengan nasabah yaitu saat meyakinkan nasabah dengan memberikan penjelasan produk bank, nasabah ada yang tidak mengerti. Kendala yang dihadapi dalam membina hubungan baik dengan nasabah yaitu nasabah yang sibuk sulit untuk ditemui.

Kendala yang dihadapi dalam meningkatkan kepuasan nasabah yaitu:

- a. Eksternal: Adanya pesaing atau bank lain, keterbatasan produk dan dana yang dimiliki bank sehingga kebutuhan nasabah tidak sepenuhnya dilakukan.
- b. Internal: Kurangnya fasilitas seperti ATM untuk memudahkan nasabah bertransaksi.

Hal yang tersulit dalam menarik minat nasabah yaitu: apabila produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

3. Identitas Responden ke Tiga

Nama : Ainah
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : *Customer Service*

Pengetahuan pihak bank tentang *relationship marketing*, yaitu kegiatan menghimpun dana dari nasabah dan menjaga hubungan baik dengan nasabah. Tujuan *relationship marketing* yaitu memperkenalkan produk-produk bank kepada nasabah. Bank Muamalat juga mengadakan *training* yang di ikuti oleh karyawan sehubungan dengan *relationship marketing*.⁸⁰

Bank Muamalat ada mengadakan *training* yang di ikuti oleh karyawan sehubungan dengan *relationship marketing*. Strategi agar calon nasabah tertarik dengan produk pendanaan atau pembiayaan yaitu fasilitasnya memudahkan nasabah dan menjelaskan keunggulan produk yang akan ditawarkan.

Pada Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin yang lebih banyak nasabahnya adalah produk pendanaan, karena setorannya terjangkau nasabah dan apabila menggunakan produk pembiayaan syaratnya harus menggunakan produk pendanaan.

Produk pendanaan yang paling diminati nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin yaitu Tabungan Muamalat iB, keunggulannya memiliki kartu ATM yang bisa debit dan bisa digunakan kartu ATMnya pada saat berangkat haji dan umroh.

Produk pembiayaan yang paling diminati nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin yaitu Pembiayaan Kredit Pemilikan

⁸⁰Ainah, Customer Service, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 31 Mei 2016.

Rumah (KPR) yang menggunakan akad *musyarakah mutanaqishah* keunggulannya marginnya lebih rendah di bandingkan akad *murabahah*.

Hal-hal yang dilakukan Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah yaitu tetap selalu berkomunikasi dengan nasabah dan menjaga silaturahmi dengan nasabah.

Hal-hal yang dilakukan untuk menjaga kepercayaan nasabah agar tetap bertransaksi di Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin yaitu selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah dan meningkatkan fasilitas yang mendukung nasabah dalam bertransaksi.

Hal yang dilakukan untuk mewujudkan kepedulian terhadap nasabah yaitu apabila ada nasabah yang komplain langsung ditindak lanjuti. Pihak bank melakukan cara supaya nasabah loyal terhadap perusahaan dan bisa mempromosikan produk dari Bank Muamalat kepada orang lain yaitu jika ada program menarik beritahukan kepada nasabah dan jika ada nasabah yang ulang tahun di beri kue.

Bank Muamalat memberikan informasi yang sama kepada semua nasabahnya, Pihak bank memberikan *reward* (penghargaan) kepada nasabah yang loyal, salah satunya nasabah yang memiliki nominal tabungan yang tinggi.

Penerapan *relationship marketing* sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah dan profit perusahaan, karena dengan penerapan *relationship marketing*, nasabah menjadi loyal dan akan terus

bertransaksi di Bank Muamalat, dan Bank Muamalat melakukan survei kepuasan nasabah yang dilakukan bertempat di Bank Muamalat kantor pusat.

Menciptakan, mempertahankan, atau memperbaiki hubungan dengan nasabah, yang lebih sulit yaitu mempertahankan karena ada bank lain yang menjadi pesaing, besar kemungkinan nasabah yang ada bisa tertarik untuk pindah ke bank lain.

Hal yang tersulit dalam membina komunikasi dengan nasabah yaitu pada saat nasabah sibuk, tidak dapat ditemui. Kendala yang dihadapi dalam membina hubungan baik dengan nasabah yaitu nasabah tidak merasa puas apabila diberi hadiah.

Kendala yang dihadapi dalam meningkatkan kepuasan nasabah yaitu:

- a. Eksternal: adanya pesaing atau bank lain.
- b. Internal: Keinginan nasabah untuk mendapatkan hadiah belum banyak terpenuhi karena harus ada izin atau persetujuan dari Bank Kantor Pusat.

Hal yang tersulit dalam menarik minat nasabah yaitu apabila menawarkan produk berhadiah, nasabah meminta hadiah lebih besar dari anggaran dana banknya.

4. Identitas Informan Pertama

Nama : Yanti

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Ibu Yanti merupakan salah satu nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Kayu Tangi Banjarmasin, mengatakan bahwa alasan beliau memilih Bank Muamalat, karena Bank Muamalat sesuai dengan prinsip syariah dan Bank Muamalat KCP Kayu Tangi bekerja sama dengan kantor tempat beliau bekerja sehingga untuk pengambilan gaji harus melalui tabungan dari Bank Muamalat.⁸¹

Keunggulan Bank Muamalat dibandingkan bank lain menurut pendapat beliau yaitu dari fasilitas internet bankingnya lebih cepat dan mudah dibandingkan bank lain. Ibu Yanti sudah menjadi nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin selama 4 tahun, produk yang beliau gunakan yaitu Tabungan Muamalat iB dan Tabungan DPLK Muamalat, alasan beliau memilih Tabungan Muamalat iB karena untuk pengambilan gaji dari kantor dan alasan memilih Tabungan DPLK Muamalat karena untuk dana pensiun di hari tua.

Menurut ibu Yanti, pihak bank sudah memberikan informasi yang jelas tentang produk yang dipilih, dan produknya sudah sesuai dengan keinginan. Pelayanan yang diberikan Bank Muamalat menurut beliau sudah sangat baik dan cepat, beliau sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Bank Muamalat.

Menurut beliau ketika ada keluhan, pihak bank menanggapi dengan cepat dan langsung dilayani dengan baik, dan menurut beliau

⁸¹Yanti, Nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 26 Mei 2016.

tentang pihak bank memberikan *reward* (penghargaan) bagi nasabahnya yang loyal, beliau kurang mengetahui karena selama menjadi nasabah beliau belum pernah mendapatkan *reward*.

Hal-hal yang dilakukan pihak bank untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah, berdasarkan pengalaman ibu yanti yaitu pihak bank tetap ingin melayani dan menunggu nasabahnya sampai transaksi selesai walaupun jam kerja bank tersebut sudah habis atau tutup, serta pihak bank selalu baik dengan nasabahnya. Ibu Yanti berniat untuk mengajak keluarga atau orang lain untuk melakukan transaksi di Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin.

5. Identitas Informan ke dua

Nama : M. Isro Sirajudin
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Wiraswasta

Bapak M. Isro merupakan salah satu nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Kayu Tangi Banjarmasin, mengatakan bahwa alasan beliau memilih Bank Muamalat, karena Bank Muamalat merupakan bank murni syariah. Menurut beliau keunggulan Bank Muamalat dibandingkan bank lain yaitu karena bank lain menggunakan *dual banking system* (sistem perbankan ganda) adanya cabang bank

kovensional, sedangkan Bank Muamalat hanya menggunakan prinsip syariah.⁸²

Bapak M. Isro sudah menjadi nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin selama 4 tahun, produk yang beliau gunakan yaitu Tabungan Muamalat iB, alasan beliau memilih Tabungan Muamalat iB karena biaya transfer murah. Menurut bapak M. Isro, pihak bank sudah memberikan informasi yang jelas tentang produk yang dipilih, dan produknya sudah sesuai dengan keinginan.

Pelayanan yang diberikan Bank Muamalat menurut beliau sudah sangat baik, hanya saja dari penyediaan fasilitas seperti mesin ATM Muamalat masih kurang dan perlu diperbanyak khususnya di daerah Banjarmasin, dan beliau sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Bank Muamalat.

Menurut bapak M. Isro ketika ada keluhan, pihak bank menanggapi dengan cepat dan tanggap, dan mengenai pihak Bank memberikan *reward* bagi nasabahnya yang loyal menurut sepengetahuan beliau mungkin ada, akan tetapi beliau sendiri masih belum mendapatkannya karena beliau tidak terlalu sering bertransaksi di Bank Muamalat.

Hal-hal yang dilakukan pihak Bank untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah berdasarkan pengalaman bapak M. Isro yaitu memberi hadiah kepada nasabah dan memberikan informasi melalui media

⁸²M. Isro Sirajudin, Nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 26 Mei 2016.

komunikasi seperti lewat telpon maupun pesan sms. Bapak M. Isro berniat untuk mengajak keluarga atau teman untuk melakukan transaksi di Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin.

6. Identitas Informan ke tiga

Nama : Fitria
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Guru

Ibu Fitria merupakan salah satu nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Kayu Tangi Banjarmasin, mengatakan bahwa alasan beliau memilih Bank Muamalat, karena Bank Muamalat memiliki produk tabunganku yang di khususkan untuk anak-anak dan tidak menggunakan fasilitas kartu ATM sehingga memudahkan beliau untuk menyimpan uang anak didik beliau.⁸³

Menurut ibu Fitria, keunggulan Bank Muamalat dibandingkan bank lain yaitu karena Bank Muamalat memiliki produk tabunganku yang setoran awalnya murah dan bebas biaya administrasi setiap bulannya. Ibu Fitria sudah menjadi nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin selama 1 tahun, dan produk yang beliau gunakan yaitu Tabunganku alasan beliau memilih produk tersebut karena setoran awalnya murah dan sesuai untuk tabungan anak-anak.

Menurut Ibu Fitria, pihak bank sudah memberikan informasi yang jelas mengenai produk yang dipilih, dan produknya sudah sesuai dengan

⁸³Fitria, Nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 27 Mei 2016.

keinginan. Pelayanan yang diberikan Bank Muamalat menurut beliau sudah baik dan cepat, beliau sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Menurut beliau ketika ada keluhan, pihak bank menanggapi dengan baik dan langsung dilayani.

Mengenai pihak bank memberikan *reward* bagi nasabahnya yang loyal, sepengetahuan ibu Fitria ada, tetapi beliau belum pernah mendapatkannya. Hal-hal yang dilakukan pihak bank untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah, berdasarkan pengalaman ibu Fitria yaitu pihak bank harus selalu menjaga komunikasi yang baik dengan nasabah. Beliau berniat untuk mengajak keluarga atau orang lain untuk melakukan transaksi di Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin.

7. Identitas Informan ke empat

Nama : Rina
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Ibu Rina merupakan salah satu nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Kayu Tangi Banjarmasin, mengatakan bahwa alasan beliau memilih Bank Muamalat, karena Bank Muamalat merupakan bank pertama yang murni syariah. Keunggulan Bank Muamalat dibandingkan bank lain menurut beliau dari segi pelayanannya Bank Muamalat cepat dibandingkan bank lain.⁸⁴

⁸⁴Rina, Nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 27 Mei 2016.

Ibu Rina sudah menjadi nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin selama 2 tahun, Produk yang beliau gunakan yaitu Tabungan Muamalat iB alasan beliau memilih produk tersebut karena ingin investasi. Menurut ibu Rina, pihak bank sudah memberikan informasi yang jelas mengenai produk yang dipilih, dan produknya sudah sesuai dengan keinginan.

Pelayanan yang diberikan bank Muamalat menurut beliau sudah sangat baik, dan beliau merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Bank Muamalat. Menurut ibu Rina apabila ada keluhan, pihak bank menanggapi dengan baik, cepat, dan langsung dilayani. Mengenai pihak bank memberikan *reward* bagi nasabahnya yang loyal, menurut beliau ada, tetapi belum mendapatkannya.

Hal-hal yang dilakukan pihak bank untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah, menurut pengalaman ibu Rina yaitu selalu memberikan informasi yang cepat dengan nasabah. Ibu Rina berniat untuk mengajak keluarga atau orang lain untuk melakukan transaksi di Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin.

8. Identitas Informan ke lima

Nama : Septiani
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Ibu Septiani merupakan salah satu nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Kayu Tangi Banjarmasin. Alasan beliau memilih Bank

Muamalat, karena Bank Muamalat menggunakan prinsip syariah. Keunggulan Bank Muamalat dibandingkan bank lain menurut beliau yaitu karena Bank Muamalat dalam pelayanannya baik, karyawannya sopan dan ramah, serta selalu menomorsatukan nasabahnya.⁸⁵

Ibu Septiani sudah menjadi nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin selama 2 tahun, produk yang beliau gunakan yaitu pembiayaan Kredit Pemilikan Perumahan (KPR), alasan beliau memilih produk tersebut karena pembiayaan KPR Bank Muamalat untuk persyaratannya mudah dan cepat.

Menurut Ibu Septiani, pihak bank sudah memberikan informasi yang jelas mengenai produk yang dipilih, dan produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan. Pelayanan yang diberikan Bank Muamalat menurut beliau, sudah sangat baik, cepat, dan karyawannya ramah. Beliau sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Bank Muamalat.

Mengenai pihak bank memberikan *reward* bagi nasabahnya yang loyal, menurut beliau ada, tetapi belum mendapatkannya. Hal-hal yang dilakukan pihak Bank untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah berdasarkan pengalaman ibu Septiani yaitu antara nasabah dan pihak bank harus ada saling keterbukaan misalkan mendapatkan bagi hasil, pihak bank harus menjelaskan dengan baik. Ibu septiani berniat untuk mengajak keluarga atau orang lain untuk melakukan transaksi di Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin.

⁸⁵Septiani, Nasabah Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 30 Mei 2016.

C. Analisis Data

Dalam hal ini peneliti menganalisis bagaimana strategi *relationship marketing* yang diterapkan Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin dan bagaimana kendala dalam penerapan strategi *relationship marketing*, sebagai upaya meningkatkan minat nasabah terhadap produk pendanaan dan pembiayaan.

1. Strategi *Relationship Marketing* yang diterapkan Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk pendanaan dan pembiayaan

Pada dasarnya *relationship marketing* merupakan proses menciptakan, mempertahankan, dan memperbaiki hubungan yang kuat berdasarkan nilai dengan nasabah dan pemegang saham lainnya. *Relationship marketing* berdasarkan hubungan baik menandai adanya perubahan yang signifikan dalam pemasaran. *Relationship marketing* lebih cocok diterapkan dalam perusahaan yang mempunyai pelanggan yang memiliki kebutuhan jangka panjang.

Relationship marketing diterapkan pada Bank Muamalat dengan tujuan agar kualitas jasa dan produk yang dihasilkan Bank Muamalat selalu berkualitas, sehingga selalu bisa menjaga hubungan baik dengan nasabah. Dalam hal ini pemasaran Bank Muamalat lebih memfokuskan untuk mempertahankan nasabah agar tidak pergi ke pesaing lain dan bisa meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk Bank

Muamalat khususnya produk pendanaan dan pembiayaan, serta dapat meningkatkan jumlah nasabah dan profit Bank Muamalat.

Adapun penerapan strategi *relationship marketing* yang dilakukan Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin dilihat dari dimensi, komponen, tingkatan, dan manfaat *relationship marketing* adalah sebagai berikut:

a. Dimensi *relationship marketing*

1) *Bonding* (Ikatan)

Ketergantungan antara Bank Muamalat dan nasabah harus cukup kuat sehingga hubungan keduanya dapat bertahan lama. Dalam hal ini Bank Muamalat melakukan cara untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah yaitu dengan sering silaturahmi melalui kunjungan langsung ke rumah, lewat telpon atau pesan sms dan selalu menjaga komunikasi dengan nasabah.

2) *Empathy* (Empati)

Bank Muamalat harus memiliki kepedulian kepada nasabah, dalam hal ini Bank Muamalat harus selalu memahami kebutuhan dan keinginan nasabah serta memberikan perhatian dan kenyamanan kepada nasabahnya.

Cara Bank Muamalat untuk mewujudkan kepedulian terhadap nasabah yaitu dengan melakukan pembinaan nasabah, menanyakan kabar nasabah, mengunjungi nasabah yang sakit dan terkena

musibah, serta memberikan kue ulang tahun dan melayani keluhan nasabah dengan baik.

3) *Reciprocity* (Timbal Balik)

Hubungan jangka panjang haruslah saling memberi dan menerima. Dalam hal ini Bank Muamalat memberikan pelayanan yang baik untuk nasabah sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Bank Muamalat.

4) *Trust* (Kepercayaan)

Kepercayaan merupakan salah satu dasar untuk mewujudkan suksesnya hubungan pemasaran. Dalam hal ini Bank Muamalat melakukan cara untuk menjaga kepercayaan nasabah agar tetap bertransaksi di Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin yaitu dengan menanggapi keluhan nasabah dengan baik dan cepat, terus meningkatkan kualitas pelayanan dan produk, dan meningkatkan fasilitas yang mendukung nasabah dalam bertransaksi.

b. Komponen *relationship marketing*

1) *Core Service Performance*

Komponen ini menekankan kepada kemampuan dalam memberikan pelayanan sebagai dasar membangun hubungan jangka panjang. Kemampuan melayani dapat diketahui berdasarkan kualitas pelayanan. Menurut pernyataan nasabah, pelayanan yang

diberikan Bank Muamalat sudah cukup baik dan nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

2) *Recognition*

Komponen ini menekankan pada perhatian atau penghargaan Bank Muamalat atas setiap kontribusi yang diberikan oleh nasabah. Bank Muamalat memberikan penghargaan kepada nasabah yang loyal dilihat dari nominal saldo tabungan nasabah yang tinggi dan undian berhadiah pada produk tertentu.

3) *Enhancement of Member Interdependence*

Komponen ini merupakan aktivitas *relationship marketing* untuk dapat meningkatkan keterkaitan antara Bank Muamalat dengan nasabah sehingga menimbulkan pertukaran nilai bagi Bank Muamalat. Untuk dapat meningkatkan keterkaitan antara Bank dengan nasabah maka Bank Muamalat menampung keluhan dan saran nasabah melalui fasilitas SalaMuamalat 1500016, selain itu nasabah bisa datang langsung ke *customer service* dan *staff marketing*.

4) *Dissemination of Organizational Knowledge*

Desiminasi (penyebaran) informasi dilakukan oleh Bank Muamalat baik informasi tentang produk maupun pengetahuan, pengalaman dan saran untuk nasabah. Berdasarkan pernyataan dari pihak bank bahwa Bank Muamalat sudah memberikan informasi

yang sama kepada semua nasabah, dan menurut nasabah informasi yang diberikan Bank Muamalat sudah jelas.

5) *Reliance on External Membership Requirements*

Menanamkan kepercayaan kepada anggota luar (*external member*) yang dikehendaki perusahaan dilakukan dengan terlebih dahulu menanamkan kepercayaan kepada para anggota internalnya (*internal member*), karena para anggota internal yang puas akan dengan senang hati mempromosikan usaha perusahaan kepada teman yang lain.

Cara Bank Muamalat menanamkan kepercayaan kepada nasabah, agar nasabah loyal dan bisa mempromosikan produk dari Bank Muamalat kepada orang lain yaitu dengan selalu menjaga silaturahmi dengan nasabah, meningkatkan kualitas pelayanan dan produk, serta memberitahukan informasi kepada nasabah tentang program menarik dari Bank Muamalat, serta menunjukkan kepedulian dengan nasabah seperti memberi kue ulang tahun kepada nasabah.

c. Tingkatan *relationship marketing*

1) *Financial Benefits*

Pendekatan pertama untuk membangun suatu hubungan yang menambah nilai bagi nasabah adalah dengan memberikan manfaat keuangan. Dalam hal ini Bank Muamalat memberikan *reward*

kepada nasabah yang loyal dan undian berhadiah pada produk tertentu.

2) *Social Benefits*

Pada tingkatan kedua yaitu *social benefits*, bank membangun hubungan sosial dengan nasabah melalui jalinan komunikasi yang baik. Hal yang dilakukan Bank Muamalat dalam membangun hubungan sosial dengan nasabah yaitu dengan melakukan silaturahmi dan melakukan pembinaan nasabah.

3) *Structural Benefits*

Pada tingkatan terakhir, yaitu bank membangun ikatan struktural dengan nasabah agar nasabah mudah dalam berinteraksi dengan bank yang bersangkutan.

Hal yang dilakukan Bank Muamalat dalam membangun ikatan struktural dengan nasabah yaitu dengan menyediakan fasilitas keluhan dan saran untuk nasabah seperti SalaMuamalat 1500016, serta nasabah menyampaikan keluhan dan sarannya melalui *customer service* dan *staff marketing*.

d. Manfaat *relationship marketing*

1) Manfaat Ekonomis

Dengan adanya pemberian *reward* kepada nasabah, maka akan memberikan manfaat keuangan bagi nasabah dan akan membuat nasabah menjadi loyal dan termotivasi untuk terus bertransaksi di Bank Muamalat.

2) Manfaat Sosial

Dengan adanya hubungan sosial dengan nasabah seperti menjaga silaturahmi dan memberikan pembinaan nasabah maka Bank Muamalat dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan nasabah secara individual.

3) Status

Dengan membangun hubungan yang kuat dengan nasabah maka akan menambah manfaat dari segi status. Artinya apabila nasabah menjalin hubungan yang kuat dengan nasabah maka nasabah akan menganggap Bank Muamalat adalah Bank Syariah yang baik dan hal ini dapat membuat nasabah menjadi loyal dengan Bank Muamalat.

Hubungan minat nasabah dengan penerapan strategi *relationship marketing*, dapat dilihat dari faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam bauran pemasaran, adalah sebagai berikut:

a. Faktor Produk

Produk yang ditawarkan Bank Muamalat harus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah, sehingga nasabah akan berminat untuk menggunakan produk Bank Muamalat khususnya produk pendanaan dan pembiayaan.

Dalam hal ini jika dihubungkan dengan penerapan *relationship marketing* yang dilakukan Bank Muamalat melalui menjaga hubungan baik dengan nasabah dan membangun hubungan sosial

dengan nasabah maka secara tidak langsung Bank Muamalat dapat mengetahui produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.

b. Faktor Harga

Harga yang ditawarkan atau ditetapkan Bank Muamalat harus sesuai dengan kemampuan nasabah sehingga nasabah berminat untuk menggunakan produk Bank Muamalat khususnya produk pendanaan dan pembiayaan.

Hal ini jika dihubungkan dengan penerapan *relationship marketing* yang dilakukan Bank Muamalat seperti menyediakan fasilitas keluhan dan saran nasabah maka Bank Muamalat dapat mengetahui harga yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan nasabah.

c. Faktor Tempat

Bank Muamalat harus memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan bank lain serta lokasi Bank Muamalat harus strategis sehingga nasabah akan berminat untuk bertransaksi di Bank Muamalat dan menggunakan produk pendanaan dan pembiayaan.

Hal ini jika dihubungkan dengan penerapan *relationship marketing* yang dilakukan Bank Muamalat seperti melakukan hubungan baik dengan nasabah dan pemberian *reward* kepada nasabah, maka Bank Muamalat dapat membuat nasabah menjadi puas dan loyal terhadap Bank Muamalat sehingga pada akhirnya ada

berita dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang positif dari nasabah yang terpuaskan dan dapat menarik nasabah baru untuk bertransaksi di Bank Muamalat.

d. Faktor pelayanan

Kualitas pelayanan Bank Muamalat harus cepat dan baik, agar nasabah berminat dan tertarik untuk bertransaksi di Bank Muamalat. Dalam hal ini jika dikaitkan dengan penerapan *relationship marketing* yang dilakukan Bank Muamalat dengan menjaga kepercayaan nasabah seperti meningkatkan kualitas pelayanan, maka Bank Muamalat dapat membuat nasabah menjadi puas dengan pelayanan yang diberikan, sehingga pada akhirnya ada berita dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang positif dari nasabah yang terpuaskan dan dapat menarik nasabah baru untuk bertransaksi di Bank Muamalat.

e. Faktor Promosi

Promosi adalah salah satu cara untuk menarik minat nasabah agar mau bertransaksi di Bank Muamalat. Melalui promosi nasabah mengetahui keunggulan atau kelebihan dari produk yang ditawarkan.

Dalam hal ini jika dihubungkan dengan penerapan *relationship marketing* yang dilakukan Bank Muamalat seperti menjaga hubungan baik dengan nasabah maka akan membangun hubungan sosial dengan nasabah, sehingga secara tidak langsung Bank Muamalat dapat mempromosikan produk Bank Muamalat kepada

nasabah, dan apabila nasabah merasa puas dengan Bank Muamalat maka nasabah akan mempromosikan produk Bank Muamalat kepada orang lain.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa minat nasabah jika dihubungkan dengan *relationship marketing* maka akan memiliki hubungan yang signifikan, karena dari penerapan *relationship marketing* yang dilakukan Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin dapat mempengaruhi minat nasabah.

Selain itu terdapat faktor lain juga yang dapat mempengaruhi minat nasabah, Berdasarkan pernyataan dari nasabah bahwa alasan memilih Bank Muamalat adalah karena Bank Muamalat merupakan Bank yang pertama menggunakan prinsip syariah di Indonesia.

Penerapan *relationship marketing* juga berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah hal ini bisa dilihat dari tabel peningkatan jumlah nasabah produk pendanaan dan pembiayaan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2
Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Pendanaan dan Pembiayaan

Tahun	Produk Pendanaan	Produk Pembiayaan
2012-2013	139%	100%
2013-2014	101%	91%
2014-2015	67%	17%

Sumber: Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin 2016

Dilihat dari tabel diatas peningkatan jumlah nasabah dari tahun 2012-2015 yang lebih meningkat jumlah nasabahnya adalah produk pendanaan, dikarenakan di wilayah sekitar jalan Brigjen H. Hasan Basri Kayu Tangi, banyak orang berinvestasi dalam bentuk simpanan seperti tabungan dan produk pendanaan merupakan salah satu syarat atau ketentuan untuk menggunakan produk pembiayaan, misalnya apabila nasabah menggunakan produk pembiayaan seperti Kredit Pemilikan Rumah (KPR) maka nasabah harus menyetorkan angsurannya melalui tabungan yang merupakan produk pendanaan.

Berdasarkan pernyataan dari pihak bank, bahwa penerapan *relationship marketing* selain dapat mempengaruhi minat nasabah juga dapat mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah dan profit perusahaan.

2. Kendala yang dihadapi Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin dalam penerapan strategi *relationship marketing*, sebagai upaya meningkatkan minat nasabah terhadap produk pendanaan dan pembiayaan.

Untuk kendala yang dihadapi Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin dalam penerapan strategi *relationship marketing* adalah sebagai berikut:

- a. Bahasa, merupakan kendala yang dihadapi Bank Muamalat terutama dalam menjaga komunikasi yang baik dengan nasabah. Pihak Bank harus bisa menyesuaikan bahasa yang digunakan nasabah untuk berkomunikasi, kadang nasabah ada yang tidak mengerti dengan

bahasa indonesia dan adapun sebaliknya pihak bank ada juga yang tidak mengerti bahasa daerah, sehingga hal ini sangat berpengaruh terhadap kualitas dalam menjaga komunikasi baik dengan nasabah.

- b. Waktu, yaitu keberadaan waktu luang yang dimiliki nasabah untuk dapat ditemui atau nasabah yang sibuk, sehingga pihak bank untuk melakukan hubungan baik dengan nasabah seperti bersilaturahmi kepada nasabah sangat sulit dan harus mempunyai janji terlebih dahulu dengan nasabah.
- c. Pesaing atau bank lain, adanya persaingan yang sangat ketat dengan berbagai macam bank yang ada di Banjarmasin dan jarak tempuhnya pun begitu berdekatan satu sama lain, dan bisa saja strategi *relationship marketing* yang diterapkan oleh Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin ditiru oleh bank lain, sehingga pesaing atau bank lain menjadi kendala tersendiri dalam penerapan strategi *relationship marketing*.
- d. Keterbatasan produk dan dana, yang dimiliki oleh Bank Muamalat sehingga kebutuhan nasabah tidak dapat sepenuhnya dilakukan, seperti memberikan *reward* kepada nasabah apabila keinginan nasabah untuk mendapat hadiah yang lebih tidak sesuai dengan anggaran dana yang dimiliki Bank Muamalat.
- e. Kurangnya SDM Perbankan Syariah, menjadi kendala tersendiri bagi Bank Muamalat, karena itulah pelayanan yang terbaik untuk nasabah masih belum optimal, tanpa adanya karyawan yang memiliki *skill*

atau keterampilan khusus perbankan syariah maka strategi *relationship marketing* yang diterapkan oleh Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin tidak dapat berjalan dengan baik.

- f. Situasi Ekonomi, menjadi kendala tersendiri bagi Bank Muamalat untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya, dikarenakan jika situasi ekonomi penduduk sekitar jalan Brigjen H. Hasan Basri Kayu Tangi, situasi ekonominya menurun maka minat nasabah terhadap produk pendanaan dan pembiayaan menjadi menurun.

Berdasarkan pernyataan yang dikemukakan pihak bank bahwa antara menciptakan, mempertahankan, atau memperbaiki hubungan dengan nasabah yang lebih sulit adalah mempertahankan dan memperbaiki. Hal ini karena besar kemungkinan nasabah yang ada bisa tertarik untuk pindah ke bank lain dan apabila nasabah sudah merasa kecewa, sulit untuk memperbaiki kepercayaan nasabah kembali.