

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No.10 Tahun 1998. Dalam undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah, undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah. (Antonio, 2001)

Perbankan menjadi salah satu alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat diminati oleh semua golongan masyarakat tanpa terkecuali. Sebagai lembaga intermediasi, bank berupaya agar masyarakat bersedia menyimpan dananya, antara lain dalam bentuk tabungan, deposito, giro untuk kemudian menyalurkannya dalam bentuk kredit. Namun, sebagian besar perbankan di Indonesia masih menggunakan sistem riba, dimana dalam hukum Islam riba itu haram karena riba merupakan tambahan uang atas modal yang diperoleh dengan cara yang tidak dibenarkan syara', apakah tambahan itu berjumlah sedikit maupun berjumlah banyak seperti yang disyaratkan dalam Al-Qur'an. Riba sering diterjemahkan orang dalam bahasa Inggris sebagai "*usury*" yang artinya "*the act of lending money at an exorbitant or illegal rate of interest*". (Muhammad, 2002)

Bank Syariah atau yang sering disebut dengan Bank Tanpa Bunga adalah lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan landasan kepada Al-Qur'an dan Hadits. Bisnis secara syariah ditujukan untuk memberikan sumbangan positif terhadap pencapaian tujuan sosio-ekonomi masyarakat yang lebih baik.

Sebuah Bank Syariah sudah selayaknya memiliki lingkungan kerja yang sejalan dengan syariah. Dalam hal etika, misalnya *amanah* dan *shiddiq*, harus melandasi setiap karyawan sehingga tercermin integritas eksekutif muslim yang baik. Di samping itu, karyawan Bank Syariah harus *skillful* dan *professional (fat}hanah)*, dan mampu melakukan tugas secara *team-work* dimana informasi merata di seluruh fungsional organisasi (*tablig*). Selain itu cara berpakaian dan tingkah laku dari para karyawan merupakan cerminan bahwa mereka bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang membawa nama besar Islam. Demikian juga dalam menghadapi nasabah, akhlak harus senantiasa terjaga. Nabi Muhammad SAW mengatakan bahwa senyum adalah sedekah. (Antonio, 2001)

Bank akan semaksimal mungkin melakukan langkah-langkah daya tarik tersendiri terhadap produk penghimpunan dananya (*funding*) agar target mereka dapat tercapai dengan maksimal. Maka dari itu, dibutuhkan berbagai macam strategi pemasaran dan pelayanan yang dilakukan oleh pegawai bank agar jumlah nasabah mereka terus menerus meningkat sepanjang tahun. Karena pada kenyataannya, nasabah akan memilih bank yang memberikan keuntungan lebih kepada nasabah.

Jumlah nasabah pada suatu perbankan syariah ditentukan oleh baik atau buruknya pelayanan yang diberikan. Ciri pelayanan yang baik yaitu dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Memiliki karyawan yang profesional, tersedia sarana dan prasarana yang baik, tersedia semua produk yang di inginkan, bertanggung jawab kepada setiap nasabah, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi secara jelas, memiliki pengetahuan umum lainnya, mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah. (Kasmir, 2005)

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk (pemasaran), kualitas pelayanan dan kualitas keamanan. Untuk meningkatkan citra perbankan, maka bank perlu menyiapkan personil yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Personil yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah inilah yang sering disebut *Customer Service* (CS) atau *services asistensi* (SA). (Kasmir,2008)

Customer Service merupakan karyawan bank yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan juga sebagai penghubung antara bank dengan nasabah yang ingin mendapatkan jasa pelayanan maupun produk bank. *Customer service* haruslah mengetahui secara umum dan luas mengenai dasar-dasar pelayanan jasa dan produk bank dengan baik.

Customer service adalah orang atau bagian yang berhadapan langsung dengan pelanggan, selain *teller* dan *security*. *Customer service* harus

melayani nasabah dengan prima karena layanan prima adalah pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas. Ciri khas tersebut meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan, dan empati dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada pelanggan yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan waktu itu dan saat itu juga. (Rahmayanty, 2010)

Seorang *Customer Service* bukan hanya melayani nasabah yang akan membuka rekening ataupun menampung segala macam komplain nasabah, CS juga harus bisa merangkap sebagai seorang *marketing* yang mengenalkan produk-produk perbankan secara lugas kepada para calon nasabah agar para calon nasabah berminat dan tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Biasanya strategi ini sering disebut sebagai *cross selling*. Strategi ini selain untuk mencari nasabah baru, juga untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, dan mengurangi kemungkinan berpindahnya konsumen ke perusahaan lain (mempertahankan pelanggan).

Kualitas pemasaran dan pelayanan merupakan suatu bagian yang penting bagi kelangsungan hidup suatu badan usaha khususnya perbankan. Karena baik pemasaran maupun pelayanan akan membawa keuntungan untuk pihak bank. Maka dari itu, bank harus memberikan kualitas pelayanan yang baik terutama dari bagian *customer service*, karena akan memberikan kepuasan tersendiri untuk nasabah sehingga akan lebih mudah bagi *customer service* dalam memasarkan produk-produk bank kepada nasabah yang akan membawa pengaruh dalam peningkatan jumlahnasabah.

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Bank Syariah Indonesia KCP Dirgahayu Kotabaru, yang merupakan salah satu pelaku bisnis yang bergerak dalam bidang industri perbankan, dengan menyediakan berbagai produk jasa perbankan yang tersedia untuk semua kalangan masyarakat. Mulai dari berbagai macam bentuk fasilitas tabungan, sarana kredit, serta kemudahan jasa perbankan lainnya seperti ATM. Salah satu produk yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru adalah produk Tabungan Mabrur. Produk Tabungan Mabrur ini sendiri bermanfaat untuk masyarakat yang ingin pergi ke Tanah Suci untuk menunaikan ibadah haji namun dengan cara menabung. Kenyataannya, jumlah nasabah untuk produk tabungan mabrur di Bank Syariah Indonesia KCP Dirgahayu Kotabaru masih terbilang sedikit hanya mencapai 0,4% ditahun 2020.

Dengan adanya Bank lain otomatis ada persaingan untuk mencari nasabah dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Mabrur, *Customer Servis* Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru mempunyai strategi yang meliputi strategi pemasaran, strategi pelayanan yang diberikan dan juga dapat menjalankan dengan baik agar nasabah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, yang akan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah mabrur.

PT Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu bank syariah yang terbesar di Indonesia telah berusaha memberikan pelayanan terbaik dalam melayani nasabahnya. Maka untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi

Customer Service, penulis tertarik untuk meneliti dan akhirnya memutuskan judul penelitian mengenai **“Strategi Pelayanan Customer Service Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kotabaru”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran dan pelayanan yang dilakukan *Customer Service* dalam upaya meningkatkan jumlah Tabungan Mabrur?
2. Apa saja hambatan *Customer Service* dan bagaimana cara mengatasi hambatan tersebut?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh *Customer Service* dalam upaya meningkatkan jumlah Tabungan Mabrur.
2. Serta hambatan yang dihadapi dan bagaimana cara mengatasi hambatan tersebut.

D. Manfaat Penelitian

Secara singkat manfaat penelitian ini adalah

1. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber untuk penelitian berikutnya sebagai informasi tambahan.
2. Penelitian ini dipertimbangkan dapat menjadi manfaat bagi customer service untuk meningkatkan jumlah nasabah.
3. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi kepada pembaca dan peneliti sendiri serta dalam praktek perbankan khususnya, mengenai strategi pemasaran tabungan mudhar.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dan kekeliruan dalam memahami judul serta permasalahan yang akan penulis teliti, dan sebagai pegangan agar lebih terfokusnya kajian ini lebih lanjut, maka penulis membuat penegasan istilah sebagai berikut:

1. Konseptual

a. Strategi

Strategi adalah suatu rencana yang akan dilakukan dalam usaha untuk menghadapi persaingan.

Formulasi strategi, adalah tahap awal dimana perusahaan menetapkan visi dan misi disertai analisa mendalam terkait faktor internal dan eksternal perusahaan dan penetapan tujuan jangka panjang yang kemudian digunakan sebagai acuan untuk menciptakan alternatif

strategi-strategi bisnis dimana akan dipilih salah satunya untuk ditetapkan sesuai dengan kondisi perusahaan.

b. Peranan Customer Service

Customer Service berperan dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada Nasabah yang ingin bertransaksi dengan bank. Customer Service (pelayanan Pelanggan) adalah kualitas perlakuan yang diterima oleh pelanggan selama Berlangsungnya kontrak bisnis dengan perusahaan, dan pelayanan yang baik adalah Pelayanan yang mengenai sasaran dalam arti sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan Para pelanggan atau nasabah tersebut.

2. Operasional

Secara operasional yang dimaksud dengan penerapan standar operasional pelayanan pada customer service pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kotabaru adalah dengan adanya penerapan standar operasional yang dilakukan oleh customer service secara baik dan benar dalam aktivitas perbankan untuk Mewujudkan kepuasan nasabah yang baik yang mana dapat mendukung pertumbuhan Bank Syariah khususnya Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kotabaru yang dideskripsikan melalui wawancara dan dokumentasi.