

**STRATEGI BANK DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
PADA PRODUK PEMBIAYAAN KPR iB MUAMALAT KCP PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

Ro Esta Wintari

NIM 402200198

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2024**

ABSTRAK

Wintari, Ro Esta. Strategi Bank Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan KPR iB Muamalat. *Skripsi*. 2024. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Khoirun Nisak, M,SEI.

Kata Kunci: strategi bank, nasabah, KPR

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh penurunan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat, pada produk ini jumlah nasabahnya paling rendah dibandingkan dengan produk yang lain. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo? Bagaimana faktor pendukung dan penghambat strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo? Bagaimana dampak strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo?

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan metode lapangan (*field research*) dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah observasi dan wawancara. Lokasi yang dijadikan objek penelitian ini berada di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo yang beralamat di Jl. Urip Sumoharjo No. 55, Krajan, Mangkujayan, Ponorogo. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari narasumber, teknik pengecekan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi, peneliti melakukan pengecekan keabsahan data yang diperoleh dari wawancara menggunakan triangulasi sumber,

Hasil dari penelitian ini adalah strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat yaitu dengan strategi pelayanan prima yang terdiri dari 6 konsep yaitu *ability/kemampuan*, *attitude/sikap*, *appearance/penampilan*, *attention/perhatian*, *action/tindakan*, *accountability/pertanggungjawaban*. Bank Muamalat KCP Ponorogo harus memiliki pengetahuan produk yang mumpuni, dalam melayani nasabah harus dengan jelas intonasinya, memperlakukan nasabah dengan sikap ramah dan sopan, menggunakan SOP penampilan yang ditentukan secara fisik dan non fisik, memberikan perhatian yang lebih kepada nasabah, dalam melayani nasabah harus sigap, cepat, tanggap, dan hangat, menangani keluhan nasabah dengan cepat apabila keluhannya berat maka akan ditangani dalam waktu 14 hari kerja. Adapun faktor pendukung dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan emosional. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu tidak mudah merayu nasabah, penolakan sering terjadi, keluhan tentang persyaratan, dan persaingan dengan bank lain. Strategi bank tersebut memiliki dampak positif dalam meningkatkan jumlah nasabah.



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

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Ro Esta Wintari	402200198	Perbankan Syariah	Strategi Bank Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo

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

Ponorogo, 19 Maret 2024

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy.

NIP 198608082019032023

Menyetujui,

Khoirun Nisak, M.SEI.

NIP 199208222020122016



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




LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Strategi Bank Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah
Pada Produk Pembiayaan KPR iB Muamalat KCP
Ponorogo
Nama : Ro Esta Wintari
NIM : 402200198
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelas sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :  (.....)
Ridho Rokamah, S.Ag., M.Si.
NIP. 197412111999032002
Penguji I :  (.....)
Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin,
M.Ag.
NIP. 197207142000031005
Penguji II :  (.....)
Khoirun Nisak, M,SEI.
NIP. 199208222020122016

Ponorogo, 01 Mei 2024

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo


Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanggungjawab dibawah ini:

Nama : Ro Esta Wintari
NIM : 402200198
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Judul : Strategi Bank Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada
Produk Pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo

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

Demikian pernyataan saya untuk dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 10 Mei 2024

Penulis



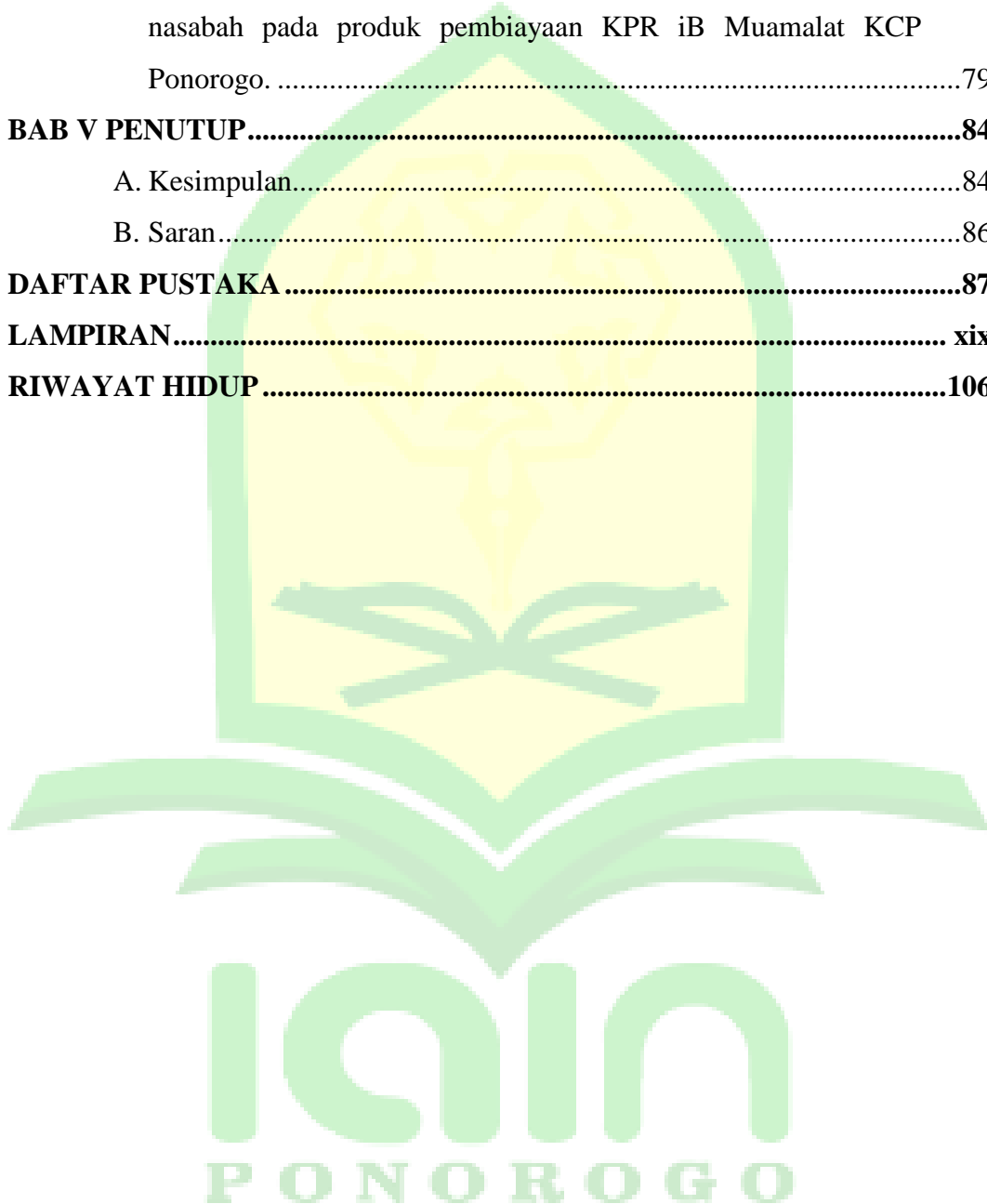
Ro Esta Wintari

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
TRANSLITERASI	vii
MOTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Studi Penelitian Terdahulu	7
F. Metode Penelitian.....	12
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	12
2. Kehadiran Peneliti.....	13
3. Lokasi/Tempat Penelitian	13
4. Data dan Sumber Data	14
5. Teknik Pengumpulan Data.....	15
6. Teknik Pengolahan Data.....	16
7. Teknik Analisis Data	18
8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	18
G. Sistematika Pembahasan	19
BAB II KAJIAN TEORI (STRATEGI BANK, PELAYANAN PRIMA)	22

A. Strategi Bank	22
1. Pengertian Strategi Bank	22
2. Tujuan Strategi Bank	23
3. Strategi Pelayanan Prima	24
4. Konsep Pelayanan Prima	25
5. Tujuan Pelayanan Prima	29
6. Dimensi Kualitas Pelayanan	29
BAB III PAPARAN DATA (ANALISIS STRATEGI BANK DALAM	
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH).....	35
A. Gambaran Umum Bank Muamalat	35
1. Sejarah Bank Muamalat Indonesia.....	35
2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia	36
3. Struktur Organisasi Dan Bidang Kerja.....	37
4. Produk dan Layanan Bank Muamalat Kantor Cabang	
Pembantu Ponorogo	37
B. Data	50
1. Strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada	
produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.....	50
2. Faktor pendukung dan penghambat strategi bank dalam	
meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan	
KPR iB Muamalat KCP Ponorogo	62
3. Dampak strategi bank dalam meningkatkan jumlah	
nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP	
Ponorogo.....	66
BAB IV ANALISIS DATA STRATEGI BANK DALAM	
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK KPR IB	
MUAMALAT.....	69
A. Analisis strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada	
produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.	69

B. Analisis faktor pendukung dan penghambat strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.	76
C. Analisis dampak strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.	79
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	xix
RIWAYAT HIDUP	106



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Jumlah Nasabah	4
3.3	Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Ponorogo	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1.1	Transkrip Wawancara	xix
Lampiran 1.2	Dokumentasi	xxxii



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemampuan suatu perusahaan untuk bertahan dalam usahanya sangat bergantung pada kualitas layanannya. Mayoritas masyarakat di Indonesia menggunakan bank syariah untuk melakukan transaksi berdasarkan layanan yang ditawarkan, oleh karena itu perbankan syariah merupakan sektor jasa yang didirikan berdasarkan prinsip syariah. Bank harus menawarkan layanan yang luar biasa untuk memuaskan nasabahnya. Oleh karena itu, untuk memuaskan permintaan nasabah setiap badan usaha yang memberikan jasa juga harus memperhatikan kualitas jasa yang ditawarkan. Kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah ditentukan oleh lima faktor yaitu *ability, attitude, appearance, attention, action, accountability*.¹

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 diinginkan oleh nasabah, bertanggung jawab kepada setiap nasabah dari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi secara jelas, memiliki pengetahuan umum lainnya, mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.²

¹ Philip Kotler, *Marketing Manajemen* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 1997), 440.

² Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 9.

Tanggung jawab untuk meningkatkan aset dan menarik lebih banyak anggota akan diserahkan kepada lembaga keuangan atau perusahaan yang menyediakan layanan keuangan. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan jumlah nasabah, terutama di Bank Muamalat KCP Ponorogo, agar kinerjanya dapat terus berkembang dan maju di masa mendatang. Perusahaan harus dapat merancang strategi yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu tujuan perusahaan adalah dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan produk dan jasa yang di tawarkan. Oleh karena itu untuk menarik perhatian konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pelayanan prima yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi.

Strategi adalah rencana yang matang dan mencakup semua hal yang memberikan keunggulan kompetitif bagi bisnis dalam lingkungan tertentu. Tujuan utamanya adalah untuk menjamin bahwa perusahaan dapat mencapai tujuannya melalui pelaksanaan yang efektif.³

Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah nasabah dalam kegiatan perbankan adalah melalui peningkatan kualitas layanan. Strategi layanan merupakan rencana utama untuk memberikan manfaat yang saling berdampak positif. Memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah akan menghasilkan kepuasan, yang pada akhirnya nasabah akan membeli produk atau jasa yang dimiliki oleh perbankan. Nasabah akan menganggap kualitas layanan baik jika kebutuhan mereka terpenuhi, namun sebaliknya, jika

³ Arnida Wahyuni Lubis dan M. Sholeh Shahfithrah, "Strategi Bank BRI Syariah Dalam Menangani Kredit Bermasalah Di BRI Syariaah KC. Medan," *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, (2018), 6.

pelayanan tidak sesuai harapan, maka persepsi mereka terhadap kualitas layanan akan negatif.

Menyediakan layanan yang optimal dan memuaskan merupakan strategi untuk menarik minat konsumen, menjangkau mereka yang belum menggunakan produk atau jasa, serta mempertahankan kepercayaan pelanggan yang telah ada. Kualitas layanan yang unggul membedakan produk yang ditawarkan dengan yang lainnya, mengingat banyaknya opsi produk yang serupa di pasaran saat ini. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan juga dapat menjadi bentuk promosi yang efektif, karena rekomendasi dari mulut ke mulut memiliki pengaruh yang besar dalam memperluas pangsa pasar produk kita.⁴

Dalam penelitian ini, akan mengkaji mengenai Bank Muamalat KCP Ponorogo, sebuah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan prinsip bagi hasil. Fokus utamanya adalah pada meningkatkan jumlah nasabah dengan layanan menabung dan fasilitas pinjaman yang disediakan untuk masyarakat yang membutuhkan.

Salah satu layanan dana yang ditawarkan oleh Bank Muamalat adalah Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) yang disebut KPR iB Muamalat. Ini adalah solusi pembiayaan yang membantu dalam memperoleh kepemilikan rumah, baik itu rumah tinggal, apartemen, atau kondominium, termasuk juga dalam renovasi, pembangunan, pengalihan kepemilikan, dan penambahan dana (*top up*) pada pengalihan kepemilikan.

⁴ Rita Kasturiani, "Pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pt. Barokah Jaya Tour and Travel Madiun," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), 6.

Tabel 1.1⁵

Data Jumlah Nasabah

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	3
2020	0
2021	0
2022	1

Sumber: Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo

Dari tabel tersebut dapat diketahui jumlah nasabah mengalami penurunan pada tahun 2019 terdapat 3 nasabah pembiayaan KPR, pada tahun 2020 dan 2021 tidak ada nasabah yang melakukan pembiayaan KPR, kemudian pada tahun 2022 terdapat 1 nasabah yang melakukan pembiayaan KPR. Sehingga dapat diketahui jumlah nasabah dari tahun 2019 hingga 2022 berjumlah 4 nasabah.

Menurut Bapak Fadhil Wafa, selaku Manajer Hubungan Pembiayaan di Bank Muamalat KCP Ponorogo, mengungkapkan bahwa jumlah nasabah terhadap produk pembiayaan KPR iB Muamalat masih rendah dari beberapa jenis pembiayaan yang ada dan hampir setiap tahun jumlah nasabah mengalami penurunan karena produk pembiayaan mengalami stagnan, apabila pembiayaan mengalami *stagnan* maka tidak ada proses pencairan baru sehingga cenderung mengalami penurunan. Meskipun bank telah menerapkan strategi yang melibatkan kemampuan, sikap, penampilan,

⁵ Fadhil Wafa, *Wawancara*, 16 Mei 2023

perhatian, tindakan, dan pertanggungjawaban (*ability, attitude, appearance, attention, action, accountability*), namun Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo belum berhasil sepenuhnya menerapkan strategi tersebut.

Lembaga keuangan harus berupaya memastikan kepuasan nasabah dengan menyediakan penawaran dan layanan yang unggul, terutama dalam konteks mempertahankan posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif. Perusahaan dapat menggunakan berbagai strategi atau metode untuk memenuhi kebutuhan nasabah, dengan tujuan agar konsumen merasa puas dan kemungkinan besar akan kembali sebagai nasabah di masa depan.

Dengan merujuk pada konteks dan informasi yang telah disampaikan sebelumnya, penulis akan menyusun penelitian sebagai dasar untuk penulisan skripsi yang berjudul **“Strategi Bank Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo?
2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo?
3. Bagaimana dampak strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang sesuai dengan rumusan masalah diatas, diantara lain yaitu:

1. Untuk menganalisis mengenai strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.
2. Untuk menganalisis mengenai faktor pendukung dan penghambat strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.
3. Untuk menganalisis mengenai dampak strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca didalamnya. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Harapannya, penelitian ini bisa memperluas pemahaman dan pengetahuan mengenai bidang perbankan syariah, terutama terkait strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah terhadap produk pembiayaan KPR iB Muamalat di Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ponorogo.

- b. Harapannya, penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadi acuan bagi penelitian yang akan datang atau studi yang serupa di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk Bank, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi industri perbankan, sekaligus menjadi dasar untuk menilai efektivitas strategi bank dalam meningkatkan jumlah pelanggan terhadap produk pembiayaan KPR iB Muamalat di Kantor Cabang Ponorogo.
- b. Bagi kalangan akademisi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, karya ilmiah ini dapat menjadi tambahan referensi yang berguna, terutama bagi mahasiswa perbankan syariah dan pihak lain yang membutuhkannya.
- c. Diharapkan bahwa penelitian ini akan menjadi sumber penting bagi pembaca dan masyarakat umum, menyediakan informasi yang berharga serta pertimbangan yang relevan terkait strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah terhadap produk pembiayaan KPR iB Muamalat di KCP Ponorogo.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian yang dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang sudah ada antara lain. Sejauh ini penelitian terdahulu tentang strategi bank dalam

meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo dilakukan ada lima belas penelitian, kemudian peneliti klasifikasikan menjadi empat tema yaitu:

1. Kualitas Pelayanan

Terdiri dari beberapa penelitian dengan tema kualitas pelayanan yaitu Salma Aulia (2021) dengan judul “Strategi Bank Syariah Indonesia Kota Palopo dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah.”⁶ Penelitian yang dilakukan Tia Ekawati (2020) dengan judul “Analisis Penerapan Dimensi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Agen JNE Express Gajah Mada Di Solo.”⁷ Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ryan Fauzi dan Kastawan Mandala (2019) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.”⁸ Penelitian yang dilakukan oleh Restu Fajar Maulida dan Nadia Roosmalita Sari (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Good Corporate Governance* dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah.”⁹ Penelitian yang dilakukan oleh Ria Octavia (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan

⁶ Salma Aulia, "Strategi Bank Syariah Indonesia Kota Palopo dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah," *Journal of Institution and Sharia Finance*, Volume 4 Nomor 2, (2021), 97.

⁷ Tia Ekawati, "Analisis Penerapan Dimensi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Agen JNE Express Gajah Mada Di Solo," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020), 93.

⁸ Muhammad Ryan Fauzi dan Kastawan Mandala, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan," *E-Jurnal Manajemen*, Volume 8, Nomor 11, (2019), 6758.

⁹ Restu Fajar Maulida dan Nadia Roosmalita Sari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Good Corporate Governance* dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah," *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, Volume 3, Nomor 1, (2022), 39.

Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Index Lampung.”¹⁰ Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Arya Kusumadika (2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Mudharabah Terhadap Loyalitas Anggota Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus.”¹¹ Penelitian yang dilakukan oleh Rizal Zulkarnain, HER Taufik, Agus David Ramdansyah (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada PT Bank Syariah Mu’amalah Cilegon).”¹² Penelitian yang dilakukan oleh Zulfatus Syarifah (2022) dengan judul “Strategi BPRS Bina Finansia Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan Taharah (Tabungan Harian Mudharabah).”¹³ penelitian yang dilakukan oleh Nafisatul Mardiyah (2021) dengan judul “Strategi BMT UGT Nusantara KCP Jember Kota dalam Mempertahankan Reputasi dan Loyalitas Nasabah di Masa Pandemi COVID-19.”¹⁴

¹⁰ Ria Octavia, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung,” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Volume 13, Nomor 1, (2019), 39.

¹¹ Wahyu Arya Kusumadika, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Mudharabah Terhadap Loyalitas Anggota Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus,” *Skripsi* (Semarang: UN Walisongo, 2023), 59.

¹² Rizal Zulkarnain, HER Taufik, Agus David Ramdansyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pt Bank Syariah Mu’amalah Cilegon),” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Volume 2, Nomor 1, (2020), 22.

¹³Zulfatus Syarifah, “Strategi BPRS Bina Finansia Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan Taharah (Tabungan Harian Mudharabah),” *Tugas Akhir* (Semarang: UIN Walisongo, 2022), 59.

¹⁴Nafisatul Mardiyah, “Strategi BMT UGT Nusantara KCP Jember Kota Dalam Mempertahankan Reputasi Dan Loyalitas Nasabah Di Masa Pandemi Covid-19,” *Skripsi* (Jember: IAIN Jember, 2021), 72-73.

Dari penelitian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi bank yang digunakan dengan memberikan kualitas pelayanan kepada nasabah, dari penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu tempat penelitian, waktu penelitian, dan teori yang digunakan.

2. Pelayanan Prima

Terdiri dari beberapa penelitian dengan tema pelayanan prima. Penelitian yang dilakukan oleh Iwan Prasetyo dan Tri Endang Yani (2020) dengan judul “Strategi Meningkatkan Loyalitas Dengan Pelayanan Prima, *Customer Relationship Management* Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Rumah Batik Danar Hadi Semarang).”¹⁵ Penelitian yang dilakukan oleh Laury Bondan Pratiwi dan Sugiharto (2021) dengan judul “Efektivitas Strategi Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Mojokerto Jawa Timur.”¹⁶ Penelitian yang dilakukan oleh Nunuk Herawati dan Murni Sulistyowati (2019), dengan judul “Strategi Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Dengan Optimalisasi Kualitas Pelayanan, Penangan Komplain Dan Fasilitas Teknologi Di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo.”¹⁷ Penelitian yang dilakukan oleh

¹⁵ Iwan Prasetyo dan Tri Endang Yani, “Strategi Meningkatkan Loyalitas Dengan Pelayanan Prima, *Customer Relationship Management* Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Rumah Batik Danar Hadi Semarang),” *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, Volume 22, Nomor 1, (2020), 51.

¹⁶ Ahya Saipuloh dan Surono, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hotel The Westin Jakarta,” *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Volume 2, Nomor 9, (2023), 4453.

¹⁷ Nunuk Herawati dan Murni Sulistyowati, “Strategi Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Dengan Optimalisasi Kualitas Pelayanan, Penangan Komplain Dan Fasilitas

Zulfi Zakiyah Eliza, Syamsuddin, dan Versiandika Yudha Pratama (2023) dengan judul “Pengaruh Pelayanan Prima dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Pekalongan).”¹⁸

Dari beberapa penelitian terdahulu tersebut menggunakan tema pelayanan prima, dari penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu tempat penelitian, waktu penelitian, dan teori yang digunakan.

3. Minat

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Islamiati (2021) dengan judul “Analisis Strategi Bank Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan iB Hijrah Haji Di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Pada Masa Pandemi Covid-19.”¹⁹

Dari penelitian tersebut menggunakan tema minat dalam meningkatkan jumlah nasabah, penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu tempat penelitian, waktu penelitian, dan teori yang digunakan.

Teknologi Di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo,” *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, Volume 6, Nomor 2, (2019), 111.

¹⁸ Zulfi Zakiyah Eliza, Syamsuddin, dan Versiandika Yudha Pratama, “Pengaruh Pelayanan Prima dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Pekalongan),” *Journal Of Sharia Finance and Banking*, Volume 3, Nomor 1, (2023), 85.

¹⁹ Nur Islamiati, “Analisis Strategi Bank Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan iB Hijrah Haji Di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Pada Masa Pandemi Covid-19,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 91.

4. Pemasaran

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Bayu Mukti (2023) dengan judul “Strategi Bank BRI Syariah KCP Ploso Jombang Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah.”²⁰

Dari penelitian tersebut menggunakan tema pemasaran, dari penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu tempat penelitian, waktu penelitian, dan teori yang digunakan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah (*field research*) dengan melakukan pengumpulan data secara langsung di Kantor Cabang Pembantu Ponorogo dari Bank Muamalat. Metode yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah di mana peneliti sebagai instrument kunci dan juga menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari narasumber.²¹

Dalam hal ini peneliti sebagai narasumber secara langsung di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo untuk melakukan

²⁰ Muhammad Bayu Mukti, “Strategi Bank BRI Syariah KCP Ploso Jombang Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah,” *Skripsi* (Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2023), 70.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabet cv, 2016), 205.

wawancara langsung kepada pihak bank sebagai dapat menghasilkan data-data yang peneliti inginkan.

2. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran peneliti sebagai aktor utama memiliki pengaruh yang besar, karena peneliti berperan sebagai pengumpul data di lapangan. Dalam konteks ini, peneliti bertugas untuk secara langsung mengamati dan mengumpulkan data yang diperlukan, sementara instrumen lain hanya berperan sebagai pendukung. Hal ini menekankan pentingnya keterlibatan aktif peneliti dalam mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke lapangan.

3. Lokasi/Tempat Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek penelitian ini berada di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo yang beralamat di Jl. Urip Sumoharjo No. 55, Krajan, Mangkujayan, Ponorogo. Alasan peneliti memilih lokasi di Bank Muamalat KCP Ponorogo karena jumlah nasabah pada produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank Muamalat KCP Ponorogo dapat dikatakan masih rendah, berdasarkan penjelasan dari *Relationship Manager Financing* bank ketika peneliti melakukan wawancara atau pengambilan data menjelaskan bahwa strategi bank yang diberikan sudah baik, hal ini tentunya dapat menjadi sebuah kejanggalan dan juga masalah pada bank tersebut, seharusnya sebagai cabang dari Bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip islam, semestinya mereka mampu dan berpengalaman dalam meningkatkan

jumlah nasabah. Maka dari itu peneliti melakukan penelitian di Bank Muamalat KCP Ponorogo untuk mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan pada bank tersebut.

4. Data dan Sumber Data

Adapun data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data

Data merupakan informasi yang dikumpulkan oleh peneliti dengan tujuan memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan dari peneliti. Data penelitian berasal dari sumber yang dikumpulkan dengan berbagai teknik selama penelitian berlangsung. Dalam penelitian ini, peneliti terfokus pada data mengenai strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.

b. Sumber Data

Peneliti menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui metode seperti wawancara, dokumentasi, dan observasi. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari Bank Muamalat KCP Ponorogo melalui pengamatan dan wawancara. Sedangkan, data sekunder berasal dari referensi pustaka yang mencakup informasi tertulis dari Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan hal penting dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Untuk memperoleh data-data yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pengajuan pertanyaan-pertanyaan yang relevan kepada informan guna mendapatkan informasi atau data yang diperlukan untuk penelitian. Dalam penelitian ini, metode wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur. Alasan penggunaan wawancara semi terstruktur adalah untuk memungkinkan peneliti menggali informasi secara terbuka sambil tetap mengikuti kerangka kerja wawancara. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan mempertimbangkan individu yang memiliki pengetahuan terkait dengan topik penelitian. Peneliti sendiri bertindak sebagai narasumber langsung dan melakukan wawancara dengan pihak Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

b. Dokumentasi

Dalam studi ini, dokumentasi menjadi metode yang memperkaya atau menguatkan pengumpulan data penelitian. Peneliti akan mengumpulkan dokumen yang relevan untuk mendapatkan pemahaman tentang subjek penelitian. Temuan dari observasi dan wawancara dapat diperkuat dengan informasi dari biografi atau kebijakan terkait subjek penelitian. Dokumentasi ini bertujuan untuk memperoleh informasi atau data terkait Bank Muamalat KCP Ponorogo, seperti profil perusahaan, visi misi, struktur organisasi, dan aspek lainnya.

6. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini mencakup beberapa tahapan yang antara lain sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Pengurangan data adalah langkah penyederhanaan yang terarah, sesuai dengan permasalahan peneliti. Langkah-langkah yang dilakukan adalah menajamkan analisis, menggolongkan atau mengkategorikan kedalam tiap permasalahan melalui uraian singkat, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik dan diverifikasi.²² Data yang di reduksi adalah seluruh data mengenai permasalahan

²² Suntoso, *Penelitian Kualitatif Modern* (Jakarta: PT. Renika Cipta 2000), 76.

penelitian yakni strategi bank untuk meningkatkan jumlah nasabah terhadap produk pembiayaan KPR iB Muamalat di KCP Ponorogo.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan suatu langkah dalam mengatur data agar mudah untuk dianalisis dan ditarik kesimpulannya. Data yang didapat diproses untuk dikurangi kemudian diatur sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan. Dalam penelitian ini, data disajikan dalam bentuk naratif yang terstruktur, disusun berdasarkan jenis dan masalah penelitian yang terfokus.

Penyajian data yang baik merupakan satu langkah penting menuju tercapainya analisis kualitatif yang valid. Dalam melakukan penyajian data tidak semata-mata mendeskripsikan secara naratif, akan tetapi disertai proses analisis yang terus menerus sampai proses penarikan kesimpulan. Langkah berikutnya dalam proses analisis data kualitatif adalah menarik kesimpulan berdasarkan temuan dan melakukan verifikasi data.

c. Penarikan Kesimpulan

Informasi yang telah diproses dan dianalisis dengan memanfaatkan teori tertentu kemudian digunakan untuk menyimpulkan jawaban terhadap semua permasalahan yang ada dalam penelitian tersebut.

7. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, dimana data dari wawancara yang dilakukan diuraikan terlebih dahulu sebelum kesimpulan dapat diambil. Metode analisis data yang dipraktikkan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yang menguraikan data yang terkumpul dari lapangan. Pentingnya analisis ini terletak pada kemampuannya untuk mengungkapkan strategi yang digunakan oleh bank untuk meningkatkan jumlah nasabah terhadap produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.

8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Proses analisis data dimulai setelah selesai melakukan pengumpulan data. Salah satu teknik untuk pengecekan keabsahan data adalah menggunakan metode triangulasi, yang melibatkan penggunaan sumber atau metode lain di luar data utama sebagai cara untuk memeriksa atau membandingkan keakuratan data tersebut.²³

Beberapa bentuk triangulasi meliputi triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Dalam penelitian ini, peneliti akan memverifikasi keabsahan data wawancara dengan menerapkan triangulasi sumber, yang berarti memeriksa data dari berbagai sumber

²³ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Surakarta: Farida Nugrahani, 2014), 115.

informan yang akan diambil datanya.²⁴ Peneliti akan menghimpun data dari berbagai narasumber yang ada dan membandingkan hasil wawancara yang diperoleh dari setiap narasumber.

G. Sistematika Pembahasan

Tujuan dari penyusunan sistematika pembahasan adalah untuk mempermudah pembaca dalam memahami serta menelaah penelitian ini. Terdapat lima bab yang membentuk sistematika pembahasan pada penelitian ini, di mana setiap bab memiliki hubungan yang erat satu sama lain. Berikut adalah struktur sistematika pembahasan yang dimaksud:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penyampaian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penelitian dan studi penelitian terdahulu. Dalam latar belakang menjelaskan tentang gambaran umum masalah yang diteliti yaitu strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo. Kemudian memuat rumusan masalah yang merupakan penegasan terhadap apa yang terkandung dalam latar belakang. Selanjutnya ada tujuan dan manfaat dilakukan penelitian, hal ini digunakan untuk menginformasikan tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilakukan. Kemudian ada studi penelitian terdahulu, metode penelitian dan yang terakhir adanya sistematika pembahasan.

²⁴ Andarusni Alfansyur, dan Mariyani, "Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial," *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, Volume 5, Nomor 2, (2020), 149.

BAB II KAJIAN TEORI (STRATEGI BANK DAN PELAYANAN PRIMA)

Pada bab ini berisi teori-teori yang relevan yang digunakan sebagai landasan yang diperlukan untuk pembahasan bab berikutnya. Teori yang digunakan antara lain, teori Strategi Bank dan Pelayanan Prima.

BAB III PAPARAN DATA (ANALISIS STRATEGI BANK DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH)

Bab ini menjelaskan mengenai data umum dari objek penelitian yang mencakup sejarah Bank Muamalat KCP Ponorogo, visi misi dan struktur organisasi dan produk-produk yang dimiliki. Selain itu, pada bab ini dijelaskan pula mengenai data tentang strategi bank, faktor pendukung dan penghambat, kemudian dampak dari strategi bank.

BAB VI ANALISIS DATA (STRATEGI BANK DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK KPR iB MUAMALAT)

Pada bab ini menganalisis data yang diperoleh peneliti kemudian dilakukan analisis berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi penarikan kesimpulan atas analisis penelitian yang telah dilakukan berupa penyampaian kesimpulan, kritik, maupun saran. Secara garis besar penyusunan penelitian ini membahas beberapa bab yang masing-masing sub-sub-nya disesuaikan dengan kepentingan untuk memudahkan penulis membatasi ruang lingkup yang akan dibahas agar lebih mudah untuk dipahami.



BAB II
KAJIAN TEORI
(STRATEGI BANK DAN PELAYANAN PRIMA)

A. Strategi Bank

1. Pengertian Strategi Bank

Strategi adalah suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi tersebut secara jangka panjang.¹ Strategi merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan, tanpa suatu strategi perusahaan akan mengalami banyak sekali hambatan-hambatan dalam mencapai tujuan perusahaan. Dalam menjalankan suatu usaha, pasti ada tujuannya dan kemudian diterapkan langkah-langkah agar tujuan itu tercapai.² Strategi dapat diartikan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang perusahaan dalam memberikan dampak positif dan mencapai tujuan perusahaan.

Strategi Bank adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar, produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan

¹ Irham Fahmi, *Manajemen Strategi* (Bandung: Alfabeta, 2015), 2.

² Selamat Siregar, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan," *Jurnal Ilmiah Methonomi* Volume 1 Nomor 2 (2015), 65

peluang lingkungan.³ Strategi merupakan fondasi tujuan organisasi, yang pada hakikatnya adalah pengelolaan dan perencanaan untuk mencapai tujuan tersebut. Maka strategi adalah jenis rencana pemasaran yang diputuskan dan dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dari pengertian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi bank melibatkan perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan tertentu perusahaan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.⁴

2. Tujuan Strategi Bank

Tujuan dari strategi bank adalah untuk menetapkan keadaan yang paling menguntungkan untuk penjualan produk. Secara umum, komponen strategi diperhitungkan saat membuat strategi akan dilakukan yaitu:⁵

- a. Kompetensi yang berbeda adalah ketika organisasi mempunyai kinerja yang baik dibandingkan dengan perusahaan lain, maka organisasi tersebut mempunyai kompetensi yang berbeda.

³ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Renika Cipta, 2009), 339.

⁴ Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 49.

⁵ Ernie Tisnawati dan Kuriawan Saefullah, *Pengantar Manajemen Edisi 1*, (Jakarta: Kencana cet ke-2, 2006), 133.

- b. Ruang lingkup adalah lingkungan dimana organisasi atau perusahaan tersebut beraktivitas, *lokal*, *regional*, dan *internasional* adalah salah satu contoh ruang lingkup dari kegiatan organisasi.
- c. Distribusi sumber daya adalah sebuah perusahaan memanfaatkan dan mendistribusikan sumber daya yang dimiliki untuk menerapkan strategi perusahaan.

3. Strategi Pelayanan Prima

Pelayanan prima atau yang sering disebut dengan *service excellent* memiliki makna sebagai bentuk kepedulian kepada nasabah dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin agar dapat menciptakan kepuasan pada diri nasabah. Keberhasilan pelayanan prima bergantung pada penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab dalam pelaksanaannya. Sehingga dapat disebutkan bahwa pelayanan prima merupakan pelayanan optimal yang dapat memberikan kepuasan pada nasabah.⁶

Pelayanan yang cepat dan efisien dapat menciptakan hubungan yang intens antara nasabah dan pihak bank.⁷ Semakin pelayanan yang diberikan memiliki kualitas yang tinggi maka nasabah akan menilai baik bank tersebut, yang kemudian memberikan kesan bagus terhadap pelayanan yang diberikan. Jika nasabah puas akan pelayanan yang

⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 214.

⁷ Irsan Andri Siregar, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan," *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, Volume 6, Nomor 2, (2018), 101.

telah diberi, maka nasabah cenderung memiliki sifat setia pada bank, maka sangat penting bagi bank untuk memberikan pelayanan prima.⁸

Pelayanan prima merupakan bentuk kepedulian bank pada nasabah, dengan memberikan layanan terbaik untuk memberikan fasilitas pada nasabah, dan pemenuhan kebutuhan bagi nasabah, serta mewujudkan kepuasan dari dalam diri nasabah. Pemberian pelayanan prima tentunya didukung dengan penampilan yang menarik, rapi, dan memiliki *attitude* yang luhur. Penampilan sangat dipentingkan karena nasabah akan merasa nyaman bila berhadapan dengan seseorang yang *good looking*.⁹

4. Konsep Pelayanan Prima

Menurut M. Nur Rianto Al Arif terdapat 6 faktor dalam pelayanan prima, ke enam faktor tersebut adalah:¹⁰

a. *Ability* (Kemampuan)

Ability diartikan suatu pengetahuan dan keterampilan yang mutlak diperlukan untuk mendukung berjalannya pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam menguasai bidang kerja yang ditekuni, dalam hal ini seluruh pegawai bank syariah dituntut untuk mengerti apa yang dimaksud dengan bank syariah serta seluruh produk bank syariah, selanjutnya haruslah melakukan komunikasi

⁸ Wirdayani Wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru," *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* Volume 2, Nomor 1, (2017), 51.

⁹ Mukmin Muhammad, *Manajemen Pelayanan Prima* (t.tp.: Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Negara STIA Al-Gazali Barru, 2018), 20.

¹⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, 215.

yang efektif, mengembangkan motivasi, dan memanfaatkan strategi *public relation* sebagai sarana dalam membangun suatu hubungan dengan nasabah.

Indikator dari *Ability* (Kemampuan) adalah:¹¹

- 1) Kemampuan karyawan dalam melayani nasabah.
- 2) Melaksanakan komunikasi yang efektif.

b. *Attitude* (Sikap)

Yaitu perilaku sikap dan tingkah laku yang harus ditonjolkan oleh pegawai ketika menghadapi pelanggan. Seorang pegawai bank terutama yang berada di petugas pelayanan terdepan seperti *customer service* dan *teller* harus mampu menghadapi pelanggan dengan senyuman. Wajib ditunjukkan oleh pegawai bank pada saat melayani nasabah. Seperti pegawai yang berposisi pada bagian *customer service* dan *teller*, bagian pelayanan terdepan harus mampu melayani nasabah dengan ramah, dan selalu memberikan senyuman.

Indikator dari *Attitude* (Sikap) yaitu:¹²

- 1) Melayani pelanggan dengan berpenampilan rapi dan sopan.
- 2) Berfikir positif dalam melayani pelanggan.
- 3) Bersikap menghargai dalam melayani pelanggan.

¹¹ Deby Julia Laurena, "Analisis Pelayanan Prima Dengan Konsep A6 Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi Negeri Di Surabaya," *Skripsi* (Surabaya: Universitas Airlangga, 2015), 25.

¹² Ricka Handayani, *Manajemen Pelayanan dalam Perspektif Islam* (Bogor: Bypass, 2023), 135.

c. *Appearance* (Penampilan)

Penampilan seorang pegawai bank baik yang bersifat fisik maupun non fisik harus mencerminkan rasa kepercayaan diri yang tinggi dan kredibilitas perusahaan oleh konsumen.

Indikator dari *Appearance* (penampilan) adalah:¹³

- 1) Penampilan yang sopan dan serasi.
- 2) Merefleksikan kepercayaan diri dan kreabilitas.

d. *Attention* (Perhatian)

Karyawan harus mampu memberikan kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.

Indikator dari *Attention* (Perhatian) yaitu:

- 1) Memahami dan mendengarkan kebutuhan dari pelanggan.
- 2) Selalu memperhatikan dan menghargai sikap pelanggan.
- 3) Memberikan perhatian penuh kepada pelanggan.

e. *Action* (Tindakan)

Karyawan harus mampu memberikan berbagai kegiatan nyata yang harus diberikan dalam memberikan pelayanan prima kepada konsumen.

Indikator dari *Action* (Tindakan) yaitu:

¹³ Deby Julia Laurena, "Analisis Pelayanan Prima Dengan Konsep A6 Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi Negeri Di Surabaya," 26.

- 1) Mencatat setiap keluhan dan pesan yang diinginkan pelanggan.
- 2) Melakukan pendataan dan pencatatan dari kebutuhan pelanggan.
- 3) Dapat menjelaskan dan menyimpulkan kebutuhan pelanggan.
- 4) Mewujudkan kebutuhan pelanggan.
- 5) Selalu mengucapkan terima kasih kepada pelanggan.

f. *Accountability* (Pertanggungjawaban)

Suatu sikap berperihakan kepada nasabah sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.¹⁴

Indikator dari *Accountability* (Pertanggungjawaban) adalah:¹⁵

- 1) Meningkatkan kualitas layanan.
- 2) Kepedulian meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

¹⁴ Ibid., 216.

¹⁵ Deby Julia Laurena, "Analisis Pelayanan Prima Dengan Konsep A6 Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi Negeri Di Surabaya," 27.

5. Tujuan Pelayanan Prima

Tujuan utama pelayanan prima adalah mencegah ketidakpuasan pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan. Adapun tujuan dari pelayanan prima adalah sebagai berikut ini:¹⁶

- a. Untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.
- b. Untuk menimbulkan kepuasan dari pihak pelanggan agar segera membeli produk/jasa yang ditawarkan pada saat itu juga.
- c. Untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap produk/jasa yang ditawarkan.
- d. Menghindari terjadinya komplain yang tidak perlu dikemudian hari terhadap perusahaan.
- e. Menjaga pelanggan agar pelanggan terus merasa kebutuhannya dipenuhi.
- f. Dan untuk mempertahankan pelanggan, agar pelanggan tetap setia.

6. Dimensi Kualitas Pelayanan

Untuk menilai atau menentukan kualitas layanan, ada lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan, yaitu:¹⁷

¹⁶ Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2014). 1.

¹⁷ Ibid., 197.

a. *Tangible* (berwujud)

Jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat. Misalkan desain dan *lay out* gedung bank syariah yang modern dan tertata rapi mampu memberikan atau menampakkan kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu teknologi yang digunakan oleh bank menjadi pertimbangan nasabah dalam menentukan kualitas jasa perbankan yang dinikmati.

Indikator dari *Tangible* yaitu:

- 1) Memiliki peralatan dan teknologi modern.
- 2) Memiliki fasilitas yang menarik secara visual.
- 3) Karyawan berpenampilan rapi dan profesional.

b. *Empathy* (empati)

Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan. Setiap lapisan karyawan dari level manajemen atas (*top management*) sampai dengan level terbawah (*staf*) harus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Setiap elemen dalam perusahaan mempunyai kewajiban memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Setiap karyawan terutama *customer service* harus mampu memberikan pelayanan yang tulus kepada nasabah, termasuk kemudahan membangun hubungan, komunikasi yang

baik, dan memahami kebutuhan pelanggan.¹⁸ Sehingga nasabah merasa nyaman dalam berinteraksi dengan perusahaan.

Indikator dari *Empathy* yaitu:¹⁹

- 1) Karyawan memperhatikan terhadap kepentingan nasabah (memberikan konsultasi nasabah).
- 2) Karyawan tanggap terhadap kebutuhan nasabah yang diinginkan.
- 3) Karyawan selalu siap merespon permintaan nasabah.
- 4) Karyawan menangani nasabah dengan penuh perhatian dan kesabaran.
- 5) Menyediakan tempat layanan yang nyaman dan aman.

c. *Responsiveness* (ketanggapan)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari konsumen harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan konsumen. Misalkan, ada nasabah yang kesulitan dalam menulis slip transaksi, maka petugas pelayanan harus langsung tanggap dan membantu dalam menuliskan slip tersebut. Atau misalkan slip transaksi yang habis, maka petugas pelayanan

¹⁸ Amrul Hinung Prihamayu, "Penggunaan Logika Fuzzy Metode Mamdani Untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Pelayanan Tenaga Kependidikan Oleh Mahasiswa," *Jurnal Innovation and Future Technology (IFTECH)*, Volume 5, Nomor 1, (2023), 32.

¹⁹ Danang Kurniawan, "Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah," *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, Volume 3, Nomor 1, (2020), 65.

harus langsung menyediakan kembali slip transaksi yang habis tersebut, harus dihindari nasabah yang kecewa karena ketiadaan slip transaksi.

Indikator dari *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu:²⁰

- 1) Selalu memberitahukan mengenai jadwal pelayanan.
- 2) Memberikan layanan bagi pelanggan dengan cepat dan tepat waktu.
- 3) Karyawan bersedia membantu nasabah.
- 4) Karyawan tidak pernah merasa sibuk dalam menanggapi permintaan nasabah.

d. *Reliability* (keandalan)

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

²⁰ Ibid., 65.

Indikator dari *Reliability* (keandalan) yaitu:²¹

- 1) Karyawan memberikan sambutan yang baik pada saat ada nasabah datang.
- 2) Waktu pelayanan yang disediakan sesuai dengan jadwal yang diinformasikan.
- 3) Karyawan bersikap simpatik dalam menghadapi masalah atau komplain nasabah.
- 4) Menyediakan layanan sesuai yang dijanjikan.
- 5) Menyimpan data secara benar dan akurat.

e. *Assurance* (jaminan)

Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Karyawan harus mampu menunjukkan kepada konsumen bahwasanya perusahaan mampu merealisasikan setiap janji yang telah ditawarkan kepada konsumen.

Indikator dari *Assurance* (jaminan) yaitu:²²

- 1) Karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada nasabah.
- 2) Karyawan memberikan rasa aman dalam memberikan layanan terhadap nasabah.
- 3) Karyawan senantiasa bersikap sopan dan ramah.
- 4) Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan nasabah.

²¹ Ibid., 65.

²² Ibid., 66.

5) Karyawan dapat dipercaya.

B. Pengertian Pembiayaan

Secara ekonomi pembiayaan dapat diartikan sebagai pemindahan daya beli dari satu tangan ke tangan lain atau penciptaan daya beli. Berdasarkan UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan bab 1 Pasal 1 No. 12 bahwasanya pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak membiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.²³

KPR iB Muamalat adalah produk pembiayaan yang akan membantu nasabah untuk memiliki rumah tinggal, rumah susun, apartemen dan condotel termasuk renovasi dan pembangunan serta pengalihan (*take-over*).

²³ Zubairi Hasan, *Undang-undang Perbankan Syariah: Titik Temu Hukum Islam dan Hukum Nasional* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 314.

BAB III
PAPARAN DATA
(ANALISIS STRATEGI BANK DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH)

A. Gambaran Umum Bank Muamalat

1. Sejarah Bank Muamalat Indonesia

Bank Muamalat Indonesia didirikan sebagai lembaga keuangan pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip-prinsip perbankan Syariah. Pembentukannya tercatat dalam Akta Pendirian No. 1 pada tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 Hijriah, yang disahkan oleh Yudo Paripurno, SH, seorang Notaris di Jakarta. Akta pendirian ini kemudian mendapatkan pengesahan resmi dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia melalui Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 tahun 1992, yang dikeluarkan pada tanggal 21 Maret 1992. Proses pendaftaran juga telah dilakukan di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 dengan nomor registrasi 970/1992, dan pengumuman resmi dilakukan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 tambahan No. 1919A.¹

Bank Muamalat Indonesia didirikan oleh MUI, ICMI, dan pengusaha Muslim dengan dukungan dari Pemerintah Republik

¹ Bank Muamalat Indonesia, “Visi dan Misi,” dalam <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/visi-misi>, (diakses pada tanggal 24 Februari 2024, jam 19.26).

Indonesia. Pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia resmi beroperasi sebagai bank pertama di Indonesia yang mengikuti prinsip syariah. Kemudian, pada 27 Oktober 1994, bank ini diberikan izin sebagai Bank Devisa setelah sebelumnya terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

BMI terus melakukan inovasi dengan meluncurkan produk-produk keuangan syariah seperti Sukuk Subordinasi Mudharabah, Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat), dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance), yang semuanya merupakan terobosan baru di Indonesia. Selain itu, Shar-e, yang diperkenalkan pada tahun 2004, merupakan tabungan instan pertama yang ada di Indonesia.²

2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia³

a. Visi

Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional.

b. Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan

² Ibid., 60.

³ Ibid., 61.

sumber daya manusia yang Islami dan profesional serta orientasi investasi yang *inovatif*, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

3. Struktur Organisasi Dan Bidang Kerja

Tabel 3.3

Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Ponorogo.⁴

Jabatan	Nama
<i>Sub Branch Manager</i>	Moch. Khoirudin
<i>Sub Branch Operation Supervisor</i>	Anang Priambowo
<i>Relationship Manager Financing</i>	Fadhil Wafa
<i>Relationship Manager Funding</i>	Amilatul Husna
<i>Customer Service</i>	Millenia Ayu Nuraini
<i>Teller</i>	Erli Nuryana
<i>Security</i>	Sukis Rianto
<i>Cleaning Service</i>	Mahendro Yuliantoni
<i>Driver</i>	Pandya

Sumber: Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo

4. Produk dan Layanan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo

a. Produk Bank Muamalat Indonesia

- 1) Produk Penghimpunan Dana (*Fund Collection Products*)⁵

⁴ Fadil Wafa, *Wawancara*, 20 Februari 2024

⁵ Ibid.

a) Tabungan iB Muamalat

Tabungan dalam bentuk rupiah dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi dengan kemudahan akses dan manfaat yang beragam. Tabungan muamalat sekarang menawarkan dua opsi kartu ATM/Debit, yaitu Kartu *Shar-E Reguler, Shar-E Gold, dan Shar-E Ihram*.

b) Tabungan iB Hijrah Valas

Tabungan dalam bentuk mata uang asing seperti Dolar Amerika Serikat (USD) dan Dolar Singapura (SGD) disediakan untuk mendukung berbagai kebutuhan transaksi dan investasi yang beragam.

c) Tabungan iB Hijrah Haji dan Umrah

Tabungan haji yang tersedia dalam dua jenis mata uang, yaitu rupiah dan US Dollar, ditujukan khusus untuk para nasabah dari kalangan muslim Indonesia yang berencana melaksanakan ibadah Haji dan Umrah.⁶

d) Tabungan iB Hijrah Rencana

Tabungan iB Muamalat Rencana adalah jenis tabungan berjangka dalam bentuk mata uang rupiah yang memerlukan setoran bulanan secara teratur dan tidak dapat ditarik sebelum periode tertentu berakhir, kecuali jika rekening ditutup. Pencairan dana hanya dapat dilakukan ke

⁶ Ibid., 61.

rekening asal. Melalui Tabungan iB Muamalat Rencana, Nasabah dapat mewujudkan berbagai rencana mereka.⁷

e) TabunganKu iB

Tabungan syariah dengan harga yang sangat terjangkau dalam mata uang rupiah tersedia untuk semua lapisan masyarakat.⁸

f) Tabungan iB Hijrah Prima

Ini adalah tabungan yang dirancang untuk para pelanggan yang menginginkan keuntungan maksimal serta fleksibilitas dalam melakukan transaksi.⁹

g) Tabungan iB Hijrah Bisnis

Produk tabungan ini dirancang untuk memenuhi keperluan bisnis dari pelanggan yang bukan individu, dengan menawarkan kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi, serta didukung oleh sistem manajemen keuangan.

h) Tabungan iB Hijrah Haji - Haji Anak Hebat

Kampanye yang direncanakan melalui Tabungan iB Hijrah Haji ditujukan untuk anak-anak di bawah usia 17 tahun yang berkeinginan menabung untuk melaksanakan ibadah

Haji.

⁷ Ibid., 61.

⁸ Ibid., 62.

⁹ Ibid., 62.

i) Tabungan iB SimPel

Tabungan dalam bentuk rupiah ditujukan bagi siswa/pelajar dengan syarat yang simpel dan mudah, serta fitur menarik untuk memotivasi mereka untuk mengembangkan kebiasaan menabung sejak dini.

j) Tabungan iB Hijrah *Payroll*

Tabungan yang ditujukan untuk individu-individu yang bekerja di perusahaan atau lembaga tertentu, di mana gaji mereka didistribusikan melalui Bank Muamalat Indonesia (BMI).

k) Deposito iB Hijrah

Deposito syariah dalam Rupiah dan Dolar AS adalah opsi investasi yang memberikan keuntungan maksimal bagi nasabah, dengan fleksibilitas yang tinggi. Deposito Mudharabah cocok untuk individu maupun lembaga yang telah memiliki badan hukum yang sah.

l) Deposito Online iB Hijrah Muamalat

Deposito syariah dalam mata uang Rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi Anda.

m) Deposito DHE SDA iB Hijrah Muamalat

Deposito Devisa Hasil Ekspor Sumber Daya Alam yang dikelola secara syariah dengan akad mudharabah dalam

mata uang Rupiah dan US Dollar yang dapat memberikan hasil investasi secara optimal dan barokah bagi Anda serta pajak bagi hasil yang lebih rendah.

n) Giro iB Hijrah

adalah rekening giro yang dapat digunakan untuk mendukung kebutuhan transaksi bisnis maupun transaksi sehari-hari.

o) Giro iB Hijrah Ultima

Rekening giro dalam IDR/USD yang dapat digunakan untuk mendukung kebutuhan transaksi bisnis maupun transaksi sehari-hari

p) Giro Ultima USD Berhadiah (GUUB)

Program pemberian hadiah bagi Nasabah Giro Ultima, yang mengendapkan dananya (*hold dana*) atau berkomitmen untuk menjaga dananya dalam bentuk Saldo Rata-Rata (SRR) dalam mata uang USD dengan jumlah dan selama periode tertentu, sesuai ketentuan program.

q) Giro iB Hijrah SAR

Produk pengembangan dari Giro iB Hijrah yang diperuntukan untuk nasabah dalam melakukan transaksi bisnis dengan menggunakan jenis mata uang Saudi.

2) Produk Penyaluran Dana (*Financing Product*)¹⁰

Dana yang terkumpul oleh bank akan dialokasikan dalam bentuk pembiayaan, baik untuk kegiatan usaha yang produktif maupun keperluan konsumtif. Berikut adalah beberapa produk yang disalurkan oleh Bank Muamalat:

a) KPR iB Muamalat

Pembiayaan KPR iB Muamalat adalah solusi finansial yang membantu calon nasabah untuk memperoleh rumah baru (baik dalam kondisi indent/ready stock) atau properti sekunder. Selain itu, produk ini juga memungkinkan pengalihan take over KPR dari lembaga keuangan lain, pembiayaan pembangunan, dan renovasi rumah. Program ini ditujukan untuk individu WNI yang telah mencapai usia minimal 21 tahun dan maksimal 55 tahun untuk karyawan, serta 60 tahun untuk wiraswasta atau profesional pada saat jatuh tempo pembiayaan. Dokumen yang dibutuhkan untuk mengajukan pembiayaan mencakup formulir permohonan pembiayaan perorangan, salinan KTP, KK, Surat Nikah (bila berlaku), salinan NPWP, slip gaji asli & surat keterangan kerja (bagi pegawai/karyawan), salinan mutasi rekening buku tabungan/statement giro selama 3 bulan terakhir, laporan keuangan atau laporan usaha (bagi

¹⁰ Ibid., 63.

wiraswasta), serta salinan sertifikat, IMB, dan PBB properti yang akan dijaminkan.¹¹

b) iB Muamalat Umroh

Fasilitas tersedia untuk klien yang ingin mendanai perjalanan umroh mereka. Fasilitas ini ditujukan untuk individu (WNI) yang memiliki kecakapan hukum dan berusia antara 21 hingga 55 tahun pada saat jatuh tempo pembayaran, dengan jangka waktu pembayaran yang dapat mencapai 36 bulan.

c) iB Muamalat Koperasi Karyawan

Pendanaan yang disediakan kepada koperasi karyawan untuk digunakan oleh anggotanya (baik pegawai BUMN, PNS, atau swasta) untuk pembelian produk yang sesuai dengan prinsip halal, diberikan melalui pengajuan yang diajukan secara bersama-sama oleh anggota koperasi.

d) iB Muamalat Multiguna

Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan Nasabah dalam pembelian barang halal (selain tanah, bangunan, mobil dan emas) serta sewa jasa yang dibolehkan secara syariah (selain pembiayaan haji dan umroh).

¹¹ Ibid., 63.

e) iB Muamalat Pensiun

Fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada para pensiunan PNS/TNI/Polri/BUMN/ BUMD/Swasta untuk pembelian barang konsumtif yang halal (termasuk rumah tinggal dan kendaraan bermotor) atau sewa jasa halal (seperti keperluan pendidikan anak, umroh, wisata, dan lainnya) dengan ketentuan pembayaran manfaat pensiun wajib dialihkan melalui Bank Muamalat Indonesia.

f) Pembiayaan Autoloan (*Via Multifinance*)

Pembiayaan yang diberikan kepada end user dengan tujuan pembelian kendaraan bermotor (mobil dan motor) melalui perusahaan multifinance yang bekerja sama dengan Bank Muamalat Indonesia.

g) iB Modal Kerja Reguler

Pembiayaan jangka pendek yang diperuntukkan bagi Nasabah Perorangan atau Badan Usaha untuk memenuhi kebutuhan Modal Kerja Asset Lancar.

h) iB Modal Kerja Proyek

Pembiayaan produktif yang diperuntukkan bagi Nasabah untuk memenuhi kebutuhan Modal Kerja Proyek atas pembangunan, pemeliharaan, atau pengadaan.

i) iB Modal Kerja Kontruksi *Developer*

Pembiayaan modal kerja khusus bagi Developer guna pembangunan property residensial/non residensial, sarana dan prasarana perumahan.

j) iB Modal Kerja Lembaga Keuangan Syariah

Pembiayaan yang diberikan bagi Lembaga Keuangan Syariah (seperti BPRS, Modal *Venture*, KopSyah) untuk memenuhi kebutuhan modal kerja yang akan disalurkan kembali ke *enduser* dengan pola *executing*.

k) iB Investasi Reguler

Pembiayaan yang disediakan dalam rangka oemenuhan pembelian asset tetap, pembelian mesin produksi, atau investasi lainnya selain properti dalam rangka peremajaan, perluasan, peningkatan kapasitas usaha, dan/atau pendirian unit usaha baru.

l) iB Properti Bisnis

Pembiayaan yang diberikan kepada klien untuk memenuhi kebutuhan pembelian properti bisnis sebagai investasi, atau untuk peremajaan, renovasi, dan pengembangan properti bisnis, baik itu dilakukan di atas lahan milik klien.

m) iB Muamalat Usaha Mikro

Pemberian dukungan finansial untuk kebutuhan modal kerja dan investasi kepada pelaku usaha mikro, baik itu individu maupun entitas bisnis yang bukan badan hukum.

n) iB Rekening Koran Muamalat

Pendanaan singkat untuk model bisnis yang mengalami fluktuasi dengan transaksi yang cepat, serta fleksibilitas penarikan dana sesuai kebutuhan melalui Cek atau Bilyet Giro.

b. Layanan Bank Muamalat Indonesia¹²

1) Perbankan *Internasional (Remittance)*

a) Kas Kilat

Bank memberikan layanan kepada nasabah atau masyarakat umum untuk menerima transfer dana, baik dalam bentuk uang tunai maupun elektronik, terutama dari WNI yang tinggal di luar negeri, seperti Tenaga Kerja Indonesia atau Ekspatriat.

b) *Incoming Muamalat Remittance* iB

Uang dalam bentuk valuta asing yang diterima oleh penerima, entah sebagai tunai atau disimpan dalam rekening bank penerima yang merupakan nasabah, merupakan transaksi yang dimaksud.

c) *Outgoing Muamalat Remittance* iB

Uang yang dikirim dalam bentuk valuta asing kepada penerima, bisa dalam bentuk tunai atau dikreditkan ke rekening penerima di bank lain, baik domestik maupun internasional, sesuai dengan petunjuk pengirim melalui bank.

¹² Ibid., 64.

d) *Tabungan Nusantara*

Tabungan Nusantara adalah jenis tabungan syariah yang dikelola dengan prinsip bagi hasil, dan juga memberikan kemudahan layanan remittance sehingga pengguna tidak hanya dapat menabung tetapi juga dengan mudah melakukan transaksi remittance. Selain itu, tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi (dengan syarat saldo rata-rata tertentu).

2) *Trade Finance*¹³

a) Ekspor

Ekspor Produk dan layanan transaksi *ekspor* yang diberikan kepada Nasabah/*eksportir* Bank meliputi:

1.1 *Advising L/C*

1.2 *Outward Bills*

1.3 *Negotiation*

1.4 *L/C Transfer*

b) Impor¹⁴

Produk dan layanan transaksi impor yang diberikan kepada Nasabah/Importir Bank meliputi:

1.1 *Letter of Credit (L/C)*

1.2 Surat Berdokumen dalam Negeri (SKBDN)

1.3 Bank Garansi

1.4 Klaim Bank Garansi

¹³ Ibid., 65

¹⁴ Ibid., 66.

1.5 *Standby L/C*

1.6 *Deposito Plus*

1.7 *Trust Receipt*

1.8 *Buyer Financing*

1.9 *AR Financing*

1.10 *Value Chain Financing*

c. Layanan 24 Jam¹⁵

1) ATM Muamalat

Dilengkapi dengan berbagai fitur untuk memudahkan anda melakukan info saldo, cetak 5 transaksi terakhir, pembayaran tagihan, pembelian pulsa isi ulang, pembelian tiket, pembayaran premi asuransi, transfer antar bank, pembayaran uang sekolah dan pembayaran ZIS.

2) Muamalat *Mobile*

Adalah aplikasi yang meliputi lokasi ATM/Cabang, Info Produk, CallCenter 1500016, Bahasa, Kiblat, Jadwal Sholat dan Aplikasi haji dan Umroh. Mobile Banking Muamalat menawarkan kemudahan dalam bertransaksi secara real time, aman dan praktis menggunakan perangkat Smartphone Nasabah melalui koneksi Internet (Android, IOS, Blackberry, dan Windows Phone) dengan fitur yang bisa diakses adalah pemindahbukuan, transfer antar bank, cek saldo, pembayaran tagihan, pembelian serta IO

¹⁵ Ibid., 68.

transaksi terakhir dan mutasi rekening. Untuk dapat menggunakan layanan *Mobile Banking*, nasabah hanya perlu mengunduh aplikasi *Mobile Banking* Muamalat dari *application store* dengan kata kunci “Muamalat *Mobile*” dan melakukan registrasi dan aktivasi di ATM/Cabang terdekat.

3) *Internet Banking* Muamalat

Layanan ini bertujuan untuk memudahkan Nasabah *Ritel* (Individu) dalam melakukan transaksi finansial seperti pemindahbukuan, transfer antar bank, pembayaran tagihan dan pembelian pulsa serta transaksi non-finansial seperti cek saldo, 5 transaksi terakhir dan cek mutasi. Melalui fitur transaksi Debit Online di *Internet Banking* Muamalat, Nasabah dapat berbelanja di mitra *merchant-merchant* Bank Muamalat Indonesia secara lebih mudah, praktis dan aman

4) *Cash Management System*

Layanan ini lebih berkonsentrasi pada nasabah korporat. Dalam layanan ini, Bank Muamalat Indonesia menyelenggarakan penerimaan/koleksi pemasukan dana (*collection*), pembayaran/pengeluaran dana (*disbursement*) serta mengelola likuiditas perusahaan.

PONOROGO

5) *SalaMuamalat*

Merupakan layanan *Phone Banking* 24 jam melalui telepon 1500016/(021) 1500016 (jika dihubungi melalui telepon seluler) yang memberikan kemudahan kepada Nasabah setiap saat dan dimanapun nasabah berada untuk memperoleh informasi mengenai produk, saldo dan informasi transaksi, transfer antar rekening Bank Muamalat Indonesia hingga maksimal Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) serta pembayaran ZIS.

6) Pembayaran Zakat , Infaq, dan Shadaqah (ZIS)

Pembayaran ZIS memudahkan nasabah untuk membayar baik ke lembaga pengelola ZIS Bank Muamalat Indonesia maupun lembaga-lembahga ZIS lainnya yang bekerjasama dengan Bank Muamalat Indonesia melalui *phone banking* dan ATM Muamalat di seluruh Indonesia.

B. Data

1. Strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo

Strategi Bank Muamalat KCP Ponorgo dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk KPR iB Muamalat yaitu dengan menggunakan strategi pelayanan prima. Berikut ini adalah data yang diperoleh dilapangan:

- a. Penerapan *Ability*/kemampuan dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.

Menurut pihak Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam *Ability*/kemampuan direalisasikan dengan komunikasi yang efektif dan kemampuan karyawan dalam melayani nasabah. Berdasarkan wawancara tentang penerapan *ability*/kemampuan dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo. Dilakukan oleh peneliti terhadap *Customer Service* Bank Muamalat KCP Ponorogo Mbak Millenia Ayu Nuraini:

Kemampuan komunikasi ya kita yang pertama harus jelas jadi intonasinya diperhatikan, kemudian *pronunciation* harus jelas, kemudian emosinya harus terkontrol. Memberikan antusias yang berbeda, jadi kalau misal kita biasa saja nasabah juga menganggapnya biasa saja kalau kita berantusias kemudian kita memahami produknya dengan detail dan jelas dalam menjelaskannya nasabah juga akan lebih yakin gitu, kalau kitanya nggak yakin apalagi nasabah. *Public relation* harus digunakan apa lagi tata bahasanya juga, kalimat-kalimat yang dipilih dan kata-katanya juga jadi nggak asal ngomong aja.¹⁶

Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa penerapan *ability*/kemampuan menurut *Customer Service* dengan menggunakan intonasi yang tepat sangat penting untuk menunjukkan keseriusan dan juga *antusiasme* terhadap produk yang ditawarkan. Intonasi yang baik dapat membantu menyampaikan informasi dengan lebih jelas dan membuat interaksi lebih menarik. Memiliki pengetahuan yang luas dan mendalam tentang produk yang ditawarkan. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan nasabah.

¹⁶ Millenia Ayu Nuraini, *Wawancara*, 20 Februari 2024

Peneliti juga meminta pendapat lain dari *Teller Bank*

Muamalat KCP Ponorogo Ibu Erli Nuryana:

Kemampuan *public speaking* itu kan ilmu ya jadi kita punya keluwesan dalam berbicara, kita punya *knowledge* produk yang mumpuni, kita punya *gesture* tubuh atau mimik wajah yang mendukung itu memang membuat nasabah merasa nyaman. Tapi selama saya melayani nasabah itu yang paling senang itu mereka merasa dikenal itu nasabah lebih suka digituin karena mereka merasa dikenal, jadi kita menanamkan bahwa *dinotice* oleh nasabah gitu lo jadi aku kalau ilmu yang mengambil hati nasabah itu kalau menurutku karena mereka dianggap dekat.¹⁷

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa penerapan *ability* dengan menerapkan keluwesan dalam berbicara ini penting untuk menjawab berbagai pertanyaan dari nasabah dan menyesuaikan penjelasan produk sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman mereka dan melayani nasabah dengan menunjukkan sikap kedekatan.

Berdasarkan hasil kedua wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam konsep *ability*/kemampuan Bank Mauamalat KCP Ponorogo menurut *Customer Service* Mbak Millenia Ayu Nuraini dengan memastikan bahwa informasi yang disampaikan jelas sehingga mudah dimengerti dan memilih kata-kata yang tepat untuk komunikasi yang efektif menggunakan bahasa yang sopan. Sedangkan menurut *Teller* Ibu Erli Nuryana dalam melayani nasabah menunjukkan kedekatan dengan nasabah.

¹⁷ Erli Nuryana, *Wawancara*, 05 Maret 2024

- b. Penerapan Attitude/sikap dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo

Menurut pihak Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam *attitude/sikap* direalisasikan dengan bersikap menghargai dalam melayani nasabah. Berdasarkan wawancara tentang penerapan *attitude/sikap* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo. Dilakukan oleh peneliti terhadap *Customer Service* Bank Muamalat KCP Ponorogo Mbak Milen Ayu Nuraini:

Kan ada beberapa kriterianya ya kayak percaya diri kemudian emosional, kemudian intonasinya dijaga kan komunikasi ada strukturnya sendiri-sendiri kalau *frontliner* mulai dari emosional, *geture* tubuh, kemudian nanti intonasinya sama nanti *profesionalitas* harus dijaga, kita dalam melayani nasabah selalu berusaha memberikan tingkah laku yang ramah dan sopan seperti menyambut nasabah dengan senyuman dan menyapa mereka dengan hangat.¹⁸

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa penerapan *attitude/sikap* dalam meningkatkan jumlah nasabah dengan mengontrol emosi saat melayani nasabah dan menyambut nasabah dengan senyuman dan menyapa nasabah dengan hangat dapat membuat nasabah merasa diterima dan dihargai.

Peneliti juga meminta pendapat lain dari *Teller* Bank Muamalat KCP Ponorogo Ibu Erli Nuryana:
terhadap *Teller* Bank Muamalat KCP Ponorogo Ibu Erli Nurliyana:

¹⁸ Millenia Ayu Nuraini, *Wawancara*, 20 Februari 2024

Tingkah laku yang ditunjukkan kalau secara kasat mata yang terlihat oleh mata itu seperti senyum yang tulus, badan membungkuk saat nasabah datang tangan ditelangkupkan di dada sebelah kiri, saat selesai transaksi kita mengucapkan salam dan terima kasih dengan kedua tangan dirapatkan yang melambangkan terima kasih dan salam hormat.¹⁹

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa penerapan *attitude/sikap* dalam meningkatkan jumlah nasabah dengan memberikan senyum yang tulus dalam berkomunikasi, dan memperhatikan sikap tubuh saat berinteraksi dengan nasabah.

Berdasarkan kedua hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam konsep *attitude/sikap* menurut *Customer Service* Mbak Millenia Ayu Nuraini dengan mengontrol emosi, memperhatikan *gesture* tubuh dan menjaga intonasi dalam melakukan komunikasi. Sedangkan menurut *Teller* Ibu Erli Nuryana dengan menerapkan sikap tubuh saat berinteraksi dapat membuat nasabah nyaman dan membuat nasabah merasa dihargai, kemudian memiliki tingkah laku yang menunjukkan rasa menghormati nasabah.

- c. Penerapan *Appearance/penampilan* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.

Menurut pihak Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam *appearance/penampilan* direalisasikan dengan kenyamanan, penampilan yang sopan dan kepercayaan diri dari pegawai dalam

¹⁹ Erli Nuryana, *Wawancara*, 05 Maret 2024

melayani nasabah. Berdasarkan wawancara tentang penerapan *appearance*/penampilan dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo. Dilakukan oleh peneliti terhadap *customer service* Bank Muamalat KCP Ponorogo Mbak Millenia Ayu Nuraini:

Melayani nasabah dengan ramah dan sopan, penampilan menurut kami hal yang penting dalam berhadapan dengan nasabah oleh karena itu kita harus memberikan kesan yang baik untuk nasabah.²⁰

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa penampilan merupakan memberikan kesan pertama bukan hanya mencerminkan pribadi individu tetapi juga merepresentasikan citra dan *profesionalisme* perusahaan.

Menurut *Teller* Bank Muamalat KCP Ponorogo Ibu Erli Nuryana:

SOP penampilan ada dua yaitu penampilan secara fisik dan *behavior* atau tindakan, kalau yang secara fisik sebagai *frontliner* yang jelas memiliki seragam yang digunakan setiap hari berdasarkan jadwal. SOP di Muamalat adalah yang pertama yang tidak boleh ketinggalan yaitu *name tag* itu harus terlihat jelas dan terbaca oleh nasabah, kemudian cara penggunaan jilbabnya tidak asal-asalan jadi harus sesuai dengan sop penampilan, terus kaos kaki warna hitam karena kalau kita pakai kaos kaki warna kulit itu nanti takutnya ada nasabah yang mengira bahwa kita tidak menggunakan kaos kaki itu yang pertama, yang kedua kenapa kalau memang tidak menggunakan kaos kaki karena sebagai bank yang *membranding* sebagai bank syariah kita mau penampilan kita itu juga mencerminkan perempuan atau laki-laki jadi aurat-aurat yang harus ditutupi itu ditekankan juga di Bank Muamalat. Kalau secara *behavior* itu keramahan kita, kehangatan kita melayani nasabah jadi nasabah itu masuk selain *good looking* juga *good heart* jadi selain

²⁰ Millenia Ayu Nuraini, *Wawancara*, 20 Februari 2024

melihat penampilannya yang rapi, cantik, wangi, bersih juga hatinya, *attitudenya*, sopan santunnya juga bagus.²¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa dalam konsep *appearance*/penampilan Bank Muamalat KCP Ponorogo sudah sesuai, penampilan pegawai sudah sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP), yang pertama penampilan fisik terdiri dari penggunaan *name tag* yang jelas, penggunaan hijab yang sesuai aturan dan penggunaan kaos kaki warna hitam sedangkan penampilan non fisik terdiri dari keramahan dan kehangatan dalam melayani nasabah kemudian sopan santun saat melayani nasabah.

Berdasarkan kedua hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam konsep *appearance*/penampilan menurut *customer service* Mbak Millenia Ayu Nuraini dengan berpenampilan yang sopan ketika melayani nasabah. Sedangkan menurut *teller* Ibu Erli Nuryana menerapkan penampilan secara fisik dan tindakan.

- d. Penerapan *Attention*/perhatian dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.

Berdasarkan wawancara tentang penerapan *attention*/perhatian dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo. Dilakukan

²¹ Erli Nuryana, *Wawancara*, 05 Maret 2024

oleh peneliti terhadap *customer service* Bank Muamalat KCP

Ponorogo Mbak Millenia Ayu Nuraini:

Kalau di *customer service* seringkali untuk pertanyaan tentang angsuran ya jadi menanyakan seperti kurang berapa angsurannya, kemudian kalau nanti minta pelunasan dipercepat sebelum jatuh tempo itu nanti berapa kayak terkait tentang kalau kepedulian nanti kita sampaikan kalau angsurannya nasabah kurang sekian gini, nanti kalau untuk prosedurnya ya kita sampaikan aja kalau nanti prosedur pengajuan dipercepat atau pelunasan dipercepat prosedurnya itu tetep ngisi formulir terlebih dahulu kemudian nanti nasabah bisa. Jadi di Bank Muamalat untuk pengajuan KPR atau pelunasan KPR itu harus nasabahnya sendiri dan itu ndak bisa ke cabang itu harus ke Muamalat pusatnya langsung, jadi kita sampaikan apa adanya sambil ditanya-tanya diajak ngobrol kayak gitu.²²

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa penerapan *attention*/perhatian ketika nasabah menanyakan tentang sisa angsuran atau ingin melakukan pelunasan dipercepat, pihak bank menjelaskan dengan sabar dan detail. Memastikan untuk memberikan informasi yang lengkap mengenai jumlah yang masih harus dibayar dan bagaimana proses untuk melakukan pelunasan tersebut. Selama berinteraksi dengan nasabah mencoba menjalin komunikasi yang lebih pribadi untuk membangun hubungan yang baik. mengajak nasabah ngobrol tidak hanya tentang keperluan administratif tetapi juga secara umum, yang dapat membuat nasabah merasa lebih nyaman dan percaya dengan layanan bank.

Menurut *Teller* Bank Muamalat KCP Ponorogo Ibu Erli Nuryana:

²² Millenia Ayu Nuraini, *Wawancara*, 05 Maret 2024

Sebisa mungkin kita memberikan perhatian yang lebih misalnya menyebut nama nasabah, menanyakan kabar, menanyakan dimana alamatnya atau pada saat *greeting* penutup kita ucapkan terima kasih atas transaksinya di Bank Muamalat memberikan doa selamat sampai tujuan jadi kita harus bisa memberikan kesan bahwa mereka itu bukan hanya rekan bisnis atau bukan antara *customer* dan perbankan tapi seperti keluarga, jadi harapannya nanti nasabah yang datang kesini itu punya keinginan untuk kembali lagi bertransaksi di Muamalat. Kepedulian itu erat hubungannya dengan bagaimana kita itu mengerti kebutuhannya nasabah jadi kenapa setiap hari setiap kali ada nasabah yang datang ke Muamalat, contoh ini *teller* ya kita selalu *greetingnya* ini *Assalamualaikum* bapak dengan Erli ada yang bisa dibantu otomatis nasabah akan mengeluarkan atau menyampaikan tujuan dan maksud ke Bank Muamalat, dari situ baru kita akan merespon dengan baik. Kalau seumpama kita dengan hangat, kita *responsive*, menanya nasabah dengan menggali kebutuhannya gitukan nasabah kayak aku dipedulikan nih, jadi nasabah biar mau kembali lagi ke Muamalat dan yang terpenting untuk tidak berfikir untuk mendua di toko sebelah.²³

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa dalam konsep *attention*/perhatian dengan menyebut nama nasabah, menanyakan kabar dan memperhatikan kebutuhan nasabah.

Berdasarkan kedua hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam konsep *attention*/perhatian Bank Muamalat KCP Ponorogo menurut *Customer Service* Mbak Millenia Ayu Nuraini dengan menjawab pertanyaan nasabah dengan jelas dan sabar. Sedangkan menurut *teller* Ibu Erli Nuryana dengan memberikan hubungan kedekatan dengan nasabah seperti menanyakan kabar nasabah, menyebut nama nasabah dan memberikan doa selamat ketika nasabah sudah melakukan transaksi.

²³ Erli Nuryana, *Wawancara*, 20 Februari 2024

- e. Penerapan *Action*/tindakan dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo

Menurut pihak Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam *action*/tindakan direalisasikan dengan menyimpulkan kebutuhan nasabah dan mewujudkan kebutuhan nasabah. Berdasarkan wawancara tentang penerapan *action*/tindakan dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo. Dilakukan oleh peneliti terhadap *Teller* Bank Muamalat KCP Ponorogo Ibu Erli Nuryana:

Dalam melayani nasabah kita harus sigap, cepat, tanggap, dan hangat. Sigap dan cepat itu terhadap keluhan nasabah, tanggap itu tanpa nasabah menjelaskan dengan rinci keinginan atau kebutuhan dari nasabah kita sudah bisa memberikan saran untuk solusi terbaik, hangat itu hubungan antara kita dengan nasabah. Jadi tindakan itu menggali kebutuhan nasabah terus kita memberikan respon setelah memberikan respon kemudian memberikan solusi sampai kebutuhan nasabah itu terpenuhi.²⁴

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa penerapan *action*/tindakan dengan melayani keluhan nasabah dengan sigap, cepat, tanggap, dan hangat

Menurut *Relationship Manager Financing* Bank Muamalat KCP Ponorogo Bapak Fadhil Wafa:

Kita layani dengan sepenuh hati, kita layani dengan berbagai informasi yang luar biasa kepada nasabah ujung-ujungnya ukuran nasabah itu yang pertama *service excellent*, kemudian *price* yang menarik, *benefit* yang menarik juga, nasabah yang tertarik itu dimanjakan dengan beberapa cara untuk KPR *pricenya* yang murah daripada bank-bank lain kemudian mudah dalam pelayanan dan persyaratannya juga dipermudah.

²⁴ Erli Nuryana, *Wawancara*, 20 Februari 2024

Sedangkan proses pengajuan KPR itu cenderung agak lama di kita maksimal empat belas hari kerja, kemudian di persyaratan dokumen kadang nasabah malas untuk melengkapi dokumen sehingga pembiayaan tidak jadi cair.²⁵

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa penerapan *action/tindakan* dengan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah.

Berdasarkan kedua hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam konsep *action/tindakan* Bank Muamalat KCP Ponorogo menurut *teller* Ibu Erli Nuryana dalam menangani keluhan nasabah dengan sikap yang sigap, cepat, tanggap dan hangat. Sedangkan menurut *relationship manager financing* Bapak Fadhil Wafa dengan memberikan pelayanan yang baik.

- f. Penerapan *Accountability/pertanggungjawaban* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.

Menurut pihak Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam *accountability/pertanggungjawaban* direalisasikan meliputi meningkatkan kualitas layanan dan meminimalkan ketidakpuasan nasabah. Berdasarkan wawancara tentang penerapan *accountability/pertanggungjawaban* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo. Dilakukan oleh peneliti terhadap *Teller* Bank Muamalat KCP Ponorogo Ibu Erli Nuryana:

²⁵ Bapak Fadhil Wafa, *Wawancara*, 20 Februari 2024.

Kalau keluhan nasabah itu biasanya nanti kita lihat keluhannya itu apa, kita menggali kebutuhan nasabah nanti dilihat dulu keluhannya seperti apa terus biasanya mengisi lembar formulir keluhan jadi disitu nanti nasabah mengisi biodata dan mengisikan apa keluhannya. Sebagai petugas perbankan dimana yang menjual jasa pelayanan sebisa mungkin harus bisa memenuhi kebutuhan nasabah, apa yang nasabah inginkan, apa nasabah yang dikeluhkan kita harus memberikan solusi dan jalan keluar terbaik agar nasabah sampai merasa puas. Yang dinamakan peduli bukan melulu terhadap kewajiban yang harus kita jalankan kepada nasabah tapi bagaimana kita bisa merespon masalah nasabah diluar pekerjaan bukan masalah pribadi ya misal hari libur hari Sabtu tapi nasabah ada masalah, kalau ada nasabah yang mengalami masalah kayak gitu nggak mungkin kita jawab gak tau bu mungkin nanti hari Senin ke kantor lagi ini saya masih libur bu kan gak mungkin gitu kan juga pasti oh iya bu ada yang bisa dibantu gimana oh iya bu coba nanti ditunggu dulu dua puluh jam kalau misal belum kembali bisa menghubungi SalaMuamalat ya di 1500016, nanti kalau seumpama disitu belum menemukan jawaban juga nanti barang kali besok senin bisa ke kantor bu kita bantu untuk penanganan masalahnya. Jadi bagaimana kita tulus dalam melayani nasabah dalam waktu kapanpun dan dimanapun.²⁶

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa penerapan *accountability*/pertanggungjawaban dengan mendengarkan dan merespon keluhan nasabah di luar jam kerja normal, menindaklanjuti keluhan nasabah secepat mungkin, apabila masalah tidak dapat diselesaikan segera maka memberikan perkiraan waktu dan *update* secara berkala.

Hal serupa juga dikemukakan *Relationship Manager Financing* oleh Bapak Fadhil Wafa:

Selagi keluhannya ringan langsung ditangani, apabila keluhannya berat harus melibatkan *leader* kita akan *menghandle*

²⁶ Erli Nuryana, *Wawancara*, 20 Februari 2024

empat belas hari kerja paling lama ya atau biasanya kalau sudah selesai kita beri informasi.²⁷

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa penerapan *accountability*/pertanggungjawaban dengan menangani keluhan nasabah dengan cepat apabila keluhannya berat maka akan ditangani maksimal selama empat belas hari.

Berdasarkan kedua hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam konsep *accountability*/pertanggungjawaban Bank Muamalat KCP Ponorogo menurut teller Ibu Erli Nuryana dengan menangani keluhan nasabah dihari libur. Sedangkan menurut *relationship manager financing* Bapak Fadhil Wafa dalam menangani keluhan nasabah dengan cepat.

2. Faktor pendukung dan penghambat strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo

- a. Adapun faktor pendukung dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo yaitu:

Berdasarkan wawancara tentang faktor pendukung dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo dengan *Customer Service* Mbak Millenia Ayu Nuraini:

²⁷ Fadhil Wafa, Wawancara, 20 Februari 2024

Faktor pendukungnya kalau KPR kita ada brosur, kemudian nanti kita *share* di wa dan di *instagramnya* Muamalat juga ada jadi kita *share* melalui online mengenai manfaat produknya, produk KPR itu memiliki kualitas bagus menurut saya kan sekarang apa-apa mahal kalau kita nabung-nabung terus tergerus *inflasi* jadi kalau ada pembiayaan seenggaknya kita sudah DP diawal kita sudah bisa bawa rumah nanti sambil nunggu rumahnya jadi nasabah bisa sambil nyicil dan sambil usaha yang lainnya, kalau kita nabung-nabung terus nanti keburu harga-harga bangunan juga naik harga tanah juga naik jadinya kita kayak investasi uang itu jarang karena keburu *inflasi* juga.²⁸

Berdasarkan wawancara tentang faktor pendukung dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo dengan *Relationship Manager Financing* Bapak Fadhil Wafa:

Faktor yang mendukung untuk yaitu media iklan atau promosi, sekarang kita mulai proses media iklan di ignya Muamalat kemudian memperbanyak penyebaran brosur setiap Sabtu atau Minggu menyebar brosur keperumahan-perumahan kita memberikan informasi kenasabah atau ke calon *customer*. Terus yang paling mendukung itu faktor keberhasilan yaitu adanya *testimoni customer* yang sudah sukses kita biyai maka dia akan cerita kesesama temennya yang punya hutang di bank lain maka dia akan mereferensikan ketemennya pindahlah ke Muamalat harganya ringan dan persyaratannya mudah. Kemudian kalau di Muamalat produk KPRnya cenderung lebih murah dari perbankan yang lain, jadi angsurannya lebih murah tapi terkedang kecepatan prosesnya pengajuan pembiayaan KPR agak lama di kita.²⁹

Berdasarkan wawancara tentang faktor pendukung dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo dengan *Teller* Ibu Erli Nuryana:

Mood, mau gimanapun kondisi hati dan perasaan kita sebisa mungkin moodnya dijaga, walaupun aslinya tengah menghadapi

²⁸ Millenia Ayu Nuraini, *Wawancara*, 05 Maret 2024

²⁹ Fadhil Wafa, *Wawancara*, 20 Februari 2024

permasalahan pribadi tapi kita harus berusaha mengontrol itu semua dengan berkata misal aku miliknya Muamalat harus bisa ngasih yang terbaik untuk nasabah, karena sebagai bagian dari tim Muamalat, kita memiliki tanggung jawab untuk memberikan yang terbaik bagi nasabah. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk selalu berusaha memberikan pelayanan dengan senyum, keramahan, dan kesabaran.³⁰

Berdasarkan pemaparan data diatas menurut *Customer Service* Mbak Millenia Ayu Nuraini dapat diketahui bahwa faktor pendukung dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu menggunakan iklan yang bisa dibagikan melalui *WhatsApp* dan *Instagram* untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Hal ini memudahkan calon nasabah untuk memperoleh informasi tentang produk KPR, sekaligus meningkatkan kesadaran dan minat terhadap produk tersebut. Sedangkan menurut *relationship manager financing* Bapak Fadhil Wafa dapat diketahui bahwa faktor pendukung dalam meningkatkan jumlah nasabah dengan melakukan penyebaran brosur dan memanfaatkan *testimoni* dari nasabah yang sudah melakukan pembiayaan KPR. Kemudian menurut *teller* Ibu Erli Nuryana bahwa faktor emosional memiliki hal penting dalam meningkatkan jumlah nasabah jadi karyawan bank harus bisa mengontrol emosi dalam keadaan apapun dan harus sabar dalam melayani nasabah.

- b. Adapun faktor penghambat dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo yaitu:

³⁰ Erli Nuryana, *Wawancara*, 05 Maret 2024

Adapun faktor penghambat dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo berdasarkan wawancara dengan *Relationship Manager Financing* Bapak Fadhil Wafa:

Kendalanya banyak nasabah itu tidak gampang untuk kita tawari produk KPR kita merayu nasabah itu tidak gampang, penolakan juga sering terjadi. Produk kita jual orang hutang itu prinsipnya dinilainya, nilainya rendah atau tinggi, kecenderungan orang mau itu adalah harganya murah kemudian prosesnya mudah, persyaratannya mudah, dan tanpa jaminan. Sedangkan di produk KPR itu persyaratannya banyak harus melengkapi data.³¹

Berdasarkan wawancara tentang faktor penghambat dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo dengan Customer Service Mbak Millenia Ayu Nuraini:

Faktor penghambatnya yang pertama ya saingan dengan bank lain kan memang apa-apa saingan ya kalau di dunia bisnis, kemudian yang kedua itu mungkin terkait sama harganya nasabah pengennya tinggi terus nggak sinkron sama pendapatannya sehingga mengaruhi acc nggaknya, kemudian ada BI *checking* biasanya jadi nasabahnya di bank lain itu terkena dia kredit tapi kreditnya macet jadi itu akan memperlambat juga, kemudian kalau di sosmed itu mungkin dia skip-skip aja nggak terlalu memperhatikan tapi kita tetep upload terus bagaimana produknya, fiturnya, promonya kemudian keuntungan marginnya.³²

Berdasarkan hasil wawancara dengan *relationship manager financing* faktor penghambat dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu penolakan ketika nasabah ditawarkan produk KPR. Sedangkan menurut *customer service* faktor penghambatnya yaitu persaingan

³¹ Fadhil Wafa, *Wawancara*, 20 Februari 2024

³² Millenia Ayu Nuraini, *Wawancara*, 05 Maret 2024

bisnis, nasabah tidak memperhatikan iklan yang dibagikan kemudian adanya BI *checking*.

3. Dampak strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.

Dampak dari strategi Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Produk KPR iB Muamalat, berdasarkan wawancara dengan *customer service* yaitu Mbak Millenia Ayu Nuraini:

Dampaknya iya ada, misalnya kalian ke bank gitu rata-rata mbak *customer servicenya* biasa aja kayak kan beda sama yang ramah ketika membicarakan produk dengan nasabah seperti antusias yang berbeda, penuh dengan rasa percaya diri, *feelnya* juga akan berbeda. Jadi kalau kita misalnya *frontlinernya* dalam berinteraksi dengan nasabah biasa saja maka nasabah akan biasa aja, jadi *customer service* harus lebih berantusias dan ramah dalam berhadapan dengan nasabah sehingga akan meningkatkan kepercayaan nasabah.³³

Berdasarkan wawancara tentang dampak strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo dengan *Teller* yaitu Ibu Erli Nuryana:

Dampak untuk bank, nasabah akan tertarik kepada produk atau jasa yang ditawarkan jadi saat nasabah sudah merasa kita seperti keluarga, dan kita bisa memenuhi kebutuhan mereka itu mereka akan fokusnya ke Muamalat jadi lalu lintas keuangan mereka pasti di Muamalat baik lalu lintas keuangan bisnis, rumah tangga, ataupun secara personal mereka sendiri pasti nyaman di Muamalat. Dengan adanya nasabah yang meningkat otomatis meningkatkan *asset* kita, *profit* kita, pendapatan kita. Dampak untuk nasabah diberikan kemudahan pelayanan, ketulusan jadi mereka otomatis senang dan loyal juga kekita, kebutuhan pokok atau dasar manusia itu adalah tempat tinggal, makan dan pakaian. Kalau makan sama pakaian itu kan bisa kita pending kapan saja karena nominal uangnya kecil maksudnya kalau dinamakan kecil besar itu tergantung kita yang

³³ Millenia Ayu Nuraini, *Wawancara*, 20 Februari 2024

menyesuaikan kemampuan, tapi kalau rumah kalau kita tidak punya dana yang banyak diawal mau beli langsung nggak bisa kalau kitapun punya tanah mau bangun juga mahal jadi untuk mendapatkan hunian itu pasti membutuhkan dana yang besar sedangkan kalau kita nunggu dana itu terkumpul banyak nanti tau-tau pas dana itu terkumpul rumah sudah mahal, bahan bangunan sudah mahal dengan adanya KPR otomatis membantu nasabah mendapatkan hunian lebih cepat walaupun cara pembayarannya secara mengangsur dibeberepa tahun. Terus dari segi kita sendiri kita akan memperbanyak kenalan atau mungkin kita butuh sesuatu seumpama punya nasabah catering usahanya terus kita mau punya acara nanti bisa pesan *catering* disana.³⁴

Dari data hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan menurut pihak *Teller* penerapan strategi bank memiliki dampak bagi bank sendiri dalam hal *profitabilitas*, bagi nasabah dalam hal kemudahan akses ke layanan keuangan yang mereka butuhkan, dan dampak terhadap pegawai banknya yaitu menjalin hubungan yang baik dengan nasabah akan menciptakan hubungan saling menguntungkan.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Fadhil Wafa selaku *Relationship Manager Financing* di Bank Muamalat KCP Ponorogo:

Kalau saat ini belum terasa ya karena baru menanam karena lama tidak ada *pembiayaan* baru *launching* bulan Oktober dan ada penambahan jumlah nasabah sebanyak dua nasabah baru, kalau strategi prima itu betul-betul dijalankan dampaknya banyak untuk produk KPR, yang bagian dari pelayanan kita sampaikan di masyarakat, kita akan membuka banyak pengajuan KPR.³⁵

Dari data hasil wawancara tersebut dapat diketahui dari pihak *customer service* Bank Muamalat KCP Ponorogo bahwa penerapan strategi pelayanan prima yang di antaranya *ability/kemampuan*, *attitude/sikap*, *appearance/penampilan*, *attention/perhatian*,

³⁴ Erli Nuryana, *Wawancara*, 05 Maret 2024

³⁵ Fadhil Wafa, *Wawancara*, 20 Februari 2024

action/tindakan, *accountability/pertanggungjawaban* memiliki dampak positif kepada nasabah dengan adanya strategi pelayanan prima nasabah merasa diberikan perhatian yang lebih, merasa dihargai, dan kemampuan pihak bank dalam menyampaikan informasi tentang produk yang jelas dan secara rinci bisa meningkatkan kepuasan nasabah.

Dari data hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan menurut pihak *teller* Ibu Erli Nuryana dengan adanya pelayanan prima memiliki dampak yang pertama bagi bank akan mendapatkan pendapatan yang meningkat, kemudian bagi nasabah dapat membeli atau membangun rumah lebih cepat dengan cara melakukan angsuran, dan bagi karyawan memiliki banyak kenalan.

Dari data hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan menurut pihak *relationship manager financing* Bank Muamalat KCP Ponorogo belum terasa sepenuhnya karena masih dalam tahap awal apabila menjalankan strategi pelayanan prima secara konsisten, akan membawa dampak peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengajuan .

BAB IV
ANALISIS DATA
(STRATEGI BANK DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
PRODUK KPR iB MUAMALAT)

A. Analisis strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.

Berdasarkan pemaparan data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk KPR iB Muamalat dengan menggunakan strategi pelayanan prima yang terdiri dari beberapa komponen yaitu *ability/kemampuan*, *attitude/sikap*, *appearance/penampilan*, *attention/perhatian*, *action/tindakan*, *accountability/pertanggungjawaban*. Strategi tersebut belum sepenuhnya dijalankan di Bank Muamalat KCP Ponorogo karena lama tidak ada pembiayaan. Penjelasan dari komponen tersebut yaitu:

- 1) Analisis *Ability/Kemampuan* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.

Berdasarkan pemaparan data hasil wawancara dapat dianalisa bahwa penerapan *ability/kemampuan* karyawan sudah baik dalam melayani nasabah dan melaksanakan komunikasi yang efektif. Menurut M Nur Rianto Al-Arif *ability* diartikan pengetahuan dan keterampilan yang mutlak diperlukan untuk mendukung berjalannya pelayanan prima.¹

¹ M Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 215.

Dari teori tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa penerapan *ability* pegawai bank harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik serta pengetahuan produk yang mendalam jadi apabila memberikan informasi bisa jelas dan rinci sehingga nasabah dapat memahami apa yang disampaikan, hal tersebut akan dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Berdasarkan pemaparan data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa penerapan *ability*/kemampuan pegawai Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam meningkatkan jumlah nasabah KPR iB Muamalat sesuai dengan pemaparan teori. Pegawai bank dalam melayani nasabah menggunakan intonasi yang tepat sehingga dalam menyampaikan informasi lebih efektif, pengucapan yang jelas dan tepat dapat memastikan bahwa informasi yang disampaikan dengan baik dan mudah dimengerti oleh nasabah. Kesalahan dalam pengucapan dapat mengakibatkan kebingungan dan kesalahpahaman, sehingga penting untuk memastikan bahwa kata-kata diucapkan dengan benar, kemudian memberikan antusias yang berbeda kemudian menjelaskan produk dengan detail dan jelas, *ability* memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan jumlah nasabah oleh karena itu Bank Muamalat KCP Ponorogo harus bisa menjaga dan meningkatkan kualitas *ability*/kemampuan.

- 2) Analisis penerapan *Attitude*/Sikap dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo

Menurut M Nur Rianto Al-Arif *attitude/sikap* yaitu perilaku sikap dan tingkah laku yang harus ditonjolkan oleh pegawai ketika menghadapi pelanggan.² Seperti pegawai yang berposisi pada bagian *customer service* dan *teller*, bagian pelayanan terdepan harus mampu melayani nasabah dengan ramah, dan selalu memberikan senyuman. Penerapan *attitude/sikap* Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam meningkatkan jumlah nasabah KPR iB Muamalat sudah cukup baik dilihat dari bentuk pelayanan yang diberikan pada bagian *customer service* dan *teller* pada saat melayani bisa menjaga kesopanan dalam berkomunikasi dengan nasabah, menampilkan sikap yang hangat dan ramah, seperti senyum, sapaan hangat, kemudian badan membungkuk sedikit saat nasabah datang mengucapkan salam dan terima kasih dengan kedua tangan dirapatkan adalah tindakan yang menunjukkan rasa hormat terhadap nasabah. Ini menciptakan kesan bahwa nasabah dihargai dan dianggap penting oleh pegawai bank, sikap ini dapat membuat nasabah merasa diterima dengan baik dan dihargai.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penerapan *attitude/sikap* pada Bank Muamalat KCP Ponorogo sudah baik dalam meningkatkan jumlah nasabah, yang dibuktikan dengan pegawai bank mampu memberikan tingkah laku yang ramah dan sopan seperti menyambut nasabah dengan senyuman dan menyapa mereka dengan hangat.

² M Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 216.

3) Analisis penerapan *Appearance*/Penampilan dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo

Menurut M Nur Rianto Al-Arif *appearance*/penampilan yaitu Penampilan seorang pegawai bank baik yang bersifat fisik maupun non fisik harus mencerminkan rasa kepercayaan diri yang tinggi dan kredibilitas perusahaan oleh konsumen.³ Berdasarkan pemaparan data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa *appearance*/penampilan yang diterapkan di Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam meningkatkan jumlah nasabah KPR iB Muamalat sudah sesuai dengan teori yang menerapkan penampilan fisik maupun non fisik. Penampilan fisik yaitu pegawai di Bank Muamalat KCP Ponorogo diwajibkan mengenakan seragam yang telah ditetapkan, sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, harus menggunakan *name tag* yang terpasang dengan jelas dan mudah terbaca oleh nasabah, Bagi *frontliner* perempuan, penggunaan hijab harus sesuai dengan SOP penampilan yang telah ditetapkan hal ini menekankan pentingnya tampilan yang sopan dan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang dianut oleh Bank Muamalat, kemudian penggunaan kaos kaki berwarna hitam menjadi bagian dari SOP penampilan yang ada di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

Kemudian untuk penampilan non fisiknya yaitu *frontliner* di Bank Muamalat KCP Ponorogo diharapkan memiliki perilaku yang ramah saat melayani nasabah seperti senyum yang tulus dan memiliki

³ Ibid., 216.

sopan santun dan etika yang baik dalam berinteraksi dengan nasabah. Berdasarkan analisis data diatas dapat diketahui bahwa *appearance*/penampilan yang diterapkan di Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam meningkatkan jumlah nasabah KPR iB Muamalat telah sesuai dengan teori.

- 4) Analisis penerapan *Attention*/Perhatian dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo

Menurut M Nur Rianto Al-Arif *attention*/perhatian yaitu karyawan harus mampu memberikan kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya. Berdasarkan pemaparan data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Bank Muamalat KCP Ponorogo mengartikan kepedulian penuh itu dengan memberikan perhatian yang lebih kepada nasabahnya dengan menyebut nama nasabah dan menanyakan kabar mereka, bank menunjukkan bahwa mereka memperhatikan nasabah dan menghargai keberadaan nasabah, kemudian memberikan ucapan selamat dan doa, bank menciptakan kesan kedekatan dan keakraban dengan nasabah hal ini berupaya untuk memahami kebutuhan dan keinginan nasabah dengan memberikan perhatian penuh terhadap kebutuhan nasabah, bank dapat membangun hubungan yang berkelanjutan dengan nasabah dan dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Berdasarkan analisis data diatas dapat diketahui bahwa *attention/perhatian* yang diterapkan di Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam meningkatkan jumlah nasabah KPR iB Muamalat telah sesuai dengan teori. Hal ini merupakan strategi yang tepat dalam membangun hubungan yang kuat dengan nasabah.

- 5) Analisis penerapan *Action/Tindakan* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.

Menurut M Nur Rianto Al-Arif *action/tindakan* adalah karyawan harus mampu memberikan berbagai kegiatan nyata yang harus diberikan dalam memberikan pelayanan prima kepada konsumen.⁴ Berdasarkan pemaparan data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa dalam meningkatkan jumlah nasabah KPR iB Muamalat dengan sigap dan cepat menanggapi keluhan nasabah, bank dapat menunjukkan bahwa mereka menghargai waktu dan kebutuhan nasabah. Kemampuan untuk tanggap terhadap kebutuhan atau keinginan nasabah tanpa perlu menjelaskannya secara rinci merupakan salah satu bentuk tindakan positif pegawai bank kepada nasabah.

Berdasarkan analisis data diatas dapat diketahui bahwa *action/tindakan* yang diterapkan di Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam meningkatkan jumlah nasabah KPR iB Muamalat sudah sesuai dengan teori. Mampu menjelaskan dan menyimpulkan kebutuhan nasabah melalui pendekatan yang sigap, cepat, tanggap, dan hangat

⁴ Ibid., 216.

dalam melayani nasabah, bank dapat membangun hubungan yang kuat dan saling menguntungkan dengan nasabah. Hal ini dapat membantu meningkatkan jumlah nasabah.

- 6) Analisis penerapan *Accountability*/Pertanggungjawaban dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo

Menurut M Nur Rianto Al-Arif

accountability/pertanggungjawaban yaitu suatu sikap keberpihakan kepada nasabah sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.⁵ Berdasarkan pemaparan data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa dalam meningkatkan jumlah nasabah KPR iB Muamalat apabila nasabah menyampaikan keluhan atau masalah, pihak bank untuk bertanggung jawab dan memberikan respon yang cepat dan efektif. Setelah memahami keluhan nasabah kemudian pegawai Bank Muamalat KCP Ponorogo kemudian memberikan solusi yang sesuai dengan apa yang dikeluhkan nasabah apabila masalah yang di keluhkan nasabah dianggap ringan atau sederhana dapat langsung ditangani oleh pegawai bank pada saat itu juga maka pegawai bank akan berusaha menyelesaikan keluhan dengan cepat untuk meminimalkan ketidakpuasan nasabah. Apabila keluhan nasabah yang memerlukan keterlibatan pimpinan atau penanganan yang lebih mendalam, Bank Muamalat KCP Ponorogo menetapkan batas waktu

⁵ Ibid., 216.

penyelesaian selama empat belas hari kerja paling lama. Kemudian apabila ada nasabah yang mengalami keluhan diluar pekerjaan atau di hari libur pihak Bank Muamalat KCP Ponorogo tetap memberikan respon kepada nasabah memberikan solusi yang cepat dan efektif sesuai dengan keluhan nasabah.

Berdasarkan analisis data diatas dapat diketahui bahwa *accountability*/pertanggungjawaban yang diterapkan di Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam meningkatkan jumlah nasabah KPR iB Muamalat telah sesuai dengan teori. Hal tersebut dapat memperkuat hubungan dengan nasabah, meningkatkan kepuasan nasabah, dan akhirnya, meningkatkan jumlah nasabah terhadap Bank Muamalat KCP Ponorogo khususnya nasabah produk KPR iB Muamalat.

B. Analisis faktor pendukung dan penghambat strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.

- 1) Adapun faktor pendukung dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo berdasarkan pemaparan data yaitu:

Dengan menggunakan media iklan yang memberikan informasi mengenai manfaat produk serta keunggulan yang dimiliki dari produk KPR iB Muamalat. Iklan dirancang untuk menarik perhatian calon nasabah baru dan menimbulkan minat pada produk dan layanan perbankan yang ditawarkan oleh bank. Berdasarkan hasil wawancara

dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada faktor kualitas produk yaitu dengan menggunakan media iklan yang terdiri dari media *offline* dan juga menggunakan media *online*. Media *offline* seperti penyebaran brosur setiap Sabtu atau Minggu menyebar brosur keperumahan-perumahan untuk memberikan informasi kenasabah atau ke calon *customer*.

Sedangkan media *online* melalui *website* dari *instagramnya* Muamalat dengan mengupload informasi mengenai produk seperti bagaimana produknya, fiturnya, promonya kemudian keuntungan marginnya. Dengan menggunakan media online, seperti *instagram* dapat mempermudah bagi calon nasabah untuk mendapatkan informasi tentang produk dan layanan perbankan yang ditawarkan. Nasabah dapat mengakses informasi dengan mudah, hanya dengan menggunakan perangkat yang terhubung dengan internet. Melalui media *online*, dapat menyampaikan informasi mengenai produk perbankan dengan cara yang menarik dan kreatif, misalnya dengan menggunakan gambar, video, atau cerita yang menarik perhatian nasabah. Kemudian menjaga kualitas produk dengan menggunakan *testimoni* dari nasabah yang sudah sukses dalam melakukan pembiayaan KPR iB Muamalat. Nasabah yang sudah melakukan pembiayaan diminta untuk memberikan cerita mengenai pengalamannya setelah mendapatkan rumah impiannya. Jadi melakukan wawancara dengan nasabah untuk memperoleh cerita

tentang proses pengajuan KPR, pengalaman mereka selama pembiayaan KPR, manfaat yang mereka rasakan setelah mendapatkan rumah impian mereka, dan bagaimana KPR iB Muamalat telah membantu nasabah memperoleh rumah yang diinginkan.

Faktor pendukung berikutnya yaitu *mood*, dalam melayani nasabah harus dapat mengendalikan *mood* sehingga tetap terlihat positif dengan memberikan senyuman, keramahan, dan kesabaran. Sebagai karyawan Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam situasi apapun harus bisa memberikan yang terbaik. Kesabaran adalah kunci dalam memberikan pelayanan yang baik, nasabah mungkin memiliki berbagai kebutuhan dan masalah yang perlu diatasi, dan menghadapi situasi tersebut dengan sabar dapat membantu membangun kenyamanan nasabah.

2) Adapun faktor penghambat dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo yaitu:

a. Tidak mudah merayu nasabah untuk ditawari produk KPR

Hal ini diakibatkan karena kebutuhan setiap orang berbeda, produk KPR memiliki persyaratan yang cukup banyak, seperti uang muka yang besar, dokumen-dokumen yang dibutuhkan, dan penilaian kredit yang ketat. Hal ini membuat sebagian besar orang sulit untuk memenuhi syarat-syarat tersebut.

b. Penolakan juga sering terjadi

Karena produk KPR itu pembiayaan untuk mendapatkan hunian jadi apabila seseorang yang sudah memiliki hunian mungkin pembiayaan KPR tidak dibutuhkan atau memilih produk pembiayaan lain yang sesuai dengan yang dibutuhkan.

c. Keluhan dalam melengkapi data

Dalam mengajukan pembiayaan KPR, dalam pengajuan pembiayaan KPR membutuhkan persyaratan yang banyak untuk melengkapi data sehingga dapat membuat nasabah tidak tertarik untuk melanjutkan proses pengajuan pembiayaan. Kemudian apabila calon nasabah terdapat kredit macet di bank lain maka akan memperlambat pengajuan pembiayaan KPR.

d. Persaingan dengan bank lain

Dalam dunia bisnis pasti akan ada persaingan begitu juga pada perbankan bersaing dalam menawarkan produk-produk sehingga harus bisa memberikan produk yang memiliki keunggulan dari bank lain agar mampu bersaing di dunia bisnis.

C. Analisis dampak strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.

Jika dilihat dari strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo menggunakan strategi pelayanan prima. Berdasarkan pemaparan data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa strategi yang dilakukan oleh Bank Muamalat KCP

Ponorogo menggunakan konsep pelayanan prima yang meliputi *ability*/kemampuan, *attitude*/sikap, *appearance*/penampilan, *attention*/perhatian, *action*/tindakan, *accountability*/pertanggungjawaban.

1. Adapun dampak dari strategi bank dengan konsep pelayanan prima terhadap pembiayaan kredit kepemilikan rumah (KPR) yang dilakukan oleh Bank Muamalat KCP Ponorogo adalah sebagai berikut:

- a. Penerapan *ability*/kemampuan yang dimiliki karyawan bank dalam melakukan komunikasi yang baik dengan nasabah, memiliki kemampuan yang baik dalam menyampaikan informasi mengenai produk serta dalam berkomunikasi dengan nasabah memperhatikan sopan santunnya. Berdasarkan hal tersebut memberikan dampak yang baik bagi bank yaitu meningkatkan reputasi bank, kemampuan karyawan bank dalam menyampaikan informasi produk dengan baik juga dapat meningkatkan penjualan produk. Nasabah akan lebih tertarik untuk membeli produk atau layanan yang ditawarkan ketika mereka memahami dengan jelas manfaat dan keunggulannya.
- b. Penerapan *attitude*/sikap merupakan hal yang penting dalam melayani nasabah dengan menunjukkan sikap positif kepada nasabah akan menciptakan suasana yang ramah dan membuat nasabah nyaman. Berdasarkan pemaparan data penerapan *attitude*/sikap memiliki dampak positif yaitu mengakibatkan nasabah akan merasa lebih puas dengan layanan yang diberikan oleh bank sehingga dapat meningkatkan *asset* bank.

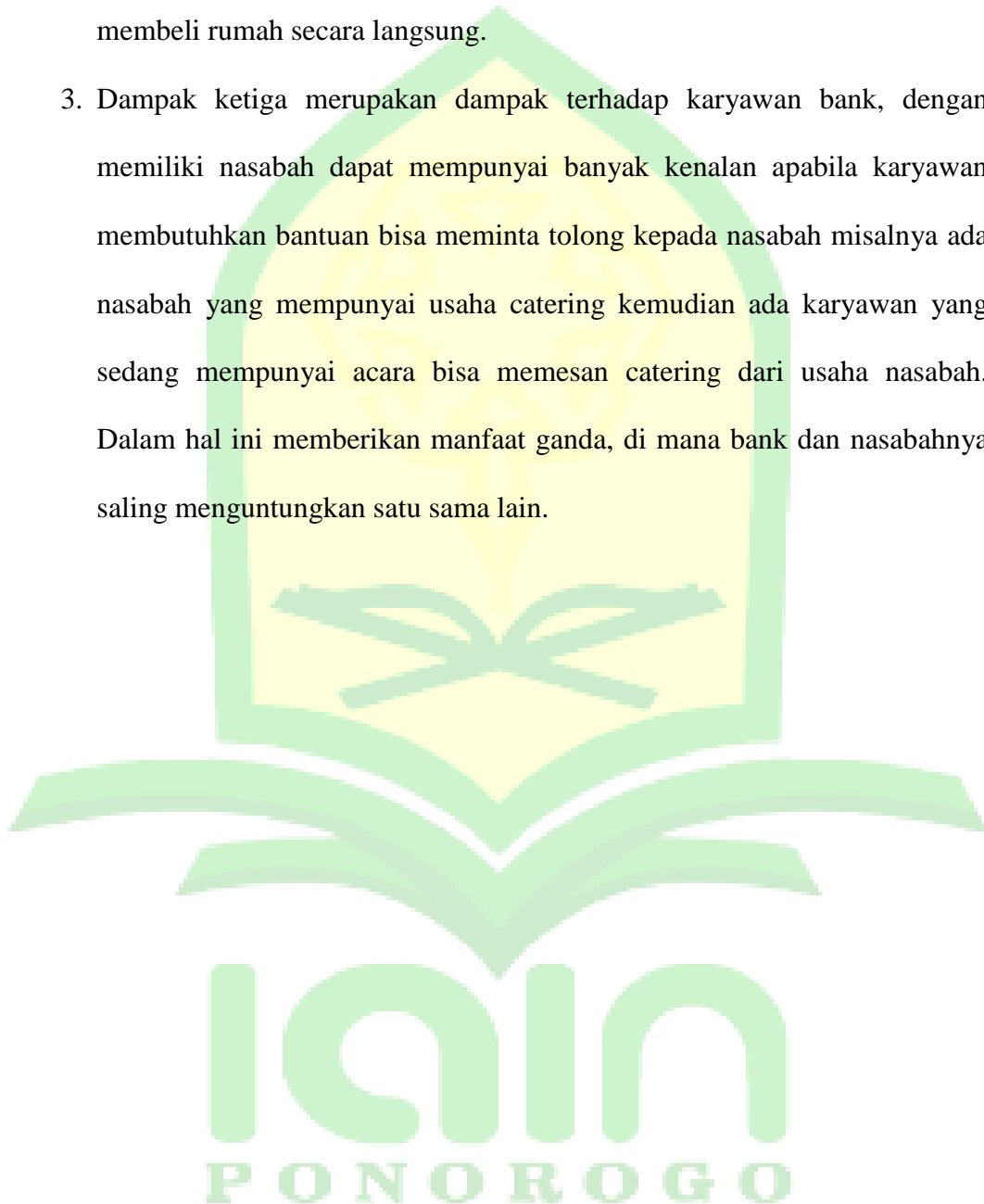
- c. Penerapan *appearance*/penampilan merupakan hal penting dalam meningkatkan jumlah nasabah, penampilan terdiri dari penampilan fisik dan non fisik. Berdasarkan data yang diperoleh Bank Muamalat KCP Ponorogo menerapkan penampilan fisik yang sesuai dengan SOP yaitu menggunakan *name tag*, bagi karyawan perempuan penggunaan hijab mencerminkan nilai-nilai syariah, serta penggunaan warna kaos kaki. Kemudian penampilan non fisiknya yaitu dalam melayani nasabah harus menunjukkan keramahan, kesopanan selain penampilan fisik yang baik karyawan juga harus memberikan sikap yang baik dalam berinteraksi dengan nasabah. Berdasarkan pemaparan data dapat disimpulkan bahwa penerapan *appearance*/penampilan secara maksimal berdampak positif yaitu tetapi dapat memperkuat reputasi bank sebagai lembaga keuangan berbasis syariah di mata nasabah.
- d. Penerapan *attention*/perhatian dengan memberikan kepedulian penuh dengan menyebut nama nasabah dan menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan dan keinginannya. Berdasarkan pemaparan data tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan *attention*/perhatian dapat membangun hubungan yang erat dan meningkatkan jumlah nasabah sehingga dapat menghasilkan keuntungan jangka panjang bagi bank.
- e. Penerapan *action*/tindakan berdasarkan penjelasan data tersebut dapat diketahui bahwa dalam penerapan *action*/tindakan harus

mampu menangani keluhan nasabah dengan sigap akan tetapi belum bisa memberikan tindakan mengenai persyaratan pengajuan pembiayaan KPR yang membutuhkan pelengkapan data yang banyak.

- f. Penerapan *accountability*/pertanggungjawaban yang dilakukan karyawan Bank Muamalat KCP Ponorogo bertanggungjawab atas kejadian diluar pekerjaan, misalnya ada nasabah yang mengalami masalah di hari libur maka karyawan masih merespon permasalahan yang dialami nasabah sehingga berdampak positif bagi nasabah hal tersebut mampu membuat nasabah merasa puas dengan perilaku pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank.

Berdasarkan keterangan data diatas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah KPR pada penerapan *ability*/kemampuan, *attitude*/sikap, *appearance*/penampilan, *attention*/perhatian, dan *accountability*/pertanggungjawaban sudah berhasil karena karyawan memberikan pelayanan yang baik, berdasarkan data yang diperoleh melalui pihak Bank Muamalat KCP Ponorogo bahwa setelah mengalami stagnan muncul kembali pembiayaan di bulan Oktober 2023 dan terdapat penambahan 2 nasabah pembiayaan KPR. Akan tetapi, belum sesuai dengan harapan diakibatkan karena bank sekarang dalam kondisi *new normal*, sejak adanya pandemi *covid* hampir semua perbankan memberhentikan pembiayaan termasuk di Bank Muamalat KCP Ponorogo

2. Dampak kedua merupakan dampak terhadap nasabah, dengan adanya pembiayaan KPR dapat membantu nasabah mendapatkan rumah lebih cepat daripada mereka harus menabung selama bertahun-tahun untuk membeli rumah secara langsung.
3. Dampak ketiga merupakan dampak terhadap karyawan bank, dengan memiliki nasabah dapat mempunyai banyak kenalan apabila karyawan membutuhkan bantuan bisa meminta tolong kepada nasabah misalnya ada nasabah yang mempunyai usaha catering kemudian ada karyawan yang sedang mempunyai acara bisa memesan catering dari usaha nasabah. Dalam hal ini memberikan manfaat ganda, di mana bank dan nasabahnya saling menguntungkan satu sama lain.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang peneliti lakukan mengenai permasalahan pada setiap rumusan masalah, yang telah dipaparkan pada halaman-halaman sebelumnya tentang strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi bank yang dilakukan oleh Bank Muamalat KCP Ponorogo menggunakan strategi pelayanan prima yang terdiri dari *ability/kemampuan*, *attitude/sikap*, *appearance/penampilan*, *attention/perhatian*, *action/tindakan*, *accountability/pertanggungjawaban*. Dalam memberikan pelayanan Bank Muamalat KCP Ponorogo telah memiliki kemampuan mengetahui informasi mengenai produk, pegawai bank sudah memberikan antusias yang berbeda kemudian menjelaskan produk dengan detail dan jelas, (*ability/kemampuan*), menjaga emosional, *gesture* tubuh, sikap yang hangat dan ramah, seperti senyum kepada nasabah (*attitude*), penampilan dari pegawai yang sesuai dengan standarnya dan penampilan dari kantor bank yang nyaman (*appearance/penampilan*), memberikan perhatian penuh terhadap kebutuhan nasabah (*attention/perhatian*), pegawai bank sigap dan cepat menanggapi keluhan nasabah (*action/tindakan*), pihak bank untuk

bertanggung jawab dan memberikan respon yang cepat dan efektif terhadap keluhan nasabah (*accountability*/pertanggungjawaban)

2. Faktor Pendukung dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo yaitu pertama faktor kualitas produk dengan menggunakan media iklan yang memberikan informasi tentang manfaat dan keunggulan produk KPR iB Muamalat, kemudian testimoni nasabah penggunaan testimoni dari nasabah yang telah berhasil dalam melakukan pembiayaan KPR iB Muamalat. Faktor pendukung kedua yaitu kualitas pelayanan yaitu memberikan pelayanan dengan baik kepada nasabah, menangani keluhan nasabah dengan sbar. Faktor pendukung ketiga yaitu emosional dengan *mood* yang baik dari karyawan Bank Muamalat KCP Ponorogo. Faktor Penghambat dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo yaitu tidak mudah untuk meyakinkan nasabah untuk memilih produk KPR iB Muamalat dan penolakan dan keluhan nasabah penolakan yang sering terjadi dan keluhan nasabah terkait dengan persyaratan yang banyak atau sulit dipenuhi dalam mengajukan pembiayaan KPR.
3. Dampak Positif dari Strategi Pelayanan Prima *Customer Service* Bank Muamalat KCP Ponorogo yaitu kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*) dan pertanggungjawaban (*accountability*) memiliki dampak positif terhadap

kepercayaan, kepuasan, dan meningkatkan jumlah nasabah, berdasarkan data yang diperoleh melalui pihak Bank Muamalat KCP Ponorogo bahwa setelah mengalami stagnan muncul kembali pembiayaan di bulan Oktober 2023 dan terdapat penambahan 2 nasabah pembiayaan KPR. Dampak kedua merupakan dampak terhadap nasabah, dengan adanya pembiayaan KPR dapat membantu nasabah mendapatkan rumah lebih cepat. Dampak ketiga merupakan dampak terhadap karyawan bank, dengan memiliki nasabah dapat mempunyai banyak kenalan

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini, maka peneliti memberikan saran atau rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi Bank Muamalat KCP Ponorogo perlu meningkatkan pelayanan prima dalam melayani nasabah untuk meningkatkan jumlah nasabah, serta meminimalisir faktor penghambat dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan KPR iB Muamalat KCP Ponorogo.
2. Bagi peneliti selanjutnya semoga penelitian ini dapat dijadikan literatur dalam penelitian selanjutnya dengan objek dan sudut pandang yang berbeda, sehingga dapat menambah pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Al- Quran, 99:8.
- Arif, M. Nur Rianto Al. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Aulia, Salma. "Strategi Bank Syariah Indonesia Kota Palopo dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah," *Journal of Institution and Sharia Finance*, Volume 4, Nomor 2, (2021), 97.
- Bank Muamalat Indonesia, "Visi dan Misi," dalam <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/visi-misi>, (diakses pada tanggal 24 Februari 2024, jam 19.26).
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media, 2014.
- Ekawati, Tia. "Analisis Penerapan Dimensi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Agen JNE Express Gajah Mada Di Solo." *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020), 93.
- Eliza, Zulfi Zakiyah, Syamsuddin, dan Versiandika Yudha Pratama. "Pengaruh Pelayanan Prima dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Pekalongan)." *Journal Of Sharia Finance and Banking*, Volume 3, Nomor 1, (2023), 85.
- Fahmi, Irham. *Manajemen Strategi*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Fauzi, Muhammad Ryan dan Kastawan Mandala. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan." *E-Jurnal Manajemen*, Volume 8, Nomor 11, (2019), 6758.
- Hardayani, Ricka. *Manajemen Pelayanan dalam Perspektif Islam*. Bogor: Bypass, 2023.
- Herawati, Nunuk dan Murni Sulistyowati. "Strategi Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Dengan Optimalisasi Kualitas Pelayanan,

Penangan Komplain Dan Fasilitas Teknologi Di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo,” *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, Volume 6, Nomor 2, (2019), 111.

Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.

Kasturiani, Rita. “Pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pt. Barokah Jaya Tour and Travel Madiun.” Skripsi. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018.

Kotler Philip. *Marketing Manajemen* Jakarta: Gramedia Pustaka, 1997.

Kurniawan, Danang. “Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah.” *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, Volume 3, Nomor 1, (2020), 65.

Kusumandika, Wahyu Arya. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Mudharabah Terhadap Loyalitas Anggota Baitut Tamwil Hidayatullah Amanah Kota Kudus.” *Skripsi* (Semarang: UN Walisongo, 2023), 59.

Laurena, Deby Julia. “Analisis Pelayanan Prima Dengan Konsep A6 Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi Negeri Di Surabaya.” *Skripsi* (Surabaya: Universitas Airlangga, 2015), 25.

Lubis, Arnida Wahyuni dan M. Sholeh Shahfithrah, “Strategi Bank BRI Syariah Dalam Menangani Kredit Bermasalah Di BRI Syariaiah KC. Medan,” *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, (2018), 6.

Mardiyah, Nafisatul. “Strategi Bmt Ugt Nusantara Kcp Jember Kota Dalam Mempertahankan Reputasi Dan Loyalitas Nasabah Di Masa Pandemi Covid-19,” *Skripsi* (Jember: IAIN Jember, 2021), 72-73.

Mariyani, dan Andarusni Alfansyur. “Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial.” *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, Volume 5, Nomor 2, (2020), 146-150.

Masturoh. “Strategi Pemasaran Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah Di Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ciputat Tangerang Selatan.” *Skripsi* (Jakarta: Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2019), 89.

- Maulida, Restu Fajar dan Nadia Roosmalita Sari. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Good Corporate Governance dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah." *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, Volume 3, Nomor 1, (2022), 39.
- Muhammad, Mukmin. *Manajemen Pelayanan Prima*. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Negara STIA Al-Gazali Barru., 2018
- Mukti, Muhammad Bayu. "Strategi Bank BRI Syariah KCP Ploso Jombang Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah," *Skripsi* (Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2023), 70.
- Nofitasari, Riza. "Strategi Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan (Studi Pada KSPPS BMT PETA Kediri)," *Skripsi* (Kediri: IAIN Kediri, 2023), 82.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Farida Nugrahani, 2014.
- Octavia, Ria. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung." *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Volume 13, Nomor 1, (2019), 39.
- Prasetyo, Iwan dan Tri Endang Yani. "Strategi Meningkatkan Loyalitas Dengan Pelayanan Prima, Customer Relationship Management Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Rumah Batik Danar Hadi Semarang)." *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, Volume 22, Nomor 1, (2020), 51.
- Primahayu, Amrul Hinung. " Penggunaan Logika Fuzzy Metode Mamdani Untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Pelayanan Tenaga Kependidikan Oleh Mahasiswa," *Jurnal Innovation and Future Technology (IFTECH)*, Volume 5, Nomor 1, (2023), 31-41.
- Rahmayanty, Nina. *Menejemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.
- Saipuloh, Ahya dan Surono. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hotel The Westin Jakarta." *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Volume 2, Nomor 9, (2023), 4453.
- Siregar, Irsan Andri. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan." *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, Volume 6, Nomor 2, (2018), 101.

- Siregar, Selamat. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan." *Jurnal Ilmiah Methonomi*, Volume 1 Nomor 2 (2015), 65.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabet cv, 2016.
- Susi, Susanti. "Penerapan Strategi Promosi Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bengkulu Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah," *Skripsi* (Bengkulu: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018), 20.
- Syarifah, Zulfatus. "Strategi BPRS Bina Finansia Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan Taharah (Tabungan Harian Mudharabah)." Tugas Akhir (Semarang: UIN Walisongo, 2022), 59.
- Wahab, Wirdayani. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru." *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* Volume 2, Nomor 1, (2017), 51.
- Zulkarnain, Rizal, HER Taufik, Agus David Ramdansyah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pt Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Volume 2, Nomor 1, (20

