

**PELAYANAN PRIMA DALAM UPAYA MENINGKATKAN  
LOYALITAS NASABAH PADA PRODUK *FUNDING*  
DI PT. BPRS BUANA MITRA PERWIRA**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto  
untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya

Oleh :

**DEVI IRAWATI  
NIM. 1522203007**

**IAIN PURWOKERTO**

**PROGRAM DIPLOMA III  
MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PURWOKERTO  
2018**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xviii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan penelitian.....	8
D. Manfaat penelitian.....	8
E. Metode Penelitian.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
<b>A. Kajian Teori</b> .....	<b>13</b>
1. Konsep Pelayanan prima.....	13
a. Pengertian Pelayanan Prima.....	13
b. Landasan Hukum.....	15
c. Karakteristik Pelayanan Prima .....	17
d. Faktor-Faktor Pelayanan Prima.....	18

2.	Loyalitas Nasabah/Pelanggan .....	20
a.	Pengertian Loyalitas .....	20
b.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan..	23
c.	Proses Pembentukan Loyalitas Pelanggan .....	24
d.	Menciptakan Dan Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.	26
3.	Produk <i>Funding</i> /Produk Penghimpunan Dana.....	26
a.	Pengertian Produk <i>Funding</i> .....	26
b.	Penghimpunan Dana Prinsip <i>Wadiah</i> .....	27
c.	Penghimpunan Dana Prinsip <i>Mudharabah</i> .....	30
<b>B.</b>	<b>Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>32</b>
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
<b>A.</b>	<b>Gambaran Umum BPRS Buana Mitra Perwira .....</b>	<b>36</b>
1.	Sejarah Singkat.....	36
2.	Visi dan Misi.....	37
3.	Motto.....	37
4.	Struktur Organisasi .....	38
<b>B.</b>	<b>Sistem Operasional dan Produk BPRS Buana Mitra Perwira..</b>	<b>52</b>
1.	Sistem Operasional .....	52
2.	Produk-produk BPRS Buana Mitra Perwira .....	53
<b>C.</b>	<b>Analisis Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk <i>Funding</i> di BPRS Buana Mitra Perwira</b>	<b>59</b>
<b>BAB IV PENUTUP</b>		
A.	Kesimpulan .....	69
B.	Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Penghimpunan Dana .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3.1 Prosentase Bonus Tabungan <i>Wadiah</i> .....	55
Tabel 3.2 Prosentase Bagi Hasil Tabungan <i>Mudharabah</i> . .....	56
Tabel 3.3 Prosentase Bagi Hasil Deposito <i>Mudharabah</i> .....	57
Tabel 3.4 Jumlah Nasabah Produk Penghimpunan Dana .....	67



IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Siklus Pembelian .....	24
Gambar 3.1 Struktur Organisasi BPRS Buana Mitra Perwira .....	38



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Contoh SOP Penampilan Karyawan BPRS Buana Mitra Perwira
- Lampiran 2 Kartu Contoh Tanda Tangan
- Lampiran 3 Slip Setoran dan Slip Penarikan
- Lampiran 4 Formulir Pembukaan Tabungan Wadiah
- Lampiran 5 Formulir Pembukaan Tabungan Mudharabah
- Lampiran 6 Formulir Pembukaan Deposito Mudharabah
- Lampiran 7 Perjanjian Tabungan Akad Wadiah
- Lampiran 8 Perjanjian Bagi Hasil Akad Mudharabah
- Lampiran 9 Brosur Produk Penghimpunan Dana BPRS Buana Mitra Perwira
- Lampiran 10 Tingkat Imbalan Bagi Hasil (EQR)
- Lampiran 11 Blangko Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 12 Sertifikat Praktek Kerja Lapangan (PKL)
- Lampiran 13 Blangko BTA dan PPI
- Lampiran 14 Sertifikat Komputer
- Lampiran 15 Sertifikat Pengembangan Bahasa

IAIN PURWOKERTO

**PELAYANAN PRIMA DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS  
NASABAH PADA PRODUK *FUNDING*  
DI PT. BPRS BUANA MITRA PERWIRA**

**DEVI IRAWATI**  
**NIM.1522203007**

**Program Studi DIII Manajemen Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto**

**ABSTRAK**

Industri jasa saat ini memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Negara. Dengan semakin meningkatnya persaingan global, mau tidak mau masing-masing perusahaan harus meningkatkan *service quality* yang dimiliki. *Service quality* merupakan kunci dan faktor yang sangat penting dalam strategi bisnis karena terbukti dapat meningkatkan profitabilitas, sehingga dapat menjadi alat untuk keunggulan bersaing dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam kondisi seperti ini, perbankan syariah selain mengedepankan profesionalisme dalam pelayanan kepada masyarakat sebagai nasabah dan mitra kerja, juga harus mengedepankan kepercayaan masyarakat sebagai nasabahnya. BPRS Buana Mitra Perwira sebagai lembaga keuangan syariah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yang menggunakan produk penghimpunan dana dilakukan secara prima oleh para karyawannya. Hal ini akan menimbulkan kepuasan terhadap nasabah. Pemberian pelayanan dan pengelolaan dana dilakukan secara profesional dengan tetap berpedoman pada prinsip syariah juga akan menambah kepercayaan nasabah dalam berinvestasi yang dapat menimbulkan loyalitas kepada perusahaan.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Sedangkan pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan prima yang diterapkan BPRS Buana Mitra Perwira untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada produk *funding* yaitu dengan cara melayani nasabah secara cepat dan tepat, menyambut nasabah dengan ramah dan sopan, berpenampilan sesuai syariat islam, mengadakan kunjungan nasabah sakit, menyediakan sarana kritik dan saran, tidak membedakan nasabah, mengadakan program jemput bola, dan memberikan hadiah kepada nasabah. Sehingga pelayanan tersebut dapat memenuhi keinginan dan harapan nasabah serta dapat memberikan kepuasan nasabah. Kepuasan inilah yang telah menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap BPRS Buana Mitra Perwira.

**Kata Kunci: Pelayanan Prima, Loyalitas Nasabah, Produk *Funding***

**EXCELLENT SERVICE IN AN EFFORT TO INCREASE CUSTOMER  
LOYALTY IN FUNDING PRODUCT  
ON PT. BPRS BUANA MITRA PERWIRA**

**DEVI IRAWATI**

**NIM.1522203007**

**DIII Program of Management of Islamic Banking  
Faculty of Economics and Islamic Business  
State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto**

**ABSTRACT**

The service industry currently has a very important role in the country's economy. With increasing global competition, each company must improve its service quality. Service quality is the key and very important factor in business strategy because it is proven to increase profitability so that it can be a tool for competitive advantage and can increase customer loyalty. In these conditions, Islamic banking in addition to prioritizing professionalism in service to the community as customers and partners must also prioritize public trust as its customers. BPRS Buana Mitra Perwira as a sharia financial institution in providing services to customers who use fund collection products is carried out in a prime manner by its employees. This will lead to satisfaction with customers. Provision of services and fund management is carried out in a professional manner while still adhering to Islamic principles will also increase customer confidence in investing which can lead to loyalty to the company.

This research is a research using the qualitative method with descriptive analysis. While data collection in this study uses data collection methods through observation, interviews, and documentation.

The results of this study show that the excellent service applied by BPRS Buana Mitra Perwira to increase customer loyalty in funding products is by serving customers quickly and accurately, being friendly and polite, performing according to Islamic law, visiting sick customers, providing a means of criticism and advice, not distinguishing-differentiate customers, holding a pick-up program, and giving gifts to each customer. So that the service can meet customer desires and expectations that provide customer satisfaction. This satisfaction has created customer trust and loyalty towards BPRS Buana Mitra Perwira.

**Keywords: Excellent Service, Customer Loyalty, Funding Product**



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Saat ini perbankan syariah telah memasuki persaingan yang berskala global. Hal ini merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah. Dalam kondisi seperti ini, perbankan syariah selain mengedepankan profesionalisme dalam pelayanan kepada masyarakat sebagai nasabah serta mitra kerja juga harus mengedepankan kepercayaan masyarakat sebagai nasabahnya. Bank syariah dituntut untuk dapat memberikan yang terbaik kepada nasabah untuk tetap bertahan dengan bank bank lain yang ada di Indonesia serta dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat.

Setelah terbit Undang Undang No. 10 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, maka kedudukan dan produk bank syariah semakin jelas. Dalam pasal 1 angka 7 UU No. 10 Tahun 2008 disebutkan bahwa Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. dalam pasal 1 angka 8, 9, dan 10 UU No. 10 Tahun 2008 disebutkan : Bank Umum Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiataannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiataannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran Unit Usaha Syariah adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.<sup>1</sup>

Industri jasa saat ini memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Negara. Dengan semakin meningkatnya persaingan global, mau

---

<sup>1</sup> Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, (Yogyakarta: Teras, 2012), hal. 102

tidak mau masing masing perusahaan harus meningkatkan *service quality* yang dimiliki. *Service quality* merupakan kunci dan faktor yang sangat penting dalam strategi bisnis karena terbukti dapat meningkatkan profitabilitas, sehingga dapat menjadi alat untuk keunggulan bersaing dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.<sup>2</sup>

Untuk menjadi perusahaan yang besar dan *sustainable*, perusahaan yang berbasis syariah marketing harus memerhatikan *service* yang ditawarkan untuk menjaga kepuasan dan meningkatkan loyalitas pelanggannya. Perusahaan apa pun jenis dan industrinya harus menjadi pelayan bagi pelanggannya. Apalagi jika perusahaan itu sudah semakin besar, filosofi padi sepatutnya diterapkan, semakin tinggi harus semakin merunduk. Dalam melakukan pelayanan yang baik biasanya digambarkan seseorang melalui sikap, pembicaraan, dan bahkan bahasa tubuh (*body language*) yang bersifat simpatik, lembut, sopan, hormat, dan penuh kasih sayang.<sup>3</sup>

Pelayanan prima pada hakikatnya berarti pelayanan yang maksimal, atau pelayanan yang terbaik, dan merupakan faktor kunci dalam keberhasilan perusahaan. Dalam hal ini pelayanan prima harus dilakukan secara kontinu dalam keadaan apapun. Sebab saat ini pada hakikatnya adalah menyediakan jasa yang harus tumbuh dan berkembang agar tetap bisa bertahan melayani masyarakat dengan tujuan jangka pendek dan jangka panjang.<sup>4</sup> Sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai dan bahkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Bank harus melakukan pemantauan kepuasan nasabah agar selalu terjalin hubungan kenasabahan yang memuaskan dan dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

---

<sup>2</sup> Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017), hal. 172

<sup>3</sup> Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), hal. 183

<sup>4</sup> Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*, hal. 289

Beberapa metode untuk memantau kepuasan nasabah adalah<sup>5</sup> :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Bank harus menyediakan kotak saran di tempat yang mudah dijangkau oleh nasabah. Lebih baik lagi nasabah yang ingin memberikan saran telah disediakan formulir sehingga nasabah tinggal mengisi. Beberapa bank yang berwawasan nasabah, menyediakan telepon bebas pulsa yang memudahkan nasabah untuk melakukan kontak dengan bank. Arus informasi seperti ini membuat bank dapat bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi.

2. Survei Kepuasan Nasabah

Tingkat keluhan nasabah belum mencerminkan ukuran kepuasan pelanggan (nasabah). Bank yang *responsive* mengukur kepuasan nasabah dengan mengadakan survei berkala atau mengirim daftar pertanyaan atau juga, menelpon para nasabah baru untuk mendengar reaksi mereka terhadap kinerja bank dan pesaing bank. Disini bank dapat sekaligus menanyakan kemungkinan nasabah melakukan transaksi ulang. Hal ini akan dilakukan nasabah apabila mereka mendapatkan kepuasan tinggi

3. Pembelanja Hantu

Bank dapat mengirimkan petugas untuk berpura pura menjadi nasabah bank pesaing dan kemudian membandingkan layanan bank pesaing dengan layanan bank sendiri

4. Nasabah yang Sudah Tidak Membeli Lagi

Apabila bank kehilangan pelanggan maka bank harus berupaya untuk mengetahui mengapa mereka tidak loyal lagi kepada bank. Apakah tariff jasa terlalu mahal, produk kurang dapat diandalkan, atau pelayanan yang kurang memuaskan. Selain melakukan wawancara , bank perlu pula memantau

---

<sup>5</sup> Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: LIBERTY Yogyakarta, 2002), hal. 228

tingkat kehilangan pelanggan, yang apabila meningkat maka berarti bank gagal dalam memuaskan nasabahnya.

Perbankan syariah harus mampu bersaing dengan bank konvensional ataupun bersaing sesama bank syariah dengan cara memberikan pelayanan yang sehat, menarik dan bukan dengan cara cara yang emosional. Dalam perspektif pelayanan prima, semua pelanggan dilayani dengan baik bahkan dipandang sebagai “raja”. Tuntutan pelanggan terhadap kualitas dan nilai bagi pelanggan sangat diutamakan. Bank syariah memperlakukan nasabah dengan mengedepankan prinsip bahwa semua nasabah adalah partner yang berhak memperoleh perlakuan yang sama tanpa membedakan nasabah besar ataupun nasabah kecil.<sup>6</sup>

BPRS Buana Mitra Perwira sebagai lembaga keuangan syariah mempunyai strategi dalam memberikan pelayanannya. Strategi pelayanan harus dimengerti oleh seluruh karyawan dan diikuti oleh berbagai tindakan yang nyata dan bermanfaat bagi para nasabah. Strategi pelayanan yang efektif memerlukan beberapa unsur pendukung antara lain, struktur organisasi yang dapat menjadi media untuk mengembangkan perbankan yang berkualitas dalam pelayanan, teknologi yang digunakan untuk mendukung kelancaran dalam melayani nasabah, dan sumber daya manusia yang memiliki: sikap, perilaku, pengetahuan, dan kemampuan yang mendukung efektifitas strategi pelayanan. Strategi yang digunakan untuk kualitas pelayanannya yaitu menyambut nasabah dengan senyuman, berpenampilan sesuai syariat islam, melayani secara cepat dan tepat, karyawan yang berkualitas dan tidak membeda-bedakan nasabah.

BPRS Buana Mitra Perwira menerapkan pelayanan prima kepada nasabah yang menggunakan produk pembiayaan dan penghimpunan dana. Ada berbagai macam produk penghimpunan dana antara lain Tabungan iB Amanah, Tabungan iB Syariah, TabunganKu iB, Tabungan iB Mitra Sipantas, dan Deposito iB.

---

<sup>6</sup> Syafaruddin Alwi, *Memahami Sistem Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: BUKUREPUBLIKA, 2013), hal. 109

Semua produk penghimpunan dana ini menggunakan berbagai akad dan memiliki manfaat masing-masing.

Tabungan iB Amanah, Tabungan iB Syariah dan TabunganKu iB menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah* yaitu simpanan dana nasabah pada bank yang bersifat titipan dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat. Manfaat dari masing masing tabungan yaitu untuk menampung setoran untuk tujuan angsuran atau pelunasan pembiayaan; sebagai cadangan likuiditas yang penyetoran dan pengambilannya mudah; serta sebagai pembelajaran untuk menabung sejak usia dini dan penghematan uang saku. Tabungan iB Mitra Sipantas menggunakan akad *Mudharabah mutlaqah* yaitu akad *Mudharabah* dimana *shahibul maal* memberikan kebebasan kepada *mudharib* dalam pengelolaan investasinya. Manfaat Tabungan iB Mitra Sipantas adalah dapat digunakan untuk persiapan biaya perjalanan ibadah haji, untuk biaya pendidikan anak, dan juga untuk keperluan dana pensiunan. Deposito iB menggunakan akad *Mudharabah* yaitu simpanan berupa investasi tidak terikat pihak ketiga pada bank syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian dengan pembagian bagi hasil sesuai dengan nisbah yang sudah disepakati. Manfaat dari Deposito iB ini adalah dapat membantu sektor usaha kecil menengah dengan berinvestasi secara syariah.<sup>7</sup>

Dengan adanya pelayanan prima yang dilakukan oleh karyawan BPRS Buana Mitra Perwira kepada nasabah produk penghimpunan dana maka menimbulkan kepuasan terhadap nasabah. Pemberian pelayanan dan pengelolaan dana dilakukan secara profesional dengan tetap berpedoman pada prinsip syariah. Kualitas pelayanan yang baik adalah pelayanan yang nyata diterima dan diharapkan oleh nasabah. Dengan demikian pelayanan yang diterapkan oleh BPRS Buana Mitra Perwira sekarang telah sesuai dengan keinginan masyarakat Purbalingga dan sekitarnya. Hal ini dibuktikan dengan semakin meningkatnya

---

<sup>7</sup> Dokumen SOP Penghimpunan Dana BPRS Buana Mitra Perwira 2018

jumlah nasabah pada produk *funding* dari tahun ke tahun dengan rincian sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Penghimpunan Dana**

<b>Nama Produk</b>	<b>Tahun 2015</b>	<b>Tahun 2016</b>	<b>Tahun 2017</b>
Tabungan iB Amanah	3.874	4.073	4.305
Tabungan iB Syariah	8.439	9.500	10.770
TabunganKu iB	3.873	4.062	4.509
Tabungan iB MitraSipantas	1.828	2.007	2.119
Deposito iB	902	965	972

Sumber : Dokumen BPRS Buana Mitra Perwira

Dari data diatas dapat dilihat bahwa perkembangan produk *funding* selama tiga tahun selalu meningkat sampai tahun 2017 hingga mencapai 22.675 nasabah<sup>8</sup>. Meskipun BPRS Buana Mitra Perwira belum lama didirikan dibandingkan dengan bank umum lainnya, akan tetapi minat dan tingkat kepercayaan serta loyalitas masyarakat akan menabung dan menginvestasikan uangnya di bank tersebut sangat besar.

Pelayanan menurut Kotler yaitu bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Empat Karakteristik jasa menurut Kotler yaitu<sup>9</sup>:

1. Bersifat tidak berwujud (*Intangibility*), jasa ini tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli.

<sup>8</sup> Wawancara dengan Farida (*Supervisor Funding* dan Promosi di BPRS Buana Mitra Perwira) pada 15 Mei 2018

<sup>9</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran (Pendekatan Praktis)*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal. 85-86

2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*), jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersama, tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan lewat berbagai penjual dan kemudian baru dikonsumsi.
3. Bervariasi, jasa bervariasi maksudnya jasa tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu dilakukan.
4. Mudah lenyap (*Perishability*), jasa mudah lenyap maksudnya jasa tidak dapat disimpan.

BPRS Buana Mitra Perwira memberikan pelayanan kepada nasabah produk *Funding* dengan cara memberikan pelayanan prima yang dilakukan oleh semua pihak yang bersentuhan langsung dengan nasabah seperti *teller, customer service, security, marketing funding* dan *teller moving*. Perusahaan memiliki pangsa pasar cukup luas dan tidak memungkinkan semua nasabah dapat secara langsung bertransaksi di kantor pusat maka dari itu tugas *teller moving* untuk menarik setoran tabungan dan deposito nasabah dengan datang ke rumah nasabah. *Security, customer service* dan *teller* yang berada di kantor pusat pun harus memberikan pelayanan prima kepada nasabah agar tercipta kepuasan yang kemudian meningkatkan loyalitas nasabah.

Memberikan pelayanan melebihi yang diharapkan nasabah merupakan kebijakan yang perlu dikembangkan. Dengan demikian nasabah akan menjadi nasabah yang loyal untuk bisnis yang lebih besar lagi. Apabila memberi pelayanan melebihi apa yang diminta nasabah, maka bank dimata nasabah memiliki reputasi yang baik.

Memiliki pelanggan yang loyal adalah salah satu tujuan akhir dari perusahaan karena loyalitas pelanggan dapat menjamin kelanggengan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Pada dasarnya loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai sebuah kesetiaan seseorang pada sesuatu hal. Loyalitas pelanggan merupakan jaminan bagi keuntungan kompetitif, profit, dan



kelangsungan dalam jangka panjang serta penting untuk mempertahankan bahkan meningkatkan loyalitas kepada perusahaan.

Berdasarkan dari paparan latar belakang tersebut, maka penulis berkeinginan untuk mengetahui tentang upaya-upaya yang dilakukan oleh BPRS Buana Mitra Perwira sebagai salah satu lembaga keuangan dengan prinsip syariah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah penghimpunan dana. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk *Funding* di BPRS Buana Mitra Perwira”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan dalam masalah ini adalah Bagaimana Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk *Funding* Di BPRS Buana Mitra Perwira?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk *Funding* di BPRS Buana Mitra Perwira

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis
  - a. Memenuhi persyaratan akademis untuk menyelesaikan program D3 di IAIN Purwoketo
  - b. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk *Funding* di BPRS Buana Mitra Perwira



c. Meningkatkan keterampilan dan kemampuan mahasiswa dalam menganalisis secara ilmiah

2. Bagi IAIN Purwokerto

Sebagai bahan masukan bagi mahasiswa IAIN Purwokerto umumnya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada khususnya untuk menambah wawasan mengenai Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk *Funding* di BPRS Buana Mitra Perwira

3. Bagi Perbankan

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam mengambil langkah langkah perbaikan agar mengalami kemajuan pada masa yang akan datang dan juga sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kinerja dan pelayanan yang diberikan kepada nasabah di BPRS Buana Mitra Perwira.

4. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan tambahan informasi bagi mereka yang ingin mengetahui lebih banyak tentang Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk *Funding* di BPRS Buana Mitra Perwira

## E. Metode Penelitian

Suatu penelitian pada dasarnya adalah bagian mencari, mendapatkan data yang selanjutnya akan dilakukan penyusunan dalam bentuk laporan hasil penelitian. Agar proses tersebut dapat berjalan dengan lancar serta hasilnya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah maka diperlukan adanya penelitian.

Metode penelitian terdiri dari :

1. Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau penelitian kualitatif karena dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam macam (triangulasi),

dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini peneliti turun langsung ke tempat penelitian, dengan subyek penelitian BPRS Buana Mitra Perwira.

2. Lokasi dan waktu penelitian

- a. Penelitian ini dilakukan di kantor pusat PT. BPRS Buana Mitra Perwira, yang beralamat di Jl. MT. Haryono, No. 267, Karangsentul, Purbalingga.
- b. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 22 Januari 2018 – 3 Maret 2018.

3. Subyek dan obyek

Subyek penelitian ini adalah BPRS Buana Mitra Perwira.

Objek penelitian adalah Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk *Funding* di BPRS Buana Mitra Perwira.

4. Sumber data

Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan skunder :

- a. Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data oleh peneliti dengan tujuan tertentu. Dalam hal ini data diperoleh dari BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga mengenai Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk *Funding* di BPRS Buana Mitra Perwira.
- b. Sumber data skunder adalah data yang lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan orang orang diluar peneliti, walaupun itu sesungguhnya data asli, yaitu berkaitan dengan Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk *Funding* di BPRS Buana Mitra Perwira, seperti himpunan fatwa, DSN dan wawancara yang dapat mendukung data peneliti.

---

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 333

## 5. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam observasi, karena tujuan utama observasi adalah mendapatkan data, pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber :

### a. Metode observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.<sup>11</sup>

### b. Metode wawancara

Wawancara adalah mengumpulkan data dengan cara melakukan percakapan langsung dan tatap muka (*face to face*) untuk menggali struktur kognitif dan makna dari perilaku subyek yang diteliti baik untuk tujuan praktis maupun ilmiah, terutama untuk penelitian yang bersifat kualitatif.

### c. Metode dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan kategoris dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen maupun buku, koran, majalah, dll.

## 6. Teknis analisis data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 203

<sup>12</sup> *Ibid*, hal. 335

Setelah semua data terkumpul dari sumber data primer dan sumber data skunder, selanjutnya adalah menganalisis data secara kualitatif dengan deskriptif analisis, dimana nantinya dari metode analisis data ini akan diperoleh kesimpulan dari penelitian ini.

#### 7. Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data penulis menggunakan teknik triangulasi. Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.<sup>13</sup>



IAIN PURWOKERTO

---

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 330

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Pelayanan prima yang diterapkan di BPRS Buana Mitra Perwira sudah sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) perusahaan dan sesuai dengan budaya pelayanan prima yang dikembangkan berdasarkan pada A6, yaitu *Ability* (kemampuan), *Attitude* (sikap), *Appearance* (penampilan), *Attention* (perhatian), *Action* (tindakan), dan *Accountability* (tanggungjawab). Strategi yang digunakan BPRS Buana Mitra Perwira pada pelayanan prima dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah pada produk *funding* yaitu dengan cara melayani nasabah secara cepat dan tepat, menyambut nasabah dengan ramah dan sopan, berpenampilan sesuai syariat islam, mengadakan kunjungan nasabah sakit, menyediakan sarana kritik dan saran, tidak membedakan nasabah, mengadakan program jemput bola, dan memberikan hadiah kepada nasabah agar merasa puas serta semakin loyal kepada perusahaan. Dengan adanya pelayanan prima yang diterapkan oleh BPRS Buana Mitra Perwira sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah produk *funding*. Sejak diluncurkannya berbagai macam produk dari tahun 2004 hingga April 2018 jumlahnya mencapai 23.444 nasabah.

#### **B. Saran**

Saran yang dapat disampaikan penulis dari penelitian yang telah dilakukan adalah:

##### **1. Bagi Praktisi**

Untuk setiap karyawan BPRS Buana Mitra Perwira terutama bagian pelayanan agar tetap menjaga hubungan baik dengan nasabah karena kepuasan nasabah adalah kepuasan bagi pihak bank. Hal ini akan membuat nasabah semakin percaya kepada bank. Dengan adanya kepercayaan nasabah

dalam berinvestasi maka akan menguntungkan bagi pihak bank karena secara terus menerus nasabah akan menggunakan produk *funding* (penghimpunan dana) dan akan semakin loyal terhadap perusahaan.

## 2. Bagi Akademisi

Untuk peneliti selanjutnya agar lebih banyak meneliti mengenai perbankan syariah terutama pada pelayanan yang diberikan oleh bank syariah. Karena perkembangan perbankan syariah di Indonesia masih terbilang cukup lambat, dan pelayanan yang diberikan belum maksimal sesuai dengan harapan nasabah. Sehingga dengan diadakannya penelitian-penelitian lain akan menciptakan kepercayaan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah.



IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Alwi, Syafaruddin, *Memahami Sistem Perbankan Syariah*, Yogyakarta: BUKUREPUBLIKA, 2013.
- Barata, Atep Adya, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003.
- Dahlan, Ahmad, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, Yogyakarta: Teras, 2012.
- Kartajaya, Hermawan & Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006.
- Laksana, Fajar, *Manajemen Pemasaran (Pendekatan Praktis)*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Rangkuti, Freddy, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017.
- Saleh, Akh. Muwafik, *Public Service Communication Praktik Komunikasi Dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah Kisah Pelayanan*, Malang: UMM Press, 2010.
- Setyabudi, Ismanto & Daryanto, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: GAVA MEDIA, 2014.
- Sochimim, *Kewirausahaan Teori Aplikatif dan Praktik*, Yogyakarta: CINTA BUKU, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: LIBERTY Yogyakarta, 2002.
- Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: PT.Grasindo, 2005.

Zainal, Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Marketing Management : Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017.

## **SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Arum, Annisa Nawang. *Strategi meningkatkan mutu pelayanan dalam usaha menghimpun dana (Deposito iB) di PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap*. Tugas Akhir. Purwokerto. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Purwokerto. 2017

Habibah, Ina Ayu. *Penerapan Service Excellent Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Temanggung Ditinjau Dari Kepuasan Nasabah*. Tugas Akhir, Purwokerto, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto. 2017

Hapsari, Riska. *Analisis Pelayanan Bank dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ungaran*. Tugas Akhir, Salatiga, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Salatiga. 2015

Prawira, Jenny. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Cabang Panglima Polim Jakarta Selatan*. Skripsi. Jakarta. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2016

Putri, Dyah Eka. *Strategi Dan Peran Customer service Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabror Di Bank Syariah Mandiri KC Ajibarang Banyumas*. Tugas Akhir, Purwokerto, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto. 2017

Wajiasih, Erlina. *Strategi Kualitas Pelayanan Dalam Usaha Menghimpun Dana (Tabungan iB Mitra Sipantas) Pada BPRS Buana Mitra Perwira Di Purbalingga*. Tugas Akhir, Purwokerto, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto. 2017



## **INTERNET**

[http://hawafiq.blogspot.co.id/2012/12/produk-penghimpunan-dana-Funding\\_4.html](http://hawafiq.blogspot.co.id/2012/12/produk-penghimpunan-dana-Funding_4.html)  
(Diakses 28 Maret 2018)

<http://www.bprsbmp.com/p/profil.html>  
(Diakses 28 Maret 2018)

Satriyanti, Evi Okatviani, Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya, *Journal of Business and Banking*, (Online), Vol. 2, No. 2, <https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jbb/article/download/172/123>, 2012.  
(Diakses Pada 7 Mei 2018)



**IAIN PURWOKERTO**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Devi Irawati  
Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 05 Desember 1997  
Nomor Induk Mahasiswa : 1522203007  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Alamat : Purwojati RT 04 RW 01  
Kec. Purwojati, Kab. Banyumas  
No Telepon : 0857 4791 9056  
Status Martial : Tidak Kawin  
Orang Tua  
Nama Ayah : Harto  
Pekerjaan : Buruh Harian Lepas  
Alamat : Purwojati RT 04 RW 01  
Kec. Purwojati, Kab. Banyumas  
Nama Ibu : Rutiyah  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Alamat : Purwojati RT 04 RW 01  
Kec. Purwojati, Kab. Banyumas

Purwokerto, 5 Juli 2018  
Tanda Tangan dan Nama Lengkap



Devi Irawati  
1522203007