

**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**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Devi Irawati

NIM : 1522203007

Jenjang : Diploma III (D III)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Manajemen Perbankan Syariah

Judul Tugas Akhir : Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk *Funding* di BPRS Buana Mitra Perwira

Menyatakan bahwa naskah Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Demikian surat pernyataan ini saya buat. Apabila ada ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi dalam bentuk apapun.

Purwokerto, 5 Juni 2018

Yang menyatakan,



IAIN PURW

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi
Bisnis Islam IAIN Purwokerto
di Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tugas akhir dari Devi Irawati, NIM. 1522203007 yang berjudul:

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

Saya berpendapat bahwa tugas akhir tersebut diatas sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Ahli Madya (A. Md).

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

IAIN PURWO

Purwokerto, 5 Juni 2018

Pembimbing


H. Sochimn, Lc. M.Si
NIP. 196910092003121001



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul

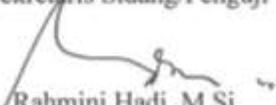
**PELAYANAN PRIMA DALAM UPAYA MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH PADA PRODUK *FUNDING*
DI PT. BPRS BUANA MITRA PERWIRA**

Yang disusun oleh Saudari **Devi Irawati** (NIM. 1522203007) Program Studi **D-III Manajemen Perbankan Syariah**, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa**, tanggal **31 Juli 2018** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Ahli Madya (A.Md.)** dalam **Ilmu Manajemen Perbankan Syariah** oleh Sidang Dewan Penguji Tugas Akhir.

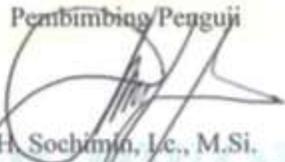
Ketua Sidang/Penguji


Dr. H. Fathul Amrudin Aziz, M.M.
NIP. 196804031994031004

Sekretaris Sidang/Penguji


Rahmini Hadi, M.Si.
NIP. 197012242005012001

Pembimbing/Penguji


H. Soehimto, Lc., M.Si.
NIP. 196910092003121001

Purwokerto, Agustus 2018
Mengetahui/Mengesahkan
Dekan


Dr. H. Fathul Amrudin Aziz, M.M.
NIP. 196804031994031004

MOTTO

“Dunia ini ibarat bayangan. Kalau kau berusaha menangkapnya, ia akan lari. Tapi kalau kau membelakanginya, ia tak punya pilihan selain mengikutimu.”

(Ibnu Qayyim Al Jauziyyah)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan *Alhamdulillahirobbil'alamin*, penulis mempersembahkan sebuah karya sederhana ini kepada orang-orang yang sangat penulis kasihi dan sayangi, karya ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua Orang Tua tercinta, Harto dan Rutiyah yang telah banyak meneteskan air mata disetiap sujud dan sepertiga malam-Nya, yang ikhlas memberikan waktu, tenaga, materi dan segalanya hanya untuk kebahagiaan penulis. Dan adik lelaki satu-satunya yang penulis miliki, Trio Noval Kurniawan yang suatu saat akan menjadi kakak terbaik.
2. H. Sochimim, Lc. M.Si. yang telah bersedia menjadi dosen pembimbing untuk penulis dan selalu memberikan arahan serta masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Teman-Teman Kompleks Mar'atus Sholikhah terutama Kamar Mar'atus Sholikhah 5 (Septika, Ike, Mailia, Lina, Silvi, Ani, Desi, Ela, Dini, Zakiya, Diana) yang selalu menemani dan memberikan semangat selama perkuliahan.
4. Teman-Teman MelaRia's Kost (Miladina, Ria, Nisa, Septi, Desi, Monica, Junia, Yana) yang telah menemani dan membantu selama perkuliahan.
5. Sahabatku Khoerotun Nisa dan Ria Wahdania yang berjuang bersama-sama dari awal perkuliahan sampai saat ini sekaligus menjadi partner terbaik selama PKL di BPRS Buana Mitra Perwira.
6. Teman-Teman HMJ PS 2017/2018 yang banyak menyumbang tawa.
7. Teman-Teman D3 MPS A 2015 yang untuk setiap harinya selalu banyak cerita. Semoga kebersamaan dan persahabatan yang kita lalui selalu menyatu dalam indahnya persaudaraan.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *alamin*, segala puji syukur senantiasa penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini yang berjudul “**Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk *Funding* di PT. BPRS Buana Mitra Perwira**”. Tak lupa pula shalawat dan salam semoga selalu tercurah pada junjungan kita nabi Agung Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat hingga akhir zaman.

Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat yang harus dipenuhi bagi mahasiswa yang telah menyelesaikan studinya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto untuk program D III Manajemen Perbankan Syariah. Untuk melangkah sampai disini, penulis tidak berjalan sendiri, melainkan dengan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang sangat berjasa dalam penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini.

Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag., Rektor IAIN Purwokerto.
2. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si., Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. H. Sochimim, Lc., M.Si., Ketua Program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah, dan Selaku Dosen Pembimbing Laporan Tugas Akhir.
5. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si. Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Drs. Atabik, M.Ag., Dosen Pembimbing Lapangan.
7. H. Aman Waliyudin, S.E., M.Si., Direktur Utama BPRS Buana Mitra Perwira.
8. Amalia Windardeni, S.S., Pembimbing Lapangan di BPRS Buana Mitra Perwira.

9. Karyawan BPRS Buana Mitra Perwira yang selalu memberikan pengarahan selama Praktik Kerja Lapangan.
10. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto atas segala ilmu yang diberikan.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Sangat besar harapan, tulisan, ide, gagasan dan apa yang telah penulis buat dan dokumentasikan dalam bentuk karya tulis tugas akhir ini dapat bermanfaat menjadi khasanah ilmu pengetahuan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan tugas akhir ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan dari pembaca yang budiman untuk menuju proses kesempurnaan.

Akhir kata, semoga dukungan, bantuan yang diberikan kepada penulis selama ini, mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT dan kita semua selalu berada dalam berkah dan lindungan-Nya. Amiin

IAIN PURWOW

Purwokerto, 5 Juni 2018
Penulis



Devi Irawati
NIM. 1522203007

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam menyusun Tugas Akhir ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Śa	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengantitik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
سین	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengantitik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengantitik di bawah)
ع	'ain '....	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge

ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Pendek

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat yang transliterasinya dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
/	<i>Fathah</i>	Fathah	A
—	<i>Kasrah</i>	Kasrah	I
و	<i>Dammah</i>	dammah	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Nama	Huruf Latin	Nama	Contoh	Ditulis
<i>Fathahdanya</i>	Ai	a dan i	بينكم	<i>Bainakum</i>
<i>FathahdanWawu</i>	Au	a dan u	قول	<i>Qaul</i>

3. Vokal Panjang

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Fathah + alif ditulis ā	Contoh جاهلية ditulis <i>jāhiliyyah</i>
Fathah+ ya' ditulis ā	Contoh تنسى ditulis <i>tansā</i>
Kasrah + ya' mati ditulis ī	Contoh كريم ditulis <i>karīm</i>
Dammah + wāwu mati ditulis ū	Contoh فروض ditulis <i>furūd</i>

C. Ta' Marbūtah

1. Bila dimatikan, ditulis h:

حكمة	Ditulis <i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis <i>jizyah</i>

2. Bila dihidupkan karena berangkat dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis <i>ni 'matullāh</i>
-----------	-----------------------------

3. Bilata' *marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ditransliterasikan dengan *h* (h).

روضة الاطفال	<i>Rauḍahal-atfāl</i>
المدينة المنورة	<i>Al-Madīnah al-Munawwarah</i>

D. Syaddah (Tasydīd)

Untuk konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap:

متعددة	Ditulis <i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis <i>'iddah</i>

E. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila di ikuti huruf *Qamariyah*

البديع	Ditulis <i>al-badī'u</i>
القياس	Ditulis <i>al-Qiyās</i>

2. Bila di ikuti huruf *Syamsiyyah*

السماء	Ditulis <i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis <i>asy-Syams</i>

F. Hamzah

Hamzah yang terletak di akhir atau di tengah kalimat ditulis apostrof.

Sedangkan hamzah yang terletak di awal kalimat ditulis alif. Contoh:

شيئ	Ditulis <i>syā'un</i>
تأخذ	Ditulis <i>ta'khuẓu</i>
أمرت	Ditulis <i>umirtu</i>

G. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapan atau penulisannya

أهل السنة	Ditulis <i>ahl as-sunnah</i>
ذوى الفروض	Ditulis <i>ẓawī al-furūd</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan penelitian.....	8
D. Manfaat penelitian.....	8
E. Metode Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Teori	13
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. Penelitian Terdahulu	32
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum BPRS Buana Mitra Perwira	36
1. Sejarah Singkat.....	36
2. Visi dan Misi	37
3. Motto.....	37
4. Struktur Organisasi	38
B. Sistem Operasional dan Produk BPRS Buana Mitra Perwira..	52
1. Sistem Operasional	52
2. Produk-produk BPRS Buana Mitra Perwira	53
C. Analisis Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk <i>Funding</i> di BPRS Buana Mitra Perwira	59
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

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.¹

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

¹ 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.²

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.³

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.⁴ 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.

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

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

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

Beberapa metode untuk memantau kepuasan nasabah adalah⁵ :

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

⁵ 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.⁶

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.

⁶ 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.⁷

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

⁷ 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

Nama Produk	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017
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 nasabah⁸. 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 yaitu⁹:

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

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

⁹ 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.¹⁰ 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.

¹⁰ 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.¹¹

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.¹²

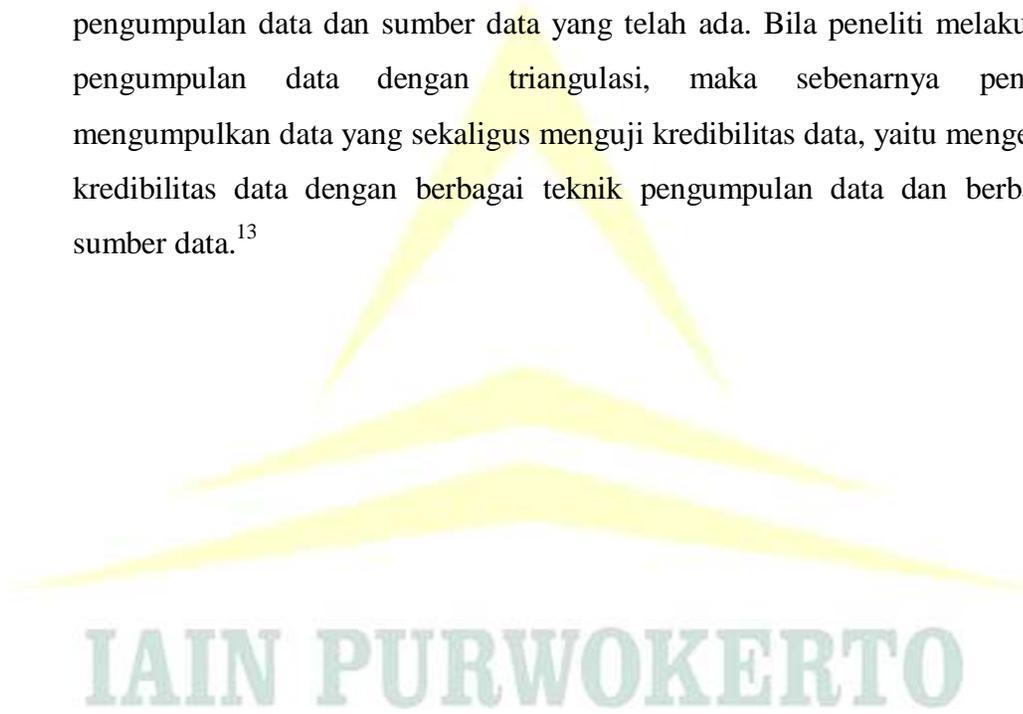
¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 203

¹² *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.¹³



IAIN PURWOKERTO

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

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Konsep Pelayanan Prima

a. Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah “*excellent service*” yang secara harfiah berarti pelayanan yang terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki perusahaan pemberi pelayanan. Hakikat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat.

Dahlan, dkk., menyatakan bahwa pada Kamus Besar Bahasa Indonesia pelayanan merupakan “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pengertian lebih luas disampaikan Sutopo dan Suryanto bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan.¹⁴

Pelayanan prima berarti memelihara dan mempertahankan pelanggan serta menambah pelanggan baru sehingga kepuasan pelanggan dan tujuan perusahaan dapat tercapai. Pelayanan prima juga bukan sekadar memberikan layanan, akan tetapi dapat memenuhi harapan pelanggan. Itu berarti karyawan perusahaan perlu melakukan pilihan, langkah, sikap dalam berhubungan dengan pelanggan secara cepat dan tepat. Secara sederhana pelayanan prima dapat diartikan sebagai suatu pelayanan yang

¹⁴ Daryanto & Ismanto Setyabudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: GAVA MEDIA, 2014), hal. 108

terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan.¹⁵

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Bagi perusahaan, pelayanan prima bertujuan terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan tidak memuaskan tentu saja mengecewakan pelanggannya. Pelayanan prima bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Penyedia layanan, pelanggan atau *stakeholder* dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu, tempat dan proses pelayanan yang seharusnya.

Untuk perusahaan profit, tentu saja pelayanan prima merupakan hal yang sangat penting karena kelangsungan hidup perusahaan dipengaruhi oleh pelayanan prima yang diberikan kepada pelanggan. Jika perusahaan tidak dapat memberikan kepuasan tentu saja pelanggan akan berpaling kepada perusahaan lain. Oleh karena itu, beberapa perusahaan melakukan beberapa hal dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanannya. Salah satunya adalah memberikan pelatihan kepada karyawan. Disiplin dalam bekerja juga salah satu faktor penunjang dalam memberikan pelayanan.

¹⁵ Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017), hal. 290

b. Landasan Hukum

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk memberikan hasil usaha yang baik dan tidak memberikan hasil usaha yang buruk kepada orang lain. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT dalam ayat berikut

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ
وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا
أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya. Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji.” (QS. Al-Baqarah (2): 267)

Pelayanan (*service*) bukan sebatas melayani, melainkan mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan demikian, penyampaian dalam pelayanan akan mengenai *heart share* pelanggan, yang kemudian dapat memperkokoh posisi dalam *mind share* pelanggan. *Heart share* dan *mind share* tersebut dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau perusahaan.¹⁶

Pemberian pelayanan dalam perusahaan berbasis islam dan konvensional tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Perbedaannya terletak pada proses penggunaan, yaitu ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik sebaiknya tidak menonjolkan kemewahan. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis dapat bersikap profesional yaitu

¹⁶ Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Marketing Management : Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017), hal. 179

dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyiaikan amanah yang menjadi tanggungjawabnya. Hal tersebut sebagaimana sabda Rasulullah SAW dalam hadis berikut

*“Apabila amanah disia-siakan maka tunggulah kehancurannya.”
Kemudian seseorang berkata, “Bagaimana caranya menyia-nyiaikan amanah ya Rasulullah?” Rasulullah SAW menjawab, Apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya maka tunggulah kehancurannya.” (HR. Bukhari)*

Baik dan buruknya perilaku bisnis para pengusaha akan menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT dalam ayat berikut

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: *“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.” (QS.Ali Imran (3): 159)*

Setiap manusia dituntut untuk berperilaku lemah lembut agar orang lain merasa nyaman berada didekatnya, termasuk dalam hal pelayanan. Apabila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dan nyaman dengan kelemahlembutan maka pelanggan dapat beralih ke

perusahaan lain. Pelaku bisnis harus menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan merasa nyaman dan terhindar dari rasa takut dan tidak percaya diri terhadap pelayanan yang diberikan.

c. Karakteristik Pelayanan Prima

Ada empat karakteristik yang dapat disikapi oleh pemimpin bisnis dalam hal pelayanan prima yang dapat memberikan nilai tambah pada perusahaan¹⁷ :

1) Mudah dan cepat

Pada prinsipnya pola serta sistem pelayanan itu harus didesain sederhana, mudah dipahami baik oleh pelanggan maupun karyawan sendiri. Hal ini dapat saja dilengkapi oleh kecanggihan teknologi namun mudah dalam penggunaan tanpa menunda waktu.

2) Keterbukaan

Memberi sikap yang baik agar pelanggan merasa diperhatikan secara tulus/ tanpa pamrih dan terbuka, tidak seperti diakal-akali. Hati-hati, *proof is a reality not a promise*. Artinya pegang teguh segala janji dan iming-iming secara konsisten dan penuh komitmen. Akhir-akhir ini banyak ditemui, slogannya megah serta mewah, iklannya tampak menjanjikan, namun pada akhirnya setelah dibuktikan oleh rasa dan kasat mata semua itu bersifat palsu. Hanya tampak cantik di permukaan atau kosmetik belaka.

3) Perhatikan kepada kebutuhan

Perlu keterampilan menyimak dan merasakan apa yang sebenarnya diinginkan oleh pelanggan. Perlu keterampilan, kesabaran, dan pemahaman sehingga bisa memberikan respon jitu kepada pelanggan.

¹⁷ Daryanto & Ismanto Setyabudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: GAVA MEDIA, 2014), hal. 61

4) Keakraban

Memberi sikap yang baik agar pelanggan merasa dihargai dan merasa dihormati. Memilih pelanggan yang perlu banyak basa-basi atau yang *to the point*, tapi tidak meninggalkan hal-hal penghargaan.

d. Faktor Faktor Pelayanan Prima

Budaya pelayanan prima dikembangkan berdasarkan pada A6, yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan faktor-faktor *Ability, Attitude, Appearance, Attention, Action, dan Accountability*¹⁸ :

1) Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan (*Ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan *public relations* sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan keluar organisasi/ perusahaan.

2) Sikap (*Attitude*)

Sikap (*Attitude*) adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi nasabah.

3) Penampilan (*Appearance*)

Penampilan (*Appearance*) adalah penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik saja maupun fisik dan non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

4) Perhatian (*Attention*)

Perhatian (*Attention*) adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.

¹⁸ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Pt Elex Media Komputindo, 2003), hal. 31

5) Tindakan (*Action*)

Tindakan (*Action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

6) Tanggungjawab (*Accountability*)

Tanggungjawab (*Accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Menurut Catherine Devrye, kata *service* dapat diolah secara kreatif menjadi tujuh strategi sederhana menuju sukses :

S (*self awareness and self esteem*); menanamkan kesadaran diri bahwa melayani adalah bagian dari citra diri sebagai seorang muslim dalam menjalankan misinya dalam kehidupan.

E (*empathy and enthusiasm*); berempati dan melayani dengan penuh antusias. Sikap ini akan memberikan efek batin bagi diri anda dan orang lain yang anda layani.

R (*reform and recover*); berusaha untuk lebih baik dan lebih baik lagi, dan selalu memperbaiki dengan cepat setiap ada keluhan/ sesuatu yang bisa merusak pelayanan anda.

V (*victory and vision*); melayani berarti ingin merebut hati dan membawa misi untuk membangun kemenangan bersama. Dalam melayani, kita harus memiliki pandangan kedepan untuk melakukan perbaikan dan peningkatan mutu.

I (*inisiatif, impressive and improvement*); memiliki inisiatif yang tinggi, memiliki kepekaan untuk mengawali dalam melayani, memberikan pelayanan yang mengesankan dan selalu berusaha untuk meningkatkan perbaikan dalam pelayanan.

C (*care, cooperativeness and communication*); menunjukkan perhatian yang sangat mendalam dan mengembangkan nilai-nilai yang mampu memberikan kerjasama.

E (*evaluation and empowerment*); melakukan penilaian, perenungan dan berupaya untuk selalu memberdayakan seluruh aset yang ada pada diri anda.

2. Loyalitas Nasabah/Pelanggan

a. Pengertian Loyalitas

Menurut Peter Olson definisi *customer loyalty* “*Is a repeat purchase intention and behaviors*”. Dari definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa loyalitas pelanggan merupakan dorongan dan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu jasa yang dihasilkan oleh badan usaha membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut.

Loyalitas nasabah atau konsumen adalah kesetiaan seseorang pada suatu barang atau jasa tertentu dan konsumen yang sudah loyal pada suatu produk akan memberikan keuntungan yang berlipat ganda pada perusahaan. Komitmen yang diberikan konsumen pada produk tersebut membuat kelebihan yang diberikan pesaing tidak menjadi hal yang bisa merubah pendapatnya mengenai produk tersebut. Loyalitas konsumen bisa muncul karena adanya kepuasan pelanggan sebagai akibat dari layanan yang berkualitas dalam memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Griffin, loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli. Mempertahankan loyalitas nasabah merupakan cara yang lebih efisien daripada bank harus mencari nasabah baru. Mempertahankan loyalitas nasabah dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya dengan meningkatkan kinerja sumber daya manusia yang dalam hal ini karyawan bank agar dapat menumbuhkan rasa percaya akan kemampuan

bank yang pada akhirnya dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya.¹⁹

Oliver menyatakan bahwa loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Dengan berkembangnya teknologi seperti internet, pelanggan akan semakin pandai dalam mengharapakan perusahaan melakukan lebih banyak hal. Bukan hanya sekadar berhubungan dengan pelanggan, lebih dari memuaskan pelanggan, bahkan lebih dari menyenangkan pelanggan.²⁰

Menurut Kotler dan Armstrong, loyalitas berasal dari pemenuhan harapan konsumen, sedangkan ekspektasi berasal dari pengalaman pembelian terdahulu oleh konsumen, opini dari teman dan kerabat, serta janji atau informasi dari pemasar atau pesaing. Menurut Kapferer, loyalitas pelanggan didefinisikan perilaku pembelian ulang (*repeat purchasing behavior*) merupakan konsep multidimensional yang kompleks.

Griffin menyatakan bahwa orang tumbuh menjadi pelanggan yang loyal secara bertahap. Proses itu dilalui dalam jangka waktu tertentu, dengan kasih sayang, dan dengan perhatian yang diberikan pada tiap-tiap tahap pertumbuhan. Setiap tahap memiliki kebutuhan khusus. Dengan mengenali setiap tahap memiliki kebutuhan khusus tersebut, perusahaan

¹⁹ Evi Okatviani Satriyanti, 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)

²⁰ Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Marketing Management : Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017), hal. 167

mempunyai peluang yang lebih besar untuk mengubah pembeli menjadi pelanggan atau klien yang loyal.²¹

- 1) *Suspect* (tersangka), adalah orang yang mungkin membeli produk atau jasa. Mereka mungkin akan membeli tetapi masih belum cukup yakin.
- 2) Prospek, adalah orang yang membutuhkan produk atau jasa dan memiliki kemampuan membeli.
- 3) Prospek yang diskualifikasi, adalah prospek yang cukup dipelajari untuk mengetahui bahwa mereka tidak membutuhkan atau tidak memiliki kemampuan membeli.
- 4) Pelanggan pertama-kali, adalah orang yang telah membeli dari anda satu kali
- 5) Pelanggan berulang, adalah orang-orang yang telah membeli dua kali atau lebih.
- 6) Klien, adalah membeli apapun yang dijual oleh perusahaan dan dapat dia gunakan. Orang yang membeli secara teratur.
- 7) Penganjur (*advocate*), seperti klien, tetapi mereka juga mendorong orang lain untuk membeli hal yang sama.

Loyalitas pelanggan bisa menjadi tujuan utama dari sebuah bisnis badan usaha dalam kaitannya hubungan dengan pelanggan. Karena adanya loyalitas, apa yang dihasilkan oleh badan usaha akan dapat bertahan dan terjamin keberlangsungannya karena sudah dapat dipastikan ada yang meresponnya dengan baik yang tentunya akan berdampak langsung pada meningkatnya keuntungan yang diperoleh oleh badan usaha penyedia layanan jasa. Oleh karena itu agar terbentuk loyalitas dari pelanggan maka haruslah bermula dari upaya menciptakan kepuasan pelanggan yang dibangun atas dasar pelayanan yang berkualitas.

²¹ Akh. Muwafik Saleh, *Public Service Communication Praktik Komunikasi Dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah Kisah Pelayanan*, (Malang : UMM Press, 2010), hal. 134

b. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Ada beberapa alasan yang membuat pelanggan tetap loyal, yaitu antara lain²² :

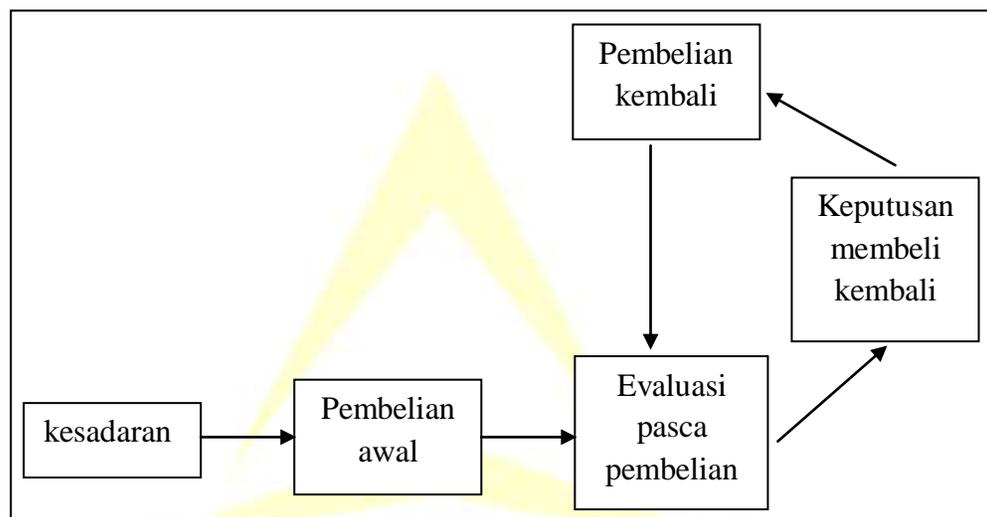
- 1) Nilai (harga dan kualitas) hal ini berhubungan dengan harga dan kualitas. Pelanggan tidak akan meninggalkan produk yang diyakini mempunyai kualitas yang baik meski dengan harga yang tinggi. Justru sebaliknya, pelanggan akan kecewa jika terjadi penurunan kualitas demi mempertahankan harga.
- 2) *Image*. Jika *image* perusahaan dianggap baik, maka dihasilkan pangsa pasar yang luas dan dapat dianggap meningkatkan loyalitas.
- 3) Meyakinkan dan mudah diperoleh. Apabila produk di pasar sulit diperoleh, maka pelanggan akan mencoba produk lain yang mudah diperoleh.
- 4) Kepuasan. Hal ini juga dapat membuat pelanggan tetap loyal pada suatu produk atau jasa. Philip Kotler menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.
- 5) Pelayanan. Bisa jadi penjelasan pada saat pembelian atau pasca pembelian pelayanan yang baik dapat meningkatkan persepsi kualitas yang tinggi, yang pada akhirnya akan membuat pelanggan menjadi lebih kuat dan loyal.
- 6) Jaminan (*guarantee or warranty*). Bisa dipakai oleh produsen untuk memberikan nilai tambah pada produk yang dihasilkan akan menandakan bahwa produsen peduli pada pelanggan.

²² *Ibid* hal. 137

c. Proses Pembentukan Loyalitas Pelanggan

Konsep loyalitas lebih berkaitan dengan perilaku pelanggan. Mengelola loyalitas pelanggan dimulai dengan memahami bagaimana dan mengapa loyalitas ini tercipta. Setiap kali pelanggan membeli ia bergerak melalui siklus pembelian.

Gambar 2.1 Siklus Pembelian²³



Penjelasan gambar :

1) Kesadaran

Langkah pertama menuju loyalitas dimulai dengan kesadaran pelanggan akan produk. Pada tahap inilah mulai dibentuk “pangsa pikiran” yang dibutuhkan untuk memposisikan ke dalam calon pelanggan bahwa produk atau jasa tersebut lebih unggul dari pesaing.

2) Pembelian awal

Pembelian pertama kali merupakan langkah penting dalam memelihara loyalitas. Pembelian pertama kali merupakan pembelian

²³ *Ibid*, hal. 132

percobaan, perusahaan dapat menanamkan kesan positif atau negative kepada pelanggan dengan produk atau jasa yang diberikan.

3) Evaluasi pasca pembelian

Setelah pembelian dilakukan, pelanggan secara sadar atau tidak sadar akan mengevaluasi transaksi. Bila pembeli merasa puas, atau ketidakpuasannya tidak terlalu mengecewakan sampai dapat dijadikan dasar pertimbangan beralih ke pesaing, langkah 4 (keputusan pembelian kembali) merupakan kemungkinan. Sebagian besar pelanggan menyatakan puas atas produk atau jasa yang digunakan, tetapi kepuasan saja tidak memberi keunggulan strategik pada perusahaan.

4) Keputusan membeli kembali

Komitmen untuk membeli kembali merupakan sikap yang paling penting, bahkan lebih penting dari kepuasan. Tanpa pembeli berulang, tidak ada loyalitas. Motivasi untuk membeli kembali berasal dari lebih tingginya sikap positif yang ditunjukkan terhadap produk atau jasa tertentu, dibanding sikap positif terhadap produk atau jasa alternatif yang potensial. Keputusan membeli kembali seringkali merupakan langkah selanjutnya yang terjadi secara alamiah bila pelanggan telah memiliki ikatan emosional yang kuat dengan produk tertentu.

5) Pembelian kembali

Langkah terakhir dalam siklus pembelian adalah pembelian kembali yang aktual. Untuk dapat dianggap benar-benar loyal, pelanggan harus terus membeli kembali dari perusahaan yang sama, mengulangi langkah ketiga sampai kelima berkali-kali.

d. Menciptakan dan Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan adalah salah satu tujuan terakhir dari perusahaan, menurut Ludlow ada beberapa cara untuk menciptakan dan memelihara loyalitas pelanggan, yaitu²⁴ :

- 1) Memperlakukan pelanggan dengan layak, menghormati hak-hak pelanggan, merespon berbagai hubungan dengan pelanggan.
- 2) Menjalin kedekatan dengan pelanggan, mendengar dan melihat apa yang menjadi keprihatinan pelanggan. Membangkitkan hubungan dengan pelanggan sehingga merasa dihargai.
- 3) Mengukur atau mengelola kepuasan pelanggan survei terhadap kepuasan atau ketidakpuasan yang berguna terutama dalam memahami bagaimana pelanggan merasakan dan juga berguna dalam menyesuaikan berbagai produk atau jasa.
- 4) Menciptakan biaya peralihan (*switching cost*), menciptakan perbedaan biaya hadiah untuk pembelian sejumlah tertentu.
- 5) Memberikan ekstra layanan untuk mengubah perilaku pelanggan dari toleransi menjadi antusias. Misalnya membuat kartu member dan fasilitas tertentu.

3. Produk *Funding*/Produk Penghimpunan Dana

a. Pengertian Produk *Funding*

Produk *Funding* adalah produk penghimpunan dana bank syariah terbagi menjadi produk dana simpanan produk dana investasi, dimana perbedaan keduanya terletak pada motif dasar nasabah. Dana simpanan merupakan dana pihak ketiga atau dana masyarakat yang ditiptkan dan disimpan di bank, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat tanpa

²⁴ Akh. Muwafik Saleh, *Public Service Communication Praktik Komunikasi Dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah Kisah Pelayanan*, (Malang: UMM Press, 2010), hal. 138

pemberitahuan terlebih dahulu kepada bank dengan media penarikan tertentu.²⁵

Dalam bank syariah penghimpunan dana dari masyarakat yang dilakukan tidak dengan membedakan nama produk, tetapi melihat pada prinsip, yaitu prinsip *wadiah* dan prinsip *mudharabah*. Apapun nama produknya, yang diperhatikan adalah prinsip yang dipergunakan atas produk tersebut. Hal ini sangat terkait dengan besaran hasil usaha yang akan diperhitungkan dalam pembagian bagi hasil usaha yang dilakukan antara pemilik dana/deposan (*shahibul maal*) dengan bank syariah sebagai *mudharib*.

b. Penghimpunan Dana Prinsip *Wadiah*

Wadiah dapat diartikan sebagai titipan dari suatu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja penyimpan menghendakinya. Bank sebagai penerima titipan tidak ada kewajiban untuk memberikan imbalan dan bank syariah dapat mengenakan biaya penitipan barang tersebut. Namun atas kebijakan bank syariah dapat memberikan bonus kepada penitip dengan syarat sebagai berikut :

- 1) Bonus merupakan kebijakan hak *prerogative* dari bank sebagai penerima titipan.
- 2) Bonus tidak disyaratkan sebelumnya dan jumlah yang diberikan, baik dalam prosentase maupun nominal (tidak ditetapkan dimuka).

Jadi, bank syariah tidak pernah memberikan bagi hasil dengan pemilik dana yang menggunakan prinsip *wadiah*. Pemberian bonus atau imbalan kepada pemilik dana *wadiah* adalah kebijakan bank syariah itu sendiri, sehingga dalam praktiknya bank syariah yang satu tidak sama

²⁵ http://hawafiq.blogspot.co.id/2012/12/produk-penghimpunan-dana-funding_4.html (Diakses Pada 28 Maret 2018)

dengan bank syariah yang lain. Ada bank syariah yang memberi bonus dan ada bank syariah yang tidak memberikan bonus.

Wadiah terdiri dari dua jenis, yaitu *wadiah yad al amanah* dan *wadiah yad al dhamanah*

- 1) *Wadiah yad al amanah* merupakan titipan murni dimana barang yang dititipkan tidak boleh digunakan (diambil manfaatnya) oleh penitip, dan sewaktu titipan dikembalikan harus dalam keadaan utuh baik nilai maupun fisik barangnya. Jika selama dalam penitipan terjadi kerusakan maka pihak yang menerima titipan tidak dibebani tanggungjawab sedangkan sebagai kompensasi atas tanggungjawab pemeliharaan dapat dikenakan biaya titipan.
- 2) *Wadiah yad al dhamanah* merupakan pengembangan dari *wadiah yad al amanah* yang disesuaikan dengan aktifitas perekonomian. Penerima titipan diberi izin untuk menggunakan dan mengambil manfaat dari titipan tersebut. Penyimpan mempunyai kewajiban untuk bertanggungjawab terhadap kehilangan/kerusakan barang tersebut. Semua keuntungan yang diperoleh dari titipan tersebut menjadi hak penerima titipan. Sebagai imbalan kepada pemilik barang/dana dapat diberikan semacam insentif berupa bonus yang tidak disyaratkan sebelumnya.²⁶

Aplikasi prinsip *wadiah* dalam perbankan syariah adalah untuk tabungan *wadiah* dan giro *wadiah*.

- 1) Tabungan *wadiah*

Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syariat tertentu yang disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu.

²⁶ Wiroso, *Penghimpunan Dana Dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, (Jakarta: PT.Grasindo, 2005), hal. 22

Dalam prinsip syariah sebenarnya tabungan juga merupakan simpanan sementara untuk menentukan pilihan apakah untuk investasi atau untuk konsumsi yang dapat ditarik setiap saat. Tabungan yang dapat ditarik setiap saat tersebut mempergunakan prinsip *wadiah*. Tabungan *wadiah* inilah yang dapat diberi kartu ATM (*Automated Teller Machine*) atau kartu sejenisnya. Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional ditetapkan ketentuan tentang tabungan *wadiah* sebagai berikut :

- a) Bersifat simpanan
 - b) Simpanan bisa diambil kapan saja atau berdasarkan kesepakatan
 - c) Tidak ada imbalan yang disyaratkan kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak bank
- 2) Giro *wadiah*

Dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, pasal 1 ayat 6 disebutkan bahwa yang dimaksud dengan giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, dan sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan. Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional ditetapkan ketentuan tentang giro *wadiah* sebagai berikut :

- a) Bersifat titipan
- b) Titipan bisa diambil kapan saja
- c) Tidak ada imbalan yang disyaratkan kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak bank

Jenis rekening giro *wadiah* adalah sebagai berikut :

- a) Rekening atas nama badan
- b) Rekening perorangan yaitu rekening yang dibuka atas nama pribadi
- c) Rekening gabungan yaitu rekening yang dibuka atas nama beberapa orang, beberapa badan, atau campuran keduanya

c. Penghimpunan Dana Prinsip *Mudharabah*

Mudharabah adalah perjanjian atas suatu jenis perkongsian, dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan dana dan pihak kedua (*mudharib*) bertanggungjawab atas pengelolaan usahanya. Keuntungan hasil usaha dibagikan sesuai dengan nisbah bagi hasil yang sudah disepakati bersama sejak awal. Tujuan akad *mudharabah* adalah supaya ada kerjasama kemitraan antara pemilik harta yang tidak ada pengalaman berusaha sendiri dalam lapangan perniagaan, perindustrian, dll dengan orang yang berpengalaman dalam bidang tersebut tapi tidak memiliki modal.²⁷

Dalam transaksi dengan prinsip *mudharabah* harus dipenuhi rukun *mudharabah* meliputi :

- 1) *Shahibul maal* (pemilik dana/nasabah)
- 2) *Mudharib* (pengelola dana/bank)
- 3) Amal (pekerjaan/usaha)
- 4) *Ijab qabul*

Dilihat dari segi kuasa yang diberikan kepada pengusaha, *mudharabah* terbagi menjadi dua jenis, yaitu :

- 1) *Mudharabah mutlaqah* (investasi tidak terikat) yaitu pihak pengusaha diberi kekuasaan penuh untuk mengelola usaha tanpa adanya larangan ataupun gangguan dari pihak manapun. Investasi ini pada usaha perbankan syariah diaplikasikan pada tabungan dan deposito
- 2) *Mudharabah muqayyadah* (investasi terikat) yaitu pemilik dana membatasi/memberi syarat kepada pengelola dalam pengelolaan dananya seperti misalnya hanya untuk *mudharabah* bidang tertentu, cara, waktu, dan tempat tertentu saja. Bank dilarang mencampurkan rekening investasi terikat dengan dana bank dana rekening lainnya.

²⁷ Wiroso, *Penghimpunan Dana Dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, (Jakarta: PT.Grasindo, 2005), hal. 34

Bank harus berinvestasi sendiri tidak melalui pihak ketiga. Jadi dalam investasi terikat ini, bank sebagai agen saja dan atas kegiatannya tersebut bank menerima imbalan berupa *fee*

Prinsip prinsip *mudharabah mutlaqah* dapat diaplikasikan dalam kegiatan usaha perbankan untuk produk tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*

1) Tabungan *mudharabah*

Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu. Tabungan dengan karakteristik seperti ini yang sesuai dengan prinsip *mudharabah* (tidak dapat ditarik setiap saat). Oleh karena itu dalam tabungan ini tidak perlu diberikan kartu ATM (*Automated Teller Machine*) atau kartu yang sejenis. Penarikan tunai tabungan hanya dapat dilakukan dengan *slip* penarikan, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tabungan *mudharabah* ini tidak dapat diambil sewaktu-waktu sesuai dengan prinsip yang digunakan. Tabungan *mudharabah* ini merupakan investasi yang diharapkan akan menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu, modal yang diserahkan kepada pengelola dana tidak boleh ditarik sebelum akad tersebut berakhir karena berkaitan dengan kelancaran usaha yang dilakukan *mudharib* sehubungan dengan pengelolaan dana tersebut. Dalam aplikasinya produk tabungan bank syariah yang menggunakan prinsip ini adalah Tabungan Haji, Tabungan Qurban, Tabungan Pendidikan, Tabungan Walimah dan lain lain.

2) Deposito *mudharabah*

Simpanan dana dengan akad *mudharabah* dimana pemilik dana mempercayakan dananya untuk dikelola bank dengan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati sejak awal. Dalam syariat islam

tidak dipermasalahkan apabila bagi hasil ditambahkan ke-pokoknya untuk kembali diinvestasikan. Periode penyimpanan dana ditentukan berdasarkan periode bulanan. Bank dapat memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (bilyet) deposito kepada pemilik dana. Deposito *mudharabah* hanya dapat ditarik sesuai dengan jatuh waktu yang telah disepakati.

B. Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul Penelitian	Hasil	Perbedaan
Annisa Nawang Arum, (IAIN Purwokerto, 2017) dengan judul <i>“Strategi meningkatkan mutu pelayanan dalam usaha menghimpun dana (Deposito iB) di PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap”</i> ²⁸	Strategi meningkatkan mutu pelayanan dalam usaha menghimpun dana Deposito iB menggunakan beberapa strategi seperti ; promosi, jemput bola, dan care. Pembagian bagi hasil Deposito iB menggunakan metode <i>profit sharing</i>	Penelitian terdahulu lebih fokus kepada produk Deposito iB sedangkan penelitian sekarang lebih fokus pada pelayanan terhadap loyalitas nasabah
Riska Hapsari, (IAIN Salatiga, 2015) dengan judul <i>“Analisis</i>	Peneliti membahas menggunakan tujuh dimensi pelayanan yaitu <i>reliability, responsiveness,</i>	Penelitian terdahulu membahas tentang analisis pelayanan bank dan loyalitas nasabah sedangkan

²⁸ Annisa Nawang Arum, *“Tugas Akhir Strategi Meningkatkan Mutu Pelayanan Dalam Usaha Menghimpun Dana (Deposito iB) di PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap”*, (Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2017)

<p><i>Pelayanan Bank Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ungaran</i>”²⁹</p>	<p><i>assurance, empathy, tangible, compliance, dan satisfaction</i></p>	<p>penelitian sekarang membahas tentang pelayanan prima dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah pada produk <i>Funding</i></p>
<p>Dyah Eka Putri, (IAIN Purwokerto, 2017) dengan judul “<i>Strategi Dan Peran Customer service Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabruur Di Bank Syariah Mandiri KC Ajibarang Banyumas</i>”³⁰</p>	<p>Strategi <i>customer service</i> dalam meningkatkan nasabah Tabungan Mabruur menggunakan metode <i>cross selling</i> dan <i>marketing mix</i>. <i>Customer service</i> juga sangat berperan dalam meningkatkan nasabah Tabungan Mabruur karna dapat memberikan informasi kepada nasabah mengenai produk tersebut</p>	<p>Penelitian terdahulu membahas bagaimana strategi dan peran <i>customer service</i> dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Mabruur sedangkan penelitian sekarang membahas bagaimana pelayanan prima dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah pada produk <i>Funding</i></p>
<p>Jenny Prawira, (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016)</p>	<p>Kualitas pelayanan <i>frontliner</i> secara keseluruhan 3,82 artinya kualitas pelayanan dinilai</p>	<p>Penelitian terdahulu membahas pelayanan <i>frontliner</i> dan loyalitas nasabah menggunakan</p>

²⁹ Riska Hapsari, “*Tugas Akhir Analisis Pelayanan Bank dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ungaran*”, (Salatiga : IAIN Salatiga, 2015)

³⁰Dyah Eka Putri, “*Tugas Akhir Strategi Dan Peran Customer Service Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabruur Di Bank Syariah Mandiri KC Ajibarang Banyumas*”, (Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2017)

dengan judul “ <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Cabang Panglima Polim Jakarta Selatan</i> ” ³¹	baik, loyalitas nasabah keseluruhan 3,40 artinya loyalitas nasabah dinilai cukup tinggi. Adapun pengaruh kualitas pelayanan <i>frontliner</i> terhadap loyalitas nasabah tinggi sebesar 78,8%	metode kuantitatif sedangkan penelitian sekarang membahas pelayanan untuk meningkatkan loyalitas nasabah menggunakan metode kualitatif
Elina Wajiasih, (IAIN Purwokerto, 2017) dengan judul “ <i>Strategi Kualitas Pelayanan Dalam Usaha Menghimpun Dana (Tabungan iB Mitra Sipantas) Pada BPRS Buana Mitra Perwira Di Purbalingga</i> ” ³²	Strategi pelayanan dalam menghimpun dana Tabungan iB Mitra Sipantas sudah sesuai syariah. Strategi meningkatkan Tabungan iB Mitra Sipantas dengan strategi promosi; jemput bola; dan program hadiah ulangtahun	Penelitian terdahulu membahas salah satu produk <i>Funding</i> sedangkan penelitian sekarang membahas seluruh produk <i>Funding</i> dan lebih fokus pada pelayanannya
Ina Ayu Habibah, (IAIN Purwokerto,	Penerapan <i>Service Excellent</i> sudah sesuai	Penelitian terdahulu membahas penerapan

³¹Jenny Prawira, “*Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Cabang Panglima Polim Jakarta Selatan*”, (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016)

³² Elina Wajiasih, “*Tugas Akhir Strategi Kualitas Pelayanan Dalam Usaha Menghimpun Dana (Tabungan iB Mitra Sipantas) Pada BPRS Buana Mitra Perwira Di Purbalingga*”, (Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2017)

<p>2017) dengan judul <i>“Penerapan Service Excellent Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Temanggung Ditinjau Dari Kepuasan Nasabah”</i>³³</p>	<p>SOP dan diukur menggunakan 5 dimensi, yaitu; <i>tangibles</i>, <i>reliability</i>, <i>responsiveness</i>, <i>assurance</i>, dan <i>emphaty</i></p>	<p><i>service excellent</i> ditinjau dari kepuasan nasabah menggunakan beberapa responden sedangkan penelitian sekarang membahas pelayanan prima dalam usaha meningkatkan loyalitas nasabah</p>
--	---	--



IAIN PURWOKERTO

³³ Ina Ayu Habibah, *“Tugas Akhir Penerapan Service Excellent Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Temanggung Ditinjau Dari Kepuasan Nasabah”*, (Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2017)

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Buana Mitra Perwira

1. Sejarah Singkat BPRS Buana Mitra Perwira

Pendirian BPRS Buana Mitra Perwira diawali dari adanya gagasan dari Bupati Purbalingga periode 2000-2005 Drs. Triyono Budi Sasongko tentang pendirian BPR Syariah di Purbalingga untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan mendukung otonomi daerah. Sebagai tindak lanjut dari ide tersebut pada bulan Februari 2002 diadakan sosialisasi tentang alternatif kepemilikan, yaitu kepemilikan oleh masyarakat dengan pemerintah daerah sebagai fasilitator, kepemilikan sepenuhnya milik pemerintah daerah, atau kera sama antara pemerintah daerah dan masyarakat.

Penawaran alternatif tersebut ditanggapi oleh Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Kabupaten Purbalingga dengan mengajukan proposal pendirian. Proposal tersebut disambut positif oleh pemerintah daerah dengan ditandatanganinya Surat Perjanjian Kerja Sama Pendirian BPR Syariah antara Pemerintah Daerah Kabupaten Purbalingga dan Nahdlatul Ulama pada tanggal 24 Juni 2002.

Pada tanggal 31 Oktober 2003 Bank Indonesia menerbitkan surat nomor 5/380/BPS tentang Persetujuan Prinsip Pendirian disusul kemudian Keputusan Deputy Gubernur Bank Indonesia Nomor 6/5/Kep.DpG/204 tentang Izin Usaha sampai dengan Keputusan Kepala Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Nomor 503.7/2/11/PB/IX/09/P tentang Izin Usaha Perdagangan Besar dan Tanda Daftar Perusahaan Perseroan Terbatas Nomor 112816500003.

PT BPRS Buana Mitra Perwira diresmikan pada tanggal 4 Juni 2004 berlokasi di Jalan Jenderal Soedirman No. 45 Purbalingga dan mulai beroperasi tanggal 10 Juni 2004. Jumlah pengelola saat itu adalah delapan

orang dengan rincian dua orang direksi, lima orang staff dan satu orang nonstaff.

Saat ini kantor BPRS Buana Mitra Perwira berkedudukan di Jalan MT. Haryono No. 267, kantor yang telah ditempati sejak tanggal 2 Mei 2009. Selain itu, BPRS Buana Mitra Perwira juga telah memiliki satu kantor cabang yaitu Kantor Cabang Banjarnegara yang beralamat di Jalan Jenderal Soedirman No. 6 Banjarnegara, dan empat kantor kas yaitu Kantor Kas Bobotsari di Jalan Letkol Sugiri Bobotsari, Kantor Kas Karang Moncol di Jalan Raya Karang Moncol, Kantor Kas Karanganyar di Jalan Raya Karanganyar dan Kantor Kas Bukateja di Jalan Raya Purwandaru Bukateja.³⁴

2. Visi dan Misi BPRS Buana Mitra Perwira

a. Visi

Menjadi Penggerak Ekonomi Umat Berdasarkan Prinsip Syariah

b. Misi

- 1) Menerapkan budaya islami
- 2) Melakukan pelayanan sepenuh hati
- 3) Mewujudkan kepatuhan perusahaan terhadap prinsip syariah
- 4) Membumikan perbankan syariah
- 5) Mengedukasi dan mendorong masyarakat untuk bermuamalah secara syariah
- 6) Mengembangkan kegiatan ekonomi umat dengan mengoptimalkan potensi usaha
- 7) Menciptakan kemitraan yang amanah, jujur, transparan dan profesional

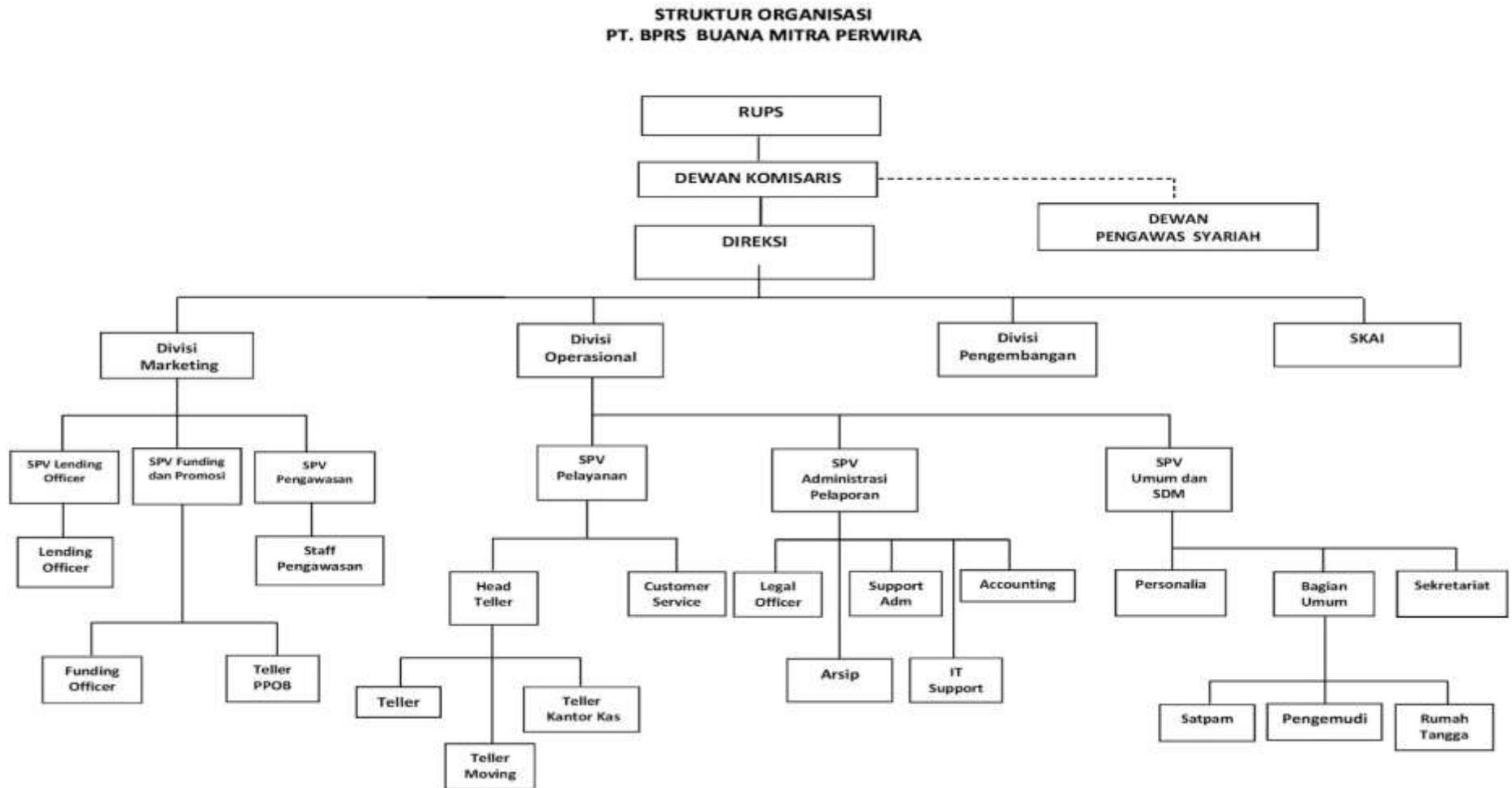
3. Motto BPRS Buana Mitra Perwira

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Buana Mitra Perwira ini menerapkan motto 4 S yaitu: “SENYUM, SALAM, SAPA, SEMANGAT!”

³⁴www.bprsbmp.com/p/profil.html?m=1 (Diakses pada tanggal 3 Maret 2018)

4. Struktur Organisasi BPRS Buana Mitra Perwira

Gambar 3.1 Struktur Organisasi



Fungsi dan Tugas masing- masing bagian telah terangkum dalam jobdesk sebagai berikut :

1. Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

RUPS merupakan kedudukan tertinggi sebagai pemegang saham pada BPRS Buana Mitra Perwira.

2. Dewan Pengawas Syariah (DPS)

DPS bertugas melakukan penilaian dan pengawasan atas produk yang akan ditawarkan dalam rangka menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat, agar berjalan sesuai dengan syariah islam yang dituangkan dalam bentuk keputusan dan fatwa.

Tugas dan tanggungjawab DPS adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan pedoman atau garis-garis besar syariah untuk menghimpun maupun untuk penyaluran dana serta kegiatan yang berkaitan dengan syariah.
- b. Mengadakan perbaikan seandainya suatu produk yang telah/sedang dijalankan dinilai bertentangan dengan syariah.
- c. Bertanggung jawab atas pengawasan terhadap operasional bank agar sesuai dengan syariah.

3. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris bertugas dalam pengawasan bank dan memberikan arahan dalam pelaksanaan tugas Direksi agar tetap mengikuti kebijakan perseroan dan ketentuan yang berlaku.

Tugas dan Tanggung jawab Dewan Komisaris adalah sebagai berikut :

- a. Mempertimbangkan, menyempurnakan dan mewakili pemegang saham dalam memutuskan perumusan kebijakan umum baru yang diusulkan oleh Direksi untuk dilaksanakan pada masa yang akan datang
- b. Menyelenggarakan RUPS dalam hal pembebasan tugas dan kewajiban Direksi

- c. Mempertimbangkan dan menyetujui rencana kerja tahunan yang diusulkan Direksi
 - d. Mempertimbangkan dan memutuskan permohonan pembiayaan yang jumlahnya melebihi batas maksimal kewenangan Direksi
 - e. Memberikan penilaian atas neraca dan perhitungan rugi/laba tahunan, serta laporan-laporan berkala lainnya yang disampaikan oleh Direksi
 - f. Memberikan persetujuan tentang pengikatan perseroan sebagai penanggung, penggadaian serta penjualan, baik untuk barang bergerak maupun tidak bergerak kepunyaan perseroan
 - g. Menyetujui/ menolak pembiayaan yang diajukan oleh Direksi
 - h. Menyetujui semua hal yang menyangkut perubahan-perubahan modal dan pembagian laba
 - i. Menandatangani surat-surat saham yang telah diberi nomor urut sesuai anggaran dasar perseroan
 - j. Menyetujui pembagian tugas dan kewajiban diantara anggota Direksi.
4. Dewan Direksi

Dewan Direksi terdiri dari Direktur Utama dan seorang atau lebih sebagai Direktur, bertugas untuk memimpin dan mengawasi kegiatan bank sehari-hari sesuai kebijakan umum yang telah disetujui Dewan Komisaris dalam RUPS.

Tugas dan tanggungjawab Dewan Direksi adalah sebagai berikut :

- a. Mewakili atas nama perseroan
- b. Mengelola perseroan sehingga tercapai tujuan perseroan
- c. Menetapkan kebijakan penghimpunan dana
- d. Memastikan penerapan atas kebijakan Penghimpunan dana
- e. Mewakili perusahaan baik secara internal maupun eksternal sesuai yang tercantum dalam Anggaran Dasar
- f. Bertanggung jawab terhadap operasional perseroan khususnya dalam hubungan dengan pihak ekstern perusahaan

5. SKAI (Satuan Kerja Audit Intern)

Seluruh kegiatan yang dirancang oleh manajemen dan dilaksanakan oleh bawahan, untuk mengurangi kerawanan sampai tingkat risiko yang wajar. Melindungi harta/sumber daya perusahaan, menjamin informasi keuangan dan operasional akurat dan dapat dipercaya, kepatuhan terhadap pelaksanaan regulasi sesuai sistem dan prosedur yang ditetapkan baik prosedur internal perusahaan maupun eksternal, menjaga efektifitas dan efisiensi perusahaan.

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Membuat rencana kegiatan audit secara periodik, bulanan, triwulan, dan tahunan.
- b. Melaksanakan kegiatan audit tahunan.
- c. Memberikan konsultasi dan saran audit sesuai dengan kedudukan SKAI sebagai *Strategic Business Partner* (SBP).
- d. Pemberian konsultasi dan saran audit kepada unit kerja kantor pusat dan kantor cabang untuk kecukupan dan efektifitas pengendalian intern yang harus dilaksanakan oleh atasan langsung.
- e. Melaksanakan pemeriksaan dan penilaian terhadap rencana kerja dan anggaran termasuk penilaian atas efisiensi dan efektifitas usaha.
- f. Melaksanakan pengawasan atas pelaksanaan pengamanan kelayakan perusahaan.

6. *Manager Marketing*

Memimpin, mengawasi dan bertanggung jawab atas terlaksananya kelancaran kerja dibagian pembiayaan dan pendanaan, memasarkan produk bank sesuai dengan syariah islam kepada nasabah dengan layanan prima sehingga memungkinkan untuk diperolehnya laba yang sesuai dengan tetap memperhatikan kelancaran dan keamanan aset bank serta menciptakan produk baru yang sesuai dengan syariat Islam.

Tugas dan tanggung jawab *Manager Marketing* adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan pengarahan, pembinaan dan pengawasan terhadap staff yang ada dibawahnya.
- b. Melaksanakan tugas dan bertanggungjawab atas laporan bulanan dan laporan berkala yang disampaikan kepada Direksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- c. Menjaga dan mengusahakan tercapainya laba yang ditargetkan bank
- d. Mengikuti pengembangan perbankan sehubungan dengan kegiatan pemasaran dan selalu memperhatikan situasi pasar serta melihat faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi perkembangannya
- e. Membawahi langsung staff bagian Marketing

7. *Supervisor Lending*

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Mensupervisi *Lending Officer*
- b. Membuat job descriptions untuk *Lending Officer*
- c. Bertanggung jawab atas hasil kerja *Lending Officer*
- d. Memberi motivasi kerja kepada staff *Lending Officer*
- e. Memberikan *briefing* kepada *Lending Officer*
- f. Membuat jadwal kegiatan kerja yang berhubungan dengan penyaluran dana
- g. Membuat *planning* pekerjaan harian, mingguan, bulanan, dan tahunan

8. *Lending Officer*

- a. Tugas pokok³⁵ :
 - 1) Melaksanakan pekerjaan sesuai dengan peraturan yang berlaku
 - 2) Mencapai target yang diberikan perusahaan
 - 3) Bertanggung jawab atas penyaluran dana yang sehat dengan selalu meningkatkan portofolio

³⁵Dokumen BPRS Buana Mitra Perwira, bagian *Lending Officer*

- 4) Mengunjungi nasabah/calon nasabah untuk menjelaskan atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh nasabah atau calon nasabah
- 5) Melakukan *solicit* kepada calon nasabah perorangan
- 6) Melakukan *solicit* ke instansi dan lembaga
- 7) Mengadakan pemeriksaann dan analisa atas permohonan-permohonan pembiayaan yang diajukan
- 8) Menerima Surat Permohonan Pembiayaan (SPP) dari nasabah
- 9) Mengadakan kunjungan/ pemeriksaan atas permohonan pembiayaan
- 10) Mengadakan analisa atas permohonan pembiayaan
- 11) Mengadakan penelitian atas jaminan pembiayaan
- 12) Mengadakan penelitian tentang tingkat kesehatan usaha calon nasabah (mitra usaha)
- 13) Mengajukan usulan/ rekomendasi kepada komite pembiayaan
- 14) Mengadakan pemantauan dan pembinaan atas pembiayaan yang telah disalurkan
- 15) Melaksanakan penagihan rutin kepada nasabah menunggak
- 16) Menggali permasalahan penyebab tunggakan dan memusyawarahkan solusinya

b. Wewenang :

- 1) Mengunjungi nasabah untuk memeriksa permohonan pembiayaan dan memperoleh informasi-informasi yang berkaitan dengan pembiayaan
- 2) Membuat analisa atas permohonan pembiayaan
- 3) Melakukan kunjungan rutin untuk menjaga kelancaran angsuran nasabah
- 4) Melakukan pemasaran produk pembiayaan.

9. *Supervisor Funding* dan Promosi

Tugas dan Tanggung jawab *Supervisor Funding* dan Promosi adalah sebagai berikut :

- a. Mengatur kerja staff yang berhubungan dengan penghimpunan dana.
- b. Membuat *job descriptions* untuk *Funding Officer*
- c. Bertanggungjawab atas hasil kerja *Funding Officer*
- d. Memberi motivasi kerja kepada *Funding Officer*
- e. Bertanggungjawab atas pencapaian target dibidang usaha *Funding*
- f. Mempunyai komunikasi yang baik
- g. Membuat planning pekerjaan harian, mingguan, bulanan dan tahunan.

10. *Funding Officer*

Tugas dan tanggungjawab :

- a. Memasarkan produk dengan sosialisasi dan presentasi pada calon nasabah
- b. Bertanggungjawab atas pencapaian target himpunan dana
- c. Mempunyai kemampuan menganalisis himpunan dana
- d. Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh *Supervisor Funding*
- e. Bertanggungjawab kepada *Supervisor Funding*

11. Pengawasan Pembiayaan

Tugas dan tanggungjawab :

- a. Membuat surat-surat peringatan kepada debitur
- b. Melakukan penagihan-penagihan
- c. Mengadministrasikan jaminan dan mengurus file debitur
- d. Membuat laporan kegiatan pengawasan pembiayaan
- e. Laporan realisasi kerja bulanan

12. Manajer Operasional

Memimpin, mengawasi, dan bertanggungjawab atas terlaksananya kelancaran kerja dibagian operasional serta memberikan laporan berkala kepada Direksi.

Tugas dan tanggungjawab :

- a. Memberikan pengarahan dan pembinaan karyawan yang ada dibawahnya (*Teller, Customer service, Accounting* dan *Administrasi Pembiayaan*)
- b. Memeriksa semua transaksi dan mutasi keuangan
- c. Bertanggungjawab dalam pembuatan dan penyampaian laporan bulanan kepada Direksi sesuai dengan kekuatan yang berlaku
- d. Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Direksi
- e. Bertanggung jawab kepada Direksi

13. *Supervisor* Pelayanan

Tugas dan Tanggung jawab :

- a. Mengatur kerja staff yang berhubungan dengan pelayanan
- b. Membuat job descriptions untuk *Teller* dan *Customer service*
- c. Bertanggungjawab atas hasil kerja *Teller* dan *Customer service*
- d. Mempunyai komunikasi yang baik
- e. Membuat planning pekerjaan harian, mingguan, bulanan dan tahunan
- f. Bertanggung jawab kepada Manajer Operasional

14. *Customer service*

Memberikan pelayanan kepada nasabah dengan baik dan islami serta memberi informasi yang dibutuhkan secara jelas, baik secara langsung ataupun tidak langsung

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Memberikan pelayanan dan penjelasan tentang produk dan informasi lainnya yang diperlukan
- b. Meregister data nasabah, menginput data master nasabah pada program/sistem
- c. Melayani pembukaan dan penutupan rekening tabungan dan deposito
- d. Membuat laporan bulanan sesuai intruksi *Supervisor* Pelayanan
- e. Melakukan tugas-tugas yang diberikan *Supervisor* Pelayanan

- f. Bertanggungjawab kepada *Supervisor* Pelayanan

15. *Teller*

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Membantu dan melayani nasabah dalam hal menerima setoran, penarikan uang dan transaksi lainnya
- b. Memeriksa kelengkapan transaksi yang sedang ditangani
- c. Melaksanakan *system failing* dan arsip sesuai prosedur yang berlaku
- d. Memeriksa saldo uang tunai *Teller* pada *cash box*
- e. Memverifikasi atau pencocokan tanda tangan pada formulir dengan dokumen asli untuk memastikan tanda tangan tersebut sah
- f. Bertanggung jawab kepada *Supervisor* Pelayanan

16. *Supervisor* Administrasi dan Pelaporan

Mengelola administrasi pembiayaan mulai dari pencairan hingga pelunasan

Tugas dan tanggung jawab³⁶ :

- a. Tugas pokok :
 - 1) Menerima berkas-berkas permohonan pembiayaan yang telah disetujui dan siap untuk direalisasikan
 - 2) Melakukakan pemeriksaan terhadap berkas-berkas pembiayaan yang telah disetujui dan siap untuk direalisasikan
 - 3) Memproses pencairan pembiayaan yang telah disetujui
 - 4) Menyimpan dan bertanggungjawab atas keamanan berkas-berkas pembiayaan yang sudah direalisasikan
 - 5) Melaksanakan perhitungan setoran pinjaman dengan teliti dan cermat
 - 6) Mengetahui dan memahami semua kode rekening, khususnya yang dikelolanya baik yang berhubungan dengan pinjaman atau bukan

³⁶Dokumen BPRS Buana Mitra Perwira, bagian Administrasi Pembiayaan

- 7) Menyimpan semua kartu-kartu pengawasan pembiayaan sebagai kontrol angsuran
 - 8) Memberikan catatan sebagai kontrol marketing tentang jatuh tempo angsuran, tunggakan angsuran dan nasabah yang bermasalah serta masalah-masalah lain yang berhubungan dengan marketing
 - 9) Melaksanakan administrasi pembiayaan berupa surat menyurat, file pembiayaan, kartu pengawasan pembiayaan, laporan dan control
- b. Tanggung jawab :
- 1) Penyimpanan administrasi pencairan pembiayaan (*droping*)
 - 2) Pengarsipan seluruh berkas pembiayaan
 - 3) Pengarsipan jaminan pembiayaan
 - 4) Pengadministrasian dan pelunasan pembiayaan
 - 5) Penyimpanan voucher dan control terhadap voucher
 - 6) Pembuatan laporan pembiayaan sesuai dengan periode laporan
 - 7) Membuta surat teguran dan peringatan kepada mitra yang akan dan telah jatuh tempo
 - 8) Bertanggung jawab ke Manajer Operasional
- c. Wewenang :
- 1) Memotong biaya administrasi bagi tabungan yang tidak bermutasi 6 bulan (atau sesuai dengan kebijakan)
 - 2) Menutup rekening secara otomatis untuk rekening-rekening yang saldo nominalnya dibawah saldo minimum
 - 3) Melakukan pemindah bukuan untuk kasus-kasus tertentu yang telah ada kebijakannya

17. *Legal Officer*

a. Tugas Pokok :

- 1) Mengecek legalitas dan kelengkapan dokumen persyaratan calon nasabah pembiayaan
- 2) Mengisi buku register jaminan
- 3) Mengecek jaminan
- 4) Mengecek jaminan dan pengikatannya baik yang dinotaris maupun pihak lain
- 5) Membuat surat roya
- 6) Mensinkronkan tagihan biaya notaris dengan biaya pada catatan bank

b. Tanggung jawab :

- 1) Bertanggung jawab atas seluruh legalitas dokumen kelengkapan pembiayaan
- 2) Bertanggung jawab atas kebenaran isi akad pembiayaan
- 3) Bertanggung jawab ke *Supervisor* Administrasi dan Pelaporan

18. *Support Pembiayaan*

a. Tugas Pokok :

- 1) Membuat *offering letter/* SP3
- 2) Menghitung biaya asuransi jiwa calon nasabah pembiayaan
- 3) Membuat surat tugas notaris
- 4) Membuat akad pembiayaan
- 5) Mendokumentasikan file nasabah pembiayaan
- 6) Membuat surat jatuh tempo
- 7) Melakukan pengecekan BI Cheking
- 8) Membuat nota debit/kredit realisasi pembiayaan
- 9) Membuat voucher realisasi pembiayaan
- 10) Menginput data-data nasabah ke database
- 11) Membuat nota debit dan voucher debit pelunasan

- 12) Menyiapkan dan mengelola kartu angsuran nasabah pembiayaan
 - 13) Membuat laporan asuransi nasabah pembiayaan
 - 14) Mendokumentasikan biaya asuransi dibuku titipan biaya asuransi
 - 15) Membuat surat tagihan instansi
 - 16) Membuat surat peringatan dan surat panggilan untuk nasabah
- b. Tanggung jawab :
- 1) Bertanggung jawab atas kebenaran biaya asuransi, data nasabah, nota dan voucher debit.
 - 2) Bertanggung jawab kepada *Supervisor* Administrasi dan Pelaporan

19. Accounting

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Tugas Harian :
- 1) Melakukan validasi dan membukukan kartu-kartu
 - 2) Membukukan buku besar
 - 3) Menyimpan kartu-kartu buku besar secara teratur
 - 4) Menyusun neraca dan laporan laba rugi harian
- b. Tugas Mingguan :
- 1) Memonitor kerapian dan kebenaran file
 - 2) Memonitor titipan pembiayaan dan deposito
 - 3) Meluangkan waktu untuk membaca manual operasi dan manual akuntansi atau instruksi kerja
- c. Tugas Bulanan :
- 1) Menyiapkan penutupan akhir bulan
 - 2) Menyiapkan laporan pajak
 - 3) Membuat laporan-laporan ke Bank Indonesia
 - 4) Bertanggung jawab kepada Manajer Operasional

20. Arsip

Tugas dan wewenang :

- a. Menyimpan, menata dan menemukan kembali arsip sesuai dengan sistem tertentu
- b. Mengadakan pemeliharaan arsip
- c. Mengarsip dokumen slip setoran, penarikan, dan voucher perbulan
- d. Mengarsip dokumen nasabah

21. EDP (*Electronic Data Processing*)

Database administrator, memeriksa dan mempertahankan server database utama, memeriksa dan menjaga koneksi jaringan, dukungan teknis untuk kantor, dan fasilitas lainnya.

Tugas dan tanggungjawab :

- a. Memelihara ketersediaan dan update sistem melalui optimalisasi *Management Informasi System* (MIS) serta mengembangkan dan mengoptimalkan platform Informasi System
- b. Melaksanakan fungsi administrasi berupa pencatatan, penyimpanan dan pemeliharaan dokumen fisik dan data digital serta monitor data
- c. Menyampaikan informasi dan laporan yang baik serta tepat waktu untuk kebutuhan internal maupun kebutuhan eksternal unit kerja yang bersifat rutin dan insidental
- d. Mengembangkan, memonitoring dan memastikan proyek-proyek IT strategis telah sejalan dengan organisasi bisnis
- e. *Trouble shooter*
- f. Menjaga keamanan jaringan perusahaan
- g. Bertanggung jawab atas *back up* data perusahaan

22. Sekretariat

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Bertanggung jawab atas tata kelola surat masuk dan surat keluar
- b. Mengagendakan kegiatan Direksi

- c. Bertanggung jawab atas pengelolaan email
- d. Bertanggung jawab atas tersampainya dokumen dari bagian lain kepada Direksi
- e. Menjamin ketertiban pendistribusian surat-surat atau nota-nota atau laporan-laporan masuk dan keluar dari dan ke bank agar dapat ditindaklanjuti
- f. Mengupdate blog PT. BPRS Buana Mitra Perwira

23. Personalia

Melakukan tugas pencatatan, pengadministrasian serta pembinaan dalam kepersonaliaan, mengawasi ketersediaan perlengkapan dan layanan dibidang personaliaan.

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Melakukan pembayaran gaji bulanan dan tunjangan
- b. Menginvestasikan kebutuhan karyawan dan atau perusahaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- c. Bertanggungjawab kepada Manajer Operasional
- d. Membantu mengkoordinir kegiatan-kegiatan internal
- e. Membantu melaksanakan tugas rekrutmen

24. Bagian Umum

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Mensupervisi Satpam, Pengemudi, Rumah Tangga
- b. Membuat jadwal jaga satpam
- c. Pengawasan terhadap pengadaan inventaris kantor dan penyusutan serta pengendalian biaya

25. Satpam

Melakukan penjagaan gedung dan seisinya serta bertanggungjawab atas keamanan bank

Tugas dan tanggungjawab :

- a. Melakukan tugas-tugas yang diberikan oleh Bagian Umum

- b. Mengawasi dan menjaga keamanan kantor
- c. Bertanggungjawab kepada Bagian Umum

26. Pengemudi

Tugas dan tanggungjawab :

- a. Menunjang kelancaran transportasi yang diperlukan kantor
- b. Mengurus dan merawat mobil agar tetap bersih dan siap pakai
- c. Melaporkan kerusakan kendaraan agar segera dilakukan perbaikan
- d. Bersama petugas kantor dan satpam, membawa uang setoran dari kantor pusat ke kantor kas
- e. Bertanggungjawab kepada Bagian Umum

27. Rumah Tangga :

Tugas dan tanggungjawab

- a. Menjaga kebersihan kantor
- b. Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh Bagian Umum
- c. Bertanggung jawab kepada Bagian Umum

B. Sistem Operasional dan Produk BPRS Buana Mitra Perwira

1. Sistem Operasional BPRS Buana Mitra Perwira

Pada dasarnya bentuk badan usaha BPRS Buana Mitra perwira adalah Perseroan Terbatas, maka kekuasaan tertinggi ada pada RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham). Dalam hal ini Direksi bertanggung jawab kepada Pemegang Saham melalui RUPS. Sedangkan DPS (Dewan Pemegang Saham) melakukan pengawasan terhadap produk yang terdapat pada PT. BPRS Buana Mitra Perwira, dalam hal ini bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris. Dewan Komisaris melakukan pengawasan terhadap jalannya operasional perusahaan secara keseluruhan, dalam hal ini bertanggung jawab kepada RUPS.

Berdasarkan Struktur Organisasi PT. BPRS Buana Mitra Perwira sistem operasional perusahaan dapat dijelaskan bahwa pada masing-masing

bagian / divisi terdapat satu supervisor untuk membawahi unit kerja terkait. Pada Divisi Marketing membawahi bidang Marketing yang meliputi bagian Lending, *Funding* dan Promosi, serta Pengawasan. Divisi Operasional membawahi bidang Operasional yang meliputi bagian Pelayanan, Administrasi Pelaporan, serta Umum dan SDM. Selanjutnya ada Divisi Pengembangan dan SKAI (Satuan Kerja Audit Intern) yang bertanggung jawab kepada Direksi.

2. Produk BPRS Buana Mitra Perwira

a. Produk Penghimpunan Dana BPRS Buana Mitra Perwira

1) Produk Tabungan Dengan Akad *Wadiah*

a) Tabungan iB Amanah

Titipan dengan prinsip *wadiah* yang dipergunakan sebagai sarana penyimpanan dana pengembalian modal usaha dan atau piutang atas pembelian barang

Mafaat/ tujuan bagi nasabah :

- (1) Mempermudah masyarakat untuk bertransaksi secara syariah
- (2) Membantu nasabah untuk menampung setoran untuk tujuan angsuran atau pelunasan pembiayaan

Fitur :

- (1) Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (nominal yang dijamin mengikuti ketentuan LPS)
- (2) Tanpa biaya administrasi bulanan
- (3) Mendapatkan bonus setiap akhir bulan
- (4) Dikelola dengan prinsip *wadiah*
- (5) Setoran awal Rp. 25.000,00 dan setoran berikutnya minimal Rp. 10.000,00
- (6) Bonus dikenai Pph 20% jika saldo rata-rata diatas Rp. 7.500.000,00

b) Tabungan iB Syariah

Simpanan nasabah pada bank, yang bersifat titipan dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan syarat tertentu

Manfaat/ Tujuan bagi nasabah :

- (1) Mempermudah masyarakat untuk bertransaksi secara syariah
- (2) Sebagai cadangan likuiditas yang penyetoran dan pengambilannya mudah
- (3) Dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan

Fitur :

- (1) Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (nominal yang dijamin mengikuti ketentuan LPS)
- (2) Mendapatkan bonus setiap akhir bulan yang besarnya ditentukan oleh bank
- (3) Dikelola dengan prinsip syariah
- (4) Tidak dikenakan biaya administrasi
- (5) Setoran awal Rp. 25.000,00 dan setoran berikutnya minimal Rp. 10.000,00
- (6) Bonus dikenai Pph 20% jika saldo rata-rata diatas Rp. 7.500.000,00

c) TabunganKu iB

Tabunganku iB merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank bank di Indonesia guna menumbuhkan kesejahteraan masyarakat

Manfaat/ tujuan :

- (1) Sebagai sarana edukasi bagi pelajar untuk menabung sekaligus bertransaksi secara syariah sejak usia dini
- (2) Sebagai sarana untuk penghematan uang saku.

Fitur

- (1) Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (nominal yang dijamin mengikuti ketentuan LPS)
- (2) Tidak dikenakan biaya administrasi
- (3) Setoran awal pembukaan rekening Rp. 20.000,00 dan setoran berikutnya minimal Rp. 10.000,00
- (4) Mendapatkan bonus setiap akhir bulan yang besarnya ditentukan oleh bank
- (5) Bonus dikenai Pph 20% jika saldo rata-rata diatas Rp. 7.500.000,00

Tabel 3.1 Prosentase Bonus Tabungan Wadiah

No	Jenis Tabungan	Bonus / Bulan
1	Tabungan iB Amanah	Setara 1%
2	Tabungan iB Syariah	Setara 3%
3	iB TabunganKu	Setara 1%

Sumber : <http://www.bprsbmp.com/>
Realisasi bonus Bulan April 2018

2) Produk Tabungan Dengan Akad *Mudharabah*

a) Tabungan Mitra Sipantas

Simpanan yang bersifat investasi dan penarikannya dapat dilakukan berdasarkan akad yang disepakati minimal 5 tahun, 10 tahun, atau 15 tahun

Manfaat/ tujuan bagi nasabah :

- (1) Mempermudah masyarakat untuk bertransaksi secara syariah
- (2) Sebagai sarana untuk persiapan biaya perjalanan haji, keperluan biaya pendidikan anak, perencanaan dana pension, dan perencanaan masa depan lainnya

(3) Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan

Fitur

- (1) Setoran dapat dilakukan secara bulanan, triwulan, semesteran, atau tahunan
- (2) Jangka waktu minimal 5 tahun
- (3) Jumlah setoran minimal Rp. 50.000,00 dan kelipatannya tidak dikenakan biaya administrasi
- (4) Dikelola secara syariah dengan prinsip *Mudharabah Mutlaqah*
- (5) Mendapatkan bagi hasil yang sangat menguntungkan
- (6) Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (nominal yang dijamin mengikuti ketentuan LPS)
- (7) Pph 20% atas bagi hasil jika saldo rata-rata diatas Rp. 7.500.000,00

Tabel 3.2 Prosentase Bagi Hasil Tabungan *Mudharabah*

Tabungan	EQR / Bulan
Tabungan iB Mitra Sipantas	6.93 %

Sumber : <http://www.bprsbmp.com/>
Realisasi Bagi Hasil Bulan April 2018

3) Produk Deposito Dengan Akad *Mudharabah*

Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah dengan bank.

Manfaat Deposito IB antara lain:

- a) Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif
- b) Membantu sektor usaha kecil menengah dengan berinvestasi secara syariah
- c) Sebagai alternatif untuk investasi yang memberikan keuntungan kepada nasabah dalam bentuk bagi hasil
- d) Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan.

Fitur Deposito iB :

- a) Diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah
- b) Dikelola dengan akad *mudharabah* (bagi hasil)

Tabel 3.3 Prosentase Bagi Hasil Deposito *Mudharabah*

No	Jangka Waktu	EQR / Bulan
1	Deposito 3 bulan	5.47 %
2	Deposito 6 bulan	6.08 %
3	Deposito 12 bulan	6.68 %

Sumber : <http://www.bprsbmp.com/>
Realisasi Bagi Hasil Bulan April 2018

b. Produk Penyaluran Dana BPRS Buana Mitra Perwira

1) Murabahah/ Pengadaan Barang

Bank memberikan pembiayaan sebagian atau seluruh harga untuk membeli barang yang telah disepakati kualifikasinya dan bank membeli barang yang dibutuhkan oleh nasabah dan menjual barang tersebut kepada nasabah sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati.

Manfaat :

Merupakan alternatif pendanaan yang memberikan keuntungan kepada nasabah dan untuk membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan barang seperti pembelian kendaraan, pembelian material untuk renovasi rumah/ pembangunan rumah, pembelian barang produksi dan pengadaan barang lainnya.

2) Pembiayaan Multi Jasa

Merupakan perjanjian sewa-menyewa atas manfaat suatu barang dan atau jasa antara pemilik obyek sewa untuk mendapatkan imbalan berupa sewa atau ujah bagi pemilik objek sewa.

Fitur :

- a) Nasabah membutuhkan manfaat atas suatu barang atau jasa
- b) Bank menyewa manfaat atas suatu barang atau jasa dari penyewa langsung
- c) Nasabah menyewa manfaat atas suatu barang atau jasa kepada bank
- d) Pembayaran sesuai dengan kesepakatan.

Manfaat :

- a) Nasabah dapat memenuhi kebutuhan dengan metode yang dibenarkan secara syariah
- b) Harga sewa tidak berubah sampai pembayaran lunas

Implementasi : Dana Talangan Haji

3) *Mudharabah/ Musyarakah/ Kerjasama Usaha*

Pembiayaan *Mudharabah* adalah penyediaan dana bank untuk keseluruhan modal kerjasama usaha kesepakatan antara bank dan nasabah dengan jangka waktu dan pembagian keuntungan berdasarkan kesepakatan

Pembiayaan *Musyarakah* adalah pengadaan dana bank untuk memenuhi sebagian modal suatu usaha nasabah, dengan jangka waktu dan pembagian keuntungan berdasarkan kesepakatan antara bank dan nasabah

Manfaat :

Untuk memenuhi kebutuhan modal keseluruhan atau sebagian

Fitur :

- a) Pengembalian dana diangsur atau diakhir perjanjian
- b) Pembagian keuntungan berdasarkan kesepakatan diawal akad yang ditentukan dalam nisbah

4) Pembiayaan *Qardh/ Dana Talangan*

Pinjaman dana tanpa imbalan

Fitur :

- a) Pinjaman untuk keperluan mendesak
- b) Kewajiban nasabah mengembalikan sesuai pinjaman nasabah diperbolehkan memberikan jasa tanpa diperjanjikan diawal akad

Manfaat :

Nasabah dapat memenuhi kebutuhan dengan cara yang sesuai syariah

Implementasi : Pembiayaan untuk pengobatan, biaya sekolah

5) Menabung Emas

Menabung emas yaitu menyisihkan dana untuk investasi dengan membayar tiap bulan. Program menabung emas untuk nasabah memiliki berbagai keuntungan, antara lain :

- a) Logam mulia bersertifikat ANTAM
- b) Pembayaran sampai dengan lima tahun
- c) Biaya Administrasi ringan dan tanpa biaya penyimpanan
- d) Uang muka 10 %

6) Jasa Lain-Lain³⁷

- a) Pembayaran Listrik
- b) Pembayaran PDAM
- c) Pembayaran Indovision dan Telkomvision
- d) Pengisian Pulsa
- e) Pembayaran Angsuran
- f) Pembayaran SPP (Sumbangan Pembinaan Pendidikan)

C. Analisis Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk *Funding* di BPRS Buana Mitra Perwira

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis pelayanan prima dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah pada produk *funding* di BPRS Buana Mitra

³⁷ Wawancara dengan Eka Vebri K.A.M (*Teller Kantor Pusat di BPRS Buana Mitra Perwira*) pada 1 April 2018

Perwira. Pada hakikatnya, pelayanan prima bertitik tolak pada usaha-usaha yang dilakukan perusahaan untuk melayani pelanggan (nasabah) dengan sebaik-baiknya. Hal ini dapat memberikan kepuasan dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Kepuasan yang diiringi dengan pelayanan prima secara terus-menerus akan menghasilkan pelanggan (nasabah) yang loyal. Pelanggan yang loyal akan memberikan *income* yang besar sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Masalah pelayanan tidak lepas dari etika bisnis dan sopan santun dalam perbankan. Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis yang mencakup *husnul khuluq*. Akhlaq yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis dan moralis. Salah satu akhlak yang baik dalam bisnis islam adalah kejujuran. Sebagian dari makna kejujuran adalah seorang pengusaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya. Akhlak yang lain adalah amanah, islam menginginkan seorang pebisnis muslim mempunyai hati yang tanggap. Sifat toleran juga merupakan kunci sukses pebisnis muslim, toleran membuka kunci rezeki dan sarana hidup tenang. Konsekuen terhadap akad dan perjanjian merupakan kunci sukses yang lain dalam hal apapun.³⁸

Karyawan BPRS Buana Mitra Perwira melayani nasabah dengan sangat baik dan ramah. Nasabah yang datang langsung ke bank sekalipun tanpa diundang akan mendapat pelayanan yang prima karena merupakan tamu penting dan tamu kehormatan, begitu juga nasabah pada *marketing funding* dan *teller moving* yang harus diberikan pelayanan secara maksimal. Agar nasabah merasa dihargai, dihormati dan diselesaikan masalahnya, setiap karyawan perlu memahami etika perbankan. Tanpa adanya etika perbankan yang baik maka tidak akan mendapat nasabah yang sesuai keinginan bank, bahkan bank akan kehilangan nasabahnya.

³⁸ Sochimim, *Kewirausahaan Teori Aplikatif Dan Praktik*, (Yogyakarta: CINTA BUKU, 2017), hal. 62

1. Strategi BPRS Buana Mitra Perwira pada saat memberikan pelayanan prima dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah pada produk *funding*.

Dalam memberikan pelayanan, BPRS Buana Mitra Perwira menggunakan berbagai cara yang sesuai dengan budaya pelayanan prima berdasarkan pada A6 yaitu *Ability, Attitude, Appearance, Attention, Action, dan Accountability*.

- a. *Ability* (Kemampuan)

Pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni dan melaksanakan komunikasi yang efektif.

- 1) Melayani secara cepat dan tepat

Karyawan BPRS Buana Mitra Perwira dalam melayani nasabah sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang diterapkan oleh bank. Layanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah. Melayani secara cepat saja tidak cukup, ketepatan dalam melayani juga penting. Layanan cepat dan tepat akan membuat nasabah merasa puas.

Dalam SOP pelayanan, *teller* harus melayani maksimal 10 menit. Akan tetapi *teller* pada kantor pusat dapat melayani nasabah dengan transaksi penarikan maupun menabung dengan nominal maksimal Rp5.000.000 hanya dalam waktu 3 menit. Jika penarikan mencapai Rp100.000.000 ke atas maka memakan waktu 10 menit.³⁹

- b. *Attitude* (Sikap)

Perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi nasabah.

- 1) Menyambut nasabah dengan ramah dan sopan

³⁹ Wawancara Dengan Eka Vebri K.A.M (*Teller Kantor Pusat Di BPRS Buana Mitra Perwira*) Pada 4 Agustus 2018

Karyawan BPRS Buana Mitra Perwira dalam menyambut nasabah dengan cara memberikan senyuman yang ramah, mengucapkan salam seperti selamat pagi, selamat siang, dan selamat sore, dan apabila muslim maka ucapkan *assalamualaikum*. Menanyakan tentang keperluan nasabah dengan ramah, sopan, dan lembut. Tidak hanya petugas pelayanan yang berada di kantor, tetapi *funding officer* dan *teller moving* yang mendatangi nasabah juga harus menjaga sikap agar nasabah tetap percaya. Apabila sudah janji bertemu pada waktu tertentu makan harus *ontime*, jangan sampai membuat nasabah kecewa. Tetap menjaga kepercayaan nasabah terkait setoran yang dititipkan pada *teller moving*.

Karyawan BPRS Buana Mitra Perwira dituntut untuk profesional dalam melayani nasabah. Pelayanan yang diberikan pada saat menyambut nasabahnya antara lain⁴⁰ :

- a) Satpam membukakan pintu dan mengucapkan *assalamualaikum*, lalu menanyakan keperluan nasabah baik ke *teller* atau *customer service*. Apabila banyak antrian maka satpam akan memberikan nomor antrian.
- b) *Customer service* maupun *teller* dalam menyambut nasabah dengan berdiri dan mengangkat kedua tangannya, kepala sedikit menunduk, lalu mengucapkan *assalamualaikum*, menyebutkan nama dengan tangan kanan menunjuk ke *name tag*.
- c) Menanyakan nama dan keperluan nasabah agar dalam melayani lebih akrab dan nasabah juga merasa dihormati.
- d) Mengucapkan tolong, maaf apabila meminta nasabah untuk menunggu.

⁴⁰ Wawancara Dengan Lilis Yunani (*Supervisor* Pelayanan Di BPRS Buana Mitra Perwira) Pada 24 Maret 2018

e) Meminta nasabah untuk mengoreksi kembali keperluan tersebut. Apabila sudah benar maka petugas pelayanan menanyakan keperluan nasabah yang lain.

f) Mengucapkan terimakasih dan salam.

Peneliti juga ikut membantu dalam melayani nasabah transaksi tukar uang di kantor pusat, dan transaksi pembayaran SPP pada saat menjaga loket *teller moving* pada tanggal 9 Februari 2018 di SMA N 1 Purbalingga.

c. *Appearance* (Penampilan)

Penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik saja maupun fisik dan non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

1) Berpenampilan sesuai syariat islam

Penampilan karyawan BPRS Buana Mitra Perwira juga menjadi faktor penting bagi kepuasan nasabah. Perbankan syariah merupakan industri keuangan berdasarkan prinsip islam, maka penampilan harus mencerminkan islam. Berhias merupakan suatu kewajiban bagi seorang pelayan, karena dengan berhias yang rapi dan bersih maka akan tampak penampilan yang serasi dari seorang pelayan. Pada BPRS Buana Mitra Perwira hal yang perlu diperhatikan dalam penampilan antara lain:

a) Rambut rapi bagi laki-laki dan menggunakan hijab sederhana yang menutupi dada bagi perempuan.

b) Tidak berlebihan dalam menggunakan aksesoris cukup jam tangan dan satu bros untuk perempuan yang berhijab.

c) Menggunakan *make-up* dengan sederhana.

d) Memakai *name tag* di dada

d. *Attention* (Perhatian)

Kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.

1) Kunjungan nasabah sakit

Karyawan BPRS Buana Mitra Perwira selalu memberikan kepeduliannya terhadap nasabah, tidak hanya dalam kepentingan perbankan tetapi juga diluar kepentingan bank. Dalam praktiknya, apabila ada informasi nasabah sakit, perwakilan perusahaan menunjukkan kepeduliannya terhadap nasabah dengan cara menjenguk dan mendoakan agar cepat sembuh. Hal-hal kecil semacam ini yang berhubungan dengan emosional akan berdampak positif bagi perusahaan.

Ketika ada nasabah kecelakaan dan dioperasi pada Bulan April tahun 2018, pihak bank yaitu *funding officer* didampingi *supervisor funding* dan direktur bersama-sama menjenguk nasabah tersebut yang beralamat di Kecamatan Karangmoncol, Kab. Purbalingga. Dalam kunjungan tersebut, pihak bank juga membawa buah tangan berupa buah-buahan satu keranjang untuk nasabah.⁴¹

2) Menyediakan sarana kritik dan saran

Tidak dapat dipungkiri bahwa sebuah pelayanan yang diberikan kepada nasabah mungkin tidak diterima dengan baik, maka BPRS Buana Mitra Perwira memberikan sarana untuk menyampaikan kritik dan saran melalui nomor telepon (0281) 894888 yang secara langsung terhubung dengan *Customer Service*. Hal ini bertujuan agar pesan yang ingin disampaikan nasabah dapat tersampaikan.

⁴¹ Wawancara Dengan Siti Nikmatul Laely (*Funding Officer* Di BPRS Buana Mitra Perwira) Pada 4 Agustus 2018

Dalam waktu satu tahun yaitu tahun 2017 hanya ada 20 nasabah yang komplain melalui telepon. Mereka rata-rata komplain mengenai keterlambatan pencairan dana pembiayaan. Terkait dengan pelayanan yang diberikan, tidak ada nasabah yang melakukan kritikan.⁴²

e. *Action* (Tindakan)

Berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

1) Tidak mebeda-bedakan nasabah

Karyawan BPRS Buana Mitra Perwira dalam memberikan pelayanan tidak membeda-bedakan nasabah baik yang muslim maupun non muslim, baik dari kalangan menengah ke atas maupun menengah ke bawah. Semuanya akan mendapat pelayanan yang sama. Karyawan BPRS Buana Mitra Perwira dalam melayani, nasabah layaknya seorang raja yang selalu diperlakukan dengan baik. Dalam islam juga diajarkan untuk tidak membeda-bedakan antara yang satu dengan yang lainnya.

Pada saat nasabah meng-*antre* untuk melakukan transaksi di *teller*, pihak bank tidak membeda-bedakan nasabah mana yang akan dilayani terlebih dahulu. Baik itu seorang pejabat dari sebuah instansi maupun anak sekolah. Baik itu seorang pengusaha maupun orang biasa. Mereka akan dipanggil sesuai dengan nomor antrian.⁴³

2) Program jemput bola

Strategi jemput bola merupakan strategi dimana para penyedia jasa menghubungi atau mendatangi langsung calon nasabahnya. Strategi ini cukup efektif, karena para karyawan BPRS Buana Mitra

⁴² Wawancara Dengan Ayu (*Customer Service* Di BPRS Buana Mitra Perwira) Pada 4 Agustus 2018

⁴³ Wawancara Dengan Eka Vebri K.A.M (*Teller Kantor Pusat* Di BPRS Buana Mitra Perwira) Pada 4 Agustus 2018

Perwira bisa mendekatkan perusahaannya dengan nasabah, mempererat tali silaturahmi dan juga memberikan kemudahan bagi nasabah untuk memenuhi kebutuhannya berinvestasi. *Teller moving* yang akan melakukan jemput setoran tabungan maupun deposito tanpa harus nasabah datang langsung ke kantor

Setiap hari *marketing funding* dan *teller moving* mengunjungi nasabah untuk menjemput setoran nasabah. *Teller moving* mendapat setoran 25 rekening tabungan dengan berbagai nominal yang berbeda-beda dari setiap instansi yang dikunjungi setiap harinya.⁴⁴

f. *Accountability* (Tanggungjawab)

Sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

1) Memberikan hadiah

Untuk menarik minat nasabah dalam berinvestasi dan memberikan apresiasi, maka BPRS Buana Mitra Perwira mengadakan program pemberian hadiah bagi nasabah yang memiliki saldo minimal Rp25.000.000,00. Hadiah tersebut berupa barang, misalkan payung, mug, dll. Kegiatan ini bertujuan agar nasabah senang dalam berinvestasi dan bahkan dapat menambah jumlah saldo yang nantinya akan meningkatkan *profit* bank. Disisi lain dengan adanya program hadiah ini akan meminimalisir ketidakpuasan nasabah.

Funding officer melakukan *solicit* ke berbagai instansi untuk menawarkan produk *funding*. Pada bulan Mei tahun 2018 seorang calon nasabah dari instansi Sekretariat Daerah Purbalingga Bagian Hukum melakukan pembukaan rekening deposito iB dengan saldo

⁴⁴ Wawancara Dengan Siti Nikmatul Laely (*Funding Officer* Di BPRS Buana Mitra Perwira) Pada 4 Agustus 2018

Rp50.000.000 dalam jangka waktu 12 bulan dan mendapatkan hadiah sebuah payung.⁴⁵

Jadi, pelayanan prima yang dilakukan oleh karyawan BPRS Buana Mitra Perwira untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada produk *funding* sudah sesuai dengan budaya pelayanan prima berdasarkan pada A6 yaitu *Ability, Attitude, Appearance, Attention, Action*, dan *Accountability* yang telah dikembangkan oleh Atep Adya Barata dalam bukunya yang berjudul Dasar-Dasar Pelayanan Prima.

Sejak adanya berbagai produk penghimpunan dana dengan berbagai pelayanan yang diberikan, bank mengalami peningkatan yang sangat bagus. Dari mulai berdirinya BPRS Buana Mitra Perwira sampai saat ini telah mencapai 23.444 nasabah, dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 3.4 Jumlah Nasabah Produk Penghimpunan Dana

Nama produk	Jumlah nasabah
Tabungan iB Amanah	4.587
Tabungan iB Syariah	11.060
TabunganKu iB	4.686
Tabungan iB MitraSipantas	2.133
Deposito Ib	978
Jumlah	23.444

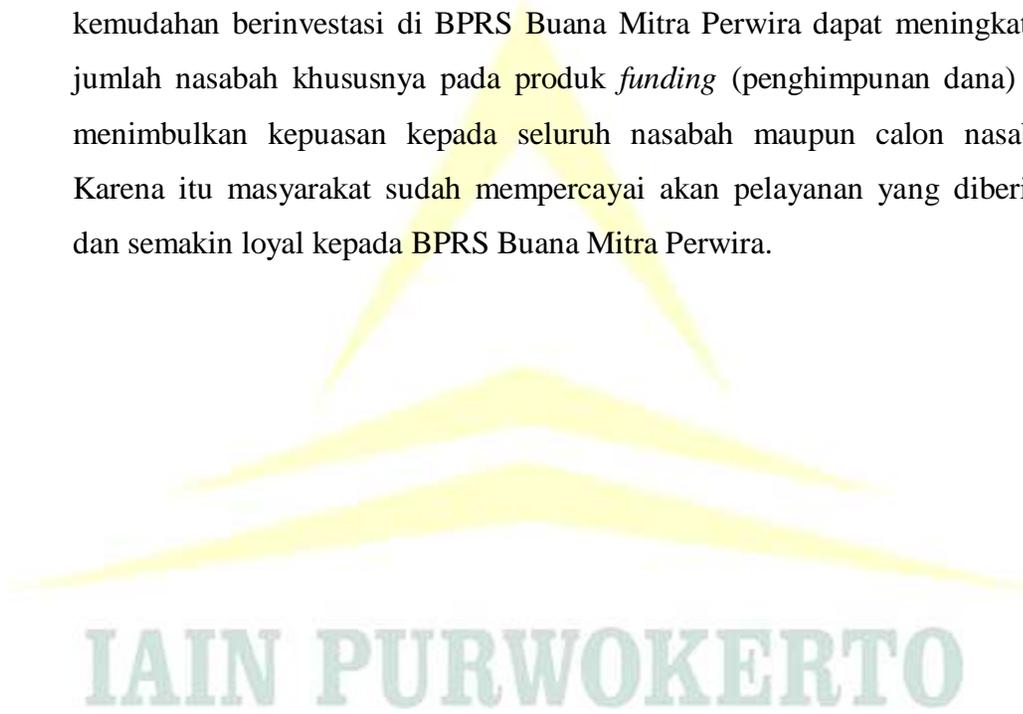
Sumber : Dokumen BPRS Buana Mitra Perwira per tanggal 16 April 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah pada produk penghimpunan dana meningkat sejak berdiri hingga sekarang April tahun

⁴⁵ Wawancara Dengan Setiani Nurwaningsih (*Funding Officer* Di BPRS Buana Mitra Perwira) Pada 4 Agustus 2018

2018 yaitu mencapai 23.444 nasabah.⁴⁶ Peningkatan jumlah nasabah ini tidak lepas dari keberhasilan pelayanan yang dilakukan oleh bagian pelayanan yang berada di kantor meliputi *satpam*, *teller*, *customer service*, maupun bagian pelayanan yang berada diluar kantor meliputi *funding officer* dan *teller moving*. Semua bagian pelayanan menjalankan tugasnya dengan baik, salah satunya memberikan pelayanan yang memuaskan dan diharapkan oleh nasabah.

Dengan adanya pelayanan prima yang baik dan berkualitas serta kemudahan berinvestasi di BPRS Buana Mitra Perwira dapat meningkatkan jumlah nasabah khususnya pada produk *funding* (penghimpunan dana) dan menimbulkan kepuasan kepada seluruh nasabah maupun calon nasabah. Karena itu masyarakat sudah mempercayai akan pelayanan yang diberikan dan semakin loyal kepada BPRS Buana Mitra Perwira.



IAIN PURWOKERTO

⁴⁶ Wawancara Dengan Jumiatun Nasekhah (*Funding Officer* Di BPRS Buana Mitra Perwira) Pada 16 April 2018

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:

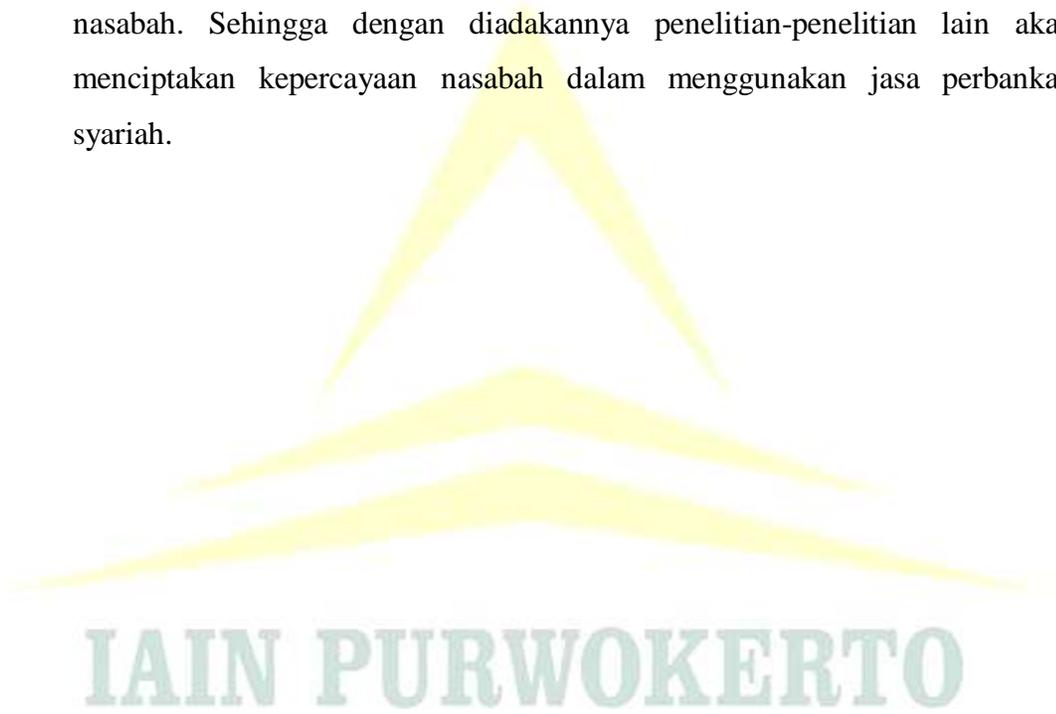
1. Bagi Praktisi

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
(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