

**STRATEGI PELAYANAN PRIMA OLEH *FRONTLINER*
UNTUK MEMBANGUN LOYALITAS NASABAH
DI BRI SYARIAH KC PURWOKERTO**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya (A.Md)

IAIN PURWOKERTO

Oleh:

ELMA ZAKIATI

1617203015

**JURUSAN DIII MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2019

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAK.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Maksud dan Tujuan Penulisan Tugas Akhir	5
D. Definisi Oprasional.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Metode Penelitian Laporan Tugas Akhir	9
1. Jenis Penelitian	9
2. Lokasi dan Waktu Penelitian	10
3. Subjek dan Objek	10
4. Sumber Data	10
5. Teknik Pengumpulan Data.....	11
6. Metode Analisis Data.....	12

BAB II TELAAH TEORI

A. Pengertian Strategi.....	14
1. Definisi Strategi.....	14
2. Strategi yang digunakan	16
B. Pelayanan Prima.....	17
1. Definisi Pelayanan Prima	17
2. Prinsip-Prinsip Pelayanan Prima	22
C. Strategi Pelayanan Prima	23
1. Strategi Mewujudkan Pelayanan Prima	23
2. Strategi untuk Meningkatkan Pelayanan	24
D. Frontliner.....	25
1. Pengertian <i>Customer Service</i>	25
2. Pengertian <i>Teller</i>	28
E. Loyalitas Nasabah	30
1. Pengertian Loyalitas Nasabah	30
2. Strategi Membangun Loyalitas Pelanggan.....	31
3. Aspek Menangani Keluhan	36
F. Penelitian Terdahulu	36

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BRI Syariah KC Purwokerto.....	39
1. Sejarah Singkat BRI Syariah KC Purwokerto.....	39
2. Visi, Misi, dan Motto BRI Syariah KC Purwokerto	40
3. Struktur Organisasi BRI Syariah Kantor Cabang Purwokerto	42
4. Fungsi dan Tugas Bagian BRI Syariah KC Purwokerto ...	43
5. Budaya Kerja BRI Syariah KC Purwokerto.....	47
6. Produk dan Layanan BRI Syariah KC Purwokerto.....	48
B. Strategi Pelayanan Prima Oleh <i>Frontliner</i> Untuk Membangun Loyalitas Nasabah di BRI Syariah KC Purwokerto.....	59

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah bulan Januari-April 2019.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	36
Table 3.1 Syarat dan Ketentuan Layanan Perbankan Elektronik.....	50
Table 3.2 Syarat dan Ketentuan Deposito BRI Syariah iB.....	51
Tabel 3.3 Syarat dan Ketentuan Unit Mikro BRI Syariah iB.....	52
Table 3.4 Persyaratan Dokumen (Umum) Unit Mikro BRI Syariah IB.....	53
Table 3.5 Persyaratan Dokumen (Khusus) Unit Mikro BRI Syariah iB..	54
Table 3.6 Dokumen Persyaratan KPR BRI Syariah Purwokerto.....	55



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi BRI Syariah Kantor Cabang Purwokerto..... 42



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1. Pedoman Wawancara
2. Lampiran 2. Brosur-brosur BRI Syariah KC Purwokerto
3. Lampiran 3. Blangko Bimbingan
4. Lampiran 4. Sertifikat-sertifikat
5. Lampiran 5. Biodata



IAIN PURWOKERTO

**EXCELLENT SERVICE STRATEGY BY FRONTLINERS
TO BUILD CUSTOMER LOYALTY
IN BRI SYARIAH KC PURWOKERTO**

Elma Zakiati
NIM. 1617203015

Email: elmazakiati@gmail.com
DIII Programs of Sharia Banking
Faculty of Economics and Islamic Business
State Islamic Institute of Purwokerto (IAIN)

ABSTRACT

In the of national economic developments that are always moving fast, competitive and integrated with increasingly complex challenges and increasingly advanced financial systems, policy adjustments in the economic sector, including banking, are needed, one of which is Islamic banks due to the needs of the Indonesian people for sharia banking services increase.

The purpose of writing this final project report is to find out how the Strategy of Excellent Frontliner Service to Build Customer Loyalty at BRI Syariah KC Purwokerto. This research is a field research or field research. Where the researchers went directly to the place of research namely at BRI Syariah KC Purwokerto. The method used is a qualitative method. In this study the reserchers poured out the of the study that there were 4 excellent service strategies by frontiners at BRI Syariah KC Purwokerto, including: Cros Selling, Up Selling, Loyality Program, and Role Play. Where the strategy is applied to build customer loyalty.

A frontliner has a very important task, namely frontliner functions and tasks such as being a front line officer (officer in front to serve customers), as a receptionist, as a deskman (serving application submitted by customer or prospective customer), as salesmen, as customer relation officer (pople who can foster good relation with all customers), as communicators.

Keyword: Excellent Service Strategy, Frontliner, Costomer Loyalty.

**STRATEGI PELAYANAN PRIMA OLEH *FRONTLINER*
UNTUK MEMBANGUN LOYALITAS NASABAH
DI BRI SYARIAH KC PURWOKERTO**

Elma Zakiati
NIM. 1617203015

Email: elmazakiati@gmail.com
Program DIII Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN)

ABSTRAK

Dalam menghadapi perkembangan perekonomian nasional yang senantiasa bergerak cepat, kompetitif dan terintegrasi dengan tantangan yang semakin kompleks serta sistem keuangan yang semakin maju, diperlukan penyesuaian kebijakan dibidang ekonomi, termasuk perbankan, salah satunya adalah bank syariah karena kebutuhan masyarakat Indonesia akan jasa-jasa perbankan syariah semakin meningkat.

Maksud dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Strategi Pelayanan Prima *Frontliner* Untuk Membangun Loyalitas Nasabah Di BRI Syariah KC Purwokerto. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field research*. Dimana peneliti turun langsung ketempat penelitian yaitu pada BRI Syariah KC Purwokerto. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti menuangkan hasil penelitian bahwasannya strategi pelayanan prima oleh *frontliner* pada BRI Syariah KC Purwokerto ada 4, antara lain : *Cross Selling*, *Up Selling*, Program Loyalitas, dan *Role Play*. Dimana strategi tersebut diterapkan untuk membangun loyalitas nasabah.

Seorang *frontliner* memiliki tugas yang sangat penting, yaitu fungsi dan tugas frontliner seperti menjadi *front line officer* (petugas yang berada di depan untuk melayani nasabah), sebagai resepsionis, sebagai *deskman* (melayani aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah), sebagai salesman, sebagai *customer relation officer* (orang yang dapat membina hubungan baik terhadap seluruh nasabah), sebagai komunikator.

Kata Kunci: Strategi Pelayanan Prima, *Frontliner*, Loyalitas Nasabah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam menghadapi perkembangan perekonomian nasional yang senantiasa bergerak cepat, kompetitif, dan terintegrasi dengan tantangan yang semakin kompleks serta sistem keuangan yang semakin maju, diperlukan penyesuaian kebijakan dibidang ekonomi, termasuk perbankan, salah satunya adalah bank syariah karena kebutuhan masyarakat indonesia akan jasa-jasa perbankan syariah semakin meningkat. Dalam UU No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah 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.¹

Bank sebagai perusahaan yang menyediakan jasa layanan kepada nasabah, pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada. Pelanggan adalah kunci untuk meraih keuntungan. Dalam jangka waktu yang panjang perusahaan yang akan tetap bertahan hidup dalam menghadapi persaingan bisnis yang mengglobal adalah perusahaan yang terus melakukan perbaikan dalam kegiatan pelayanan, operasional jasa atau inovasi produk untuk selalu meningkatkan kualitas.²

Seperti yang kita ketahui bahwa di era sebelum tahun 1980, faktor pelayanan nasabah atau pelanggan kurang mendapat perhatian dari berbagai perusahaan. Pelayanan kepada nasabah masih dianggap sepele dan tidak dipedulikan dengan anggapan nasabah yang membutuhkan perusahaan. Seiring dengan berkembangnya perekonomian Indonesia khususnya dan global umumnya serta kemajuan pola pikir dan perilaku masyarakat, pola seperti di atas menjadi semakin ditinggalkan. Kemajuan ekonomi telah mengakibatkan tingkat

¹ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

² Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm 3-4.

persaingan menjadi semakin tinggi sehingga perusahaan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelangganlah yang akan memperoleh simpati.³

Saat ini persaingan pada sektor jasa tidak hanya pada penjualan produk yang sesuai dengan target dan semata untuk mendapatkan laba, namun lebih ditekankan pada layanan yang baik pada sektor jasa terutama pada perbankan maka nasabahpun akan merasa puas, dengan kepuasan nasabah bank akan merasa diuntungkan karena akan menimbulkan kesetiaan nasabah terhadap perusahaan, dapat juga kekecewaan itu akan diceritakan kepada orang lain dan perusahaan akan kehilangan nasabah dan para calon nasabah lainnya. Setiap perusahaan yang memperhatikan kepuasan pelanggan akan memperoleh banyak manfaat.⁴

Tidak hanya Pelayanan Prima, namun bank juga harus memiliki strategi yang baik untuk menunjang pelayanan yang sudah ada menjadi Pelayanan Prima dengan strategi yang dimiliki perusahaan. Untuk mewujudkan pelayanan yang baik sesuai dengan ekspektasi para nasabah dibutuhkan strategi yang baik, menurut Johson dan Scholes yang dimaksud dengan strategi adalah arah dan ruang lingkup dari sebuah organisasi atau lembaga dalam jangka panjang, yang mencapai keuntungan melalui konfigurasi dan sumber daya dalam lingkup yang menantang, demi memenuhi kebutuhan pasar dan suatu kepentingan.

Tentu saja dalam hal ini petugas *Frontliner* memiliki peran yang cukup besar pada pemberian pelayanan yang baik kepada nasabah. Adapun peran dari *Frontliner* antara lain memberikan pelayanan langsung kepada nasabah, berinteraksi langsung dengan nasabah maupun calon nasabah, seperti *security* yang bertugas memberikan pelayanan di awal nasabah akan masuk kedalam bank, setelah nasabah menjelaskan maksud dan tujuannya kemudian di situlah peran *frontliner* dalam memberikan informasi kegiatan bank berkaitan *funding* serta *financing* adapun *teller* bertugas melayani nasabah dalam transaksi keuangannya, sehingga pelayanan *frontliner* bisa menjadi daya tarik nasabah

³ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm 5.

⁴ Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), hlm 3.

untuk menambatkan keinginan untuk menjadi nasabah dari lembaga perbankan tersebut.

Selain memberikan pelayanan terbaiknya untuk menarik nasabah yang baru datang, tentu saja *frontliner* juga harus dapat memberikan pelayanan-pelayanan terbaiknya untuk nasabah yang sudah lama bermitra dengan lembaga perbankan tersebut. Tentu saja dengan menggunakan pelayanan prima (*service excellence*) sehingga lembaga perbankan tersebut dapat memepertahankan kepuasan dari nasabah yang sudah lama bermitra.

Frontliner harus mampu mempelajari perilaku konsumen secara spesifik, yang bertujuan agar *frontliner* dapat mengetahui tingkah laku, kebiasaan, serta karakteristik konsumen. Berdasarkan informasi tersebut, *frontliner* harus menyusun strategi dan program loyalitas untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Keandalan sistem pelayanan sering menjadi penentu kepercayaan nasabah terhadap bank dan produk-produknya. Produk-produk dan jasa perbankan yang ditawarkan oleh berbagai bank bisa jadi sama, tetapi perbedaan dapat ditunjukkan melalui cara yang diterapkan oleh bank dalam melayani nasabah. Dunia perbankan menyadari betapa pentingnya memperoleh dan mempertahankan kepercayaan nasabah bagi keberhasilan bisnis bank.⁵

Oleh sebab itu, layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi produk atau jasa, pelanggan (dan bukan produsen atau penyedia jasa) yang menilai tingkat kualitas layanan sebuah perusahaan. Tantangannya, penilaian konsumen terhadap kinerja layanan yang diterima bersifat subyektif, karena tergantung persepsi masing-masing individu.⁶

BRI Syariah KC Purwokerto adalah salah satu bank yang terletak di wilayah Glempang, Bancarkembar, Purwokerto Utara merupakan lokasi yang

⁵ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm 178.

⁶ Fandy Tjiptono. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Alfabeta, 2012), hlm. 157.

strategis. Nasabah memperoleh kemudahan akses jalan. Hal ini menjadikan alasan utama nasabah memilih menggunakan jasa BRI Syariah KC Purwokerto. Pelayanan prima yang diberikan oleh *frontliner* BRI Syariah KC Purwokerto semuanya sangat penting.

Berdasarkan data dari BRI Syariah KC Purwokerto, berikut penulis sajikan data jumlah nasabah BRI Syariah KC Purwokerto selama 4 bulan terakhir.⁷

Tabel 1.1. Jumlah Nasabah Bulan Januari-April 2019

NO	BULAN	JUMLAH
1	Januari	84.302
2	Februari	85.564
3	Maret	85.529
4	April	87.971

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa jumlah nasabah mengalami sedikit penurunan pada bulan Maret. Hal tersebut dikarenakan karena kurangnya fasilitas dan adanya gangguan sistem. Untuk meningkatkan perbaikan tersebut perlu adanya perbaikan fasilitas dengan cara menambah fasilitas. Strategi pelayanan prima terdiri dari 4 macam, yaitu *cross selling*, *up selling*, program loyalitas, dan *role play*. Dengan adanya strategi tersebut dapat menambah keloyalan nasabah terhadap perusahaan. Sehingga nasabah BRI Syariah KC Purwokerto bisa dikategorikan sebagai nasabah yang loyal. Dengan demikian pelayanan prima yang harus diberikan oleh BRI Syariah KC Purwokerto harus lebih ditingkatkan agar nasabah semakin loyal. Apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tidak prima, pelanggan akan merasa kecewa dan pelanggan akan merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan. Hal ini bisa menimbulkan kesan yang kurang baik dimata nasabah. Selain itu juga dapat mengakibatkan nasabah beralih dari BRI Syariah KC Purwokerto ke lembaga

⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Aron Kuncoro selaku Manajer Marketing, Tanggal 24 April 2019.

keuangan bank lain yang menurut nasabah dapat memberikan pelayanan yang lebih prima.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam bagaimana peran Pelayanan Prima dapat membangun loyalitas nasabah. Maka melalui penelitian Tugas Akhir ini, penulis tertarik dengan judul **“Strategi Pelayanan Prima Oleh *Frontliner* Untuk Membangun Loyalitas Nasabah Di BRI Syariah KC Purwokerto”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan dalam masalah ini adalah: Bagaimana Strategi Pelayanan Prima oleh *Frontliner* untuk Membangun Loyalitas Nasabah di BRI Syariah KC Purwokerto?

C. Maksud dan Tujuan Penulisan Tugas Akhir

Maksud dan tujuan penulisan Laporan dari tugas akhir adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan prima oleh *frontliner* untuk membangun loyalitas nasabah di BRI Syariah KC Purwokerto. Dalam hal ini, penulis mencoba untuk menganalisis antara teori-teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan praktek yang terjadi di lembaga keuangan perbankan syariah, yaitu dengan melakukan observasi secara langsung di BRI Syariah KC Purwokerto. Selain itu juga dapat menambah pengetahuan khususnya untuk penulis sendiri dan untuk pembaca pada umumnya.

Selain itu, tujuan penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya dalam bidang Manajemen Perbankan Syariah.

D. Definisi Oprasional

Dari judul tugas akhir yang peneliti angkat, ada istilah-istilah yang mendapat penjelasan agar arah dan maksud penulisan tugas akhir ini menjadi

jelas dan tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami permasalahan yang dibahas, diantaranya:

1. Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, yang mana isu kritis atau faktor keberhasilan dapat dibicarakan, serta keputusan strategi bertujuan untuk membuat dampak yang besar serta jangka panjang kepada perilaku dan keberhasilan. Strategi juga merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.⁸

2. Pelayanan Prima

Pelayanan prima (*excellent service/customer care*) 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, perusahaan saat ini pada hakekatnya adalah menyediakan jasa yang harus tumbuh dan berkembang agar tetap bisa bertahan melayani masyarakat Indonesia sesuai dengan tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan.⁹

3. Frontliner

Sebuah fungsi jabatan atau pekerjaan dalam sebuah bank atau perusahaan jasa lainnya yang bertugas melayani *customer* (pelanggan) secara langsung, dalam hal ini termasuk memberi senyum, sapaan, sllam, serta rujukan solusi jika diperlukan. Secara umum tugas seorang *frontliner* bank adalah memberikan informasi secara jelas dan lengkap kepada nasabah maupun calon nasabah dari suatu bank.¹⁰

⁸ [https:// id.m.wikipedia.org/wiki/strategi](https://id.m.wikipedia.org/wiki/strategi). Diakses pada tanggal 8 April 2019, pukul 21.29 WIB.

⁹ Freddy Rangkruti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), hlm.289.

¹⁰ www.jobdesc.net, “Tugas dan Job Deskripsi Frontliner, CS, Teller”, diakses dari <http://www.jobdesc.net/job-desc/tugas-dan-job-deskripsi-frontliner-cs-teller.html>, pada tanggal 3 Juli 2019 pukul 20.48 WIB.

4. Loyalitas Nasabah

Schiffman et al dalam Mutua (2011) mengungkapkan bahwa loyalitas merupakan komitmen dari suatu pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang diukur dengan pembelian ulang.¹¹

5. BRI Syariah KC Purwokerto

Berawal dari akuisisi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. terhadap Bank Jasa Arta pada tanggal 19 Desember 2007 dan berdasarkan izin Bank Indonesia tanggal 16 Oktober 2008 melalui surat No.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRISyariah secara resmi beroperasi sekaligus mengubah kegiatan usahanya dari sebuah bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam.

Posisi PT. Bank BRISyariah semakin kokoh ketika pada tanggal 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan (spin off) Unit Usaha Syariah PT Bank Rakyat Indonesia dari PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. dan kemudian melebur ke dalam PT Bank BRISyariah berlaku efektif tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan akta dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRISyariah. Saham PT Bank BRISyariah dimiliki oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. dan Yayasan Kesejahteraan Pekerja PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

Saat ini PT. Bank BRISyariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. Bank BRISyariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRISyariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan. Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank BRISyariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan

¹¹ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 61.

memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah.

Hingga saat ini BRI Syariah Cabang Purwokerto telah memiliki 4 Kantor Cabang Pembantu dari kantor cabang Purwokerto. Berikut adalah kantor-kantor pelayanan BRI Syariah Cabang Purwokerto.

a. BRI Syariah KC Purwokerto

Alamat : Glempang, Bancarkembar, Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53115

b. BRI Syariah KCP Ajibarang

Alamat : JL.Raya Pancasan RT 02 RW 01 Banyumas

c. BRI Syariah KCP Purbalingga

Alamat : JL.MT.Haryono No. 45 Purbalingga

d. BRI Syariah KCP Cilacap

Alamat : JL.Ir. H. Djuanda Ruko Djuanda Blok A. No. 07 Cilacap

e. BRI Syariah KCP Kebumen

Alamat : JL. A. Yani No. 37 Kebumen

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui suatu strategi pelayanan prima oleh *frontliner* untuk membangun loyalitas nasabah, khususnya di BRI Syariah KC Purwokerto.

2. Bagi Bank

Bagi BRI Syariah KC Purwokerto, hasil penelitian ini dapat dipakai untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan serta dapat mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh signifikan dalam membentuk manajemen pelayanan prima yang baik.

3. Bagi Akademisi

Hasil kajian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, khususnya dibidang perbankan syariah dan dapat dijadikan acuan konsep dalam upaya pengembangan perbankan syariah yang selanjutnya.

4. Bagi Pembaca

Laporan Tugas Akhir ini dapat dijadikan sebagai referensi bacaan Laporan Tugas Akhir bagi adik tingkat kedepannya dan menjadi wacana yang baik yang dapat menambah wawasan dan ilmu bagi para pembaca, khususnya dalam meningkatkan kualitas pelayanan perbankan syariah.

F. Metode Penulisan Laporan Tugas Akhir

Dalam rangka mendukung kajian ini, untuk mempelajari suatu masalah dan prinsip-prinsip umum dengan menggunakan metode yang objektif,¹²

Metode penelitian ini terdiri dari:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), karena dalam penelitian ini peneliti turun langsung ketempat penelitian, dengan subyek penelitian BRI Syariah KC Purwokerto. Penelitian lapangan (*field research*) dapat juga dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode atau mengumpulkan data kualitatif. Ide pentingnya adalah bahwa peneliti berangkat ke ‘lapangan’ untuk mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Dalam hal ini demikian maka pendekatan ini terkait erat dengan pengamatan-pengamatan berperanserta. Peneliti lapangan biasanya membuat catatan lapangan secara ekstensif yang kemudian dibuatkan kodenya dan dianalisis dalam berbagai cara.¹³

¹² Atang Abdul Hakim dan Jaih Mubaro, *Metodologi Studi Islam*, (Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya, 1995), hlm. 55.

¹³ Lexy J. Moleong, *Metedologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 26.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Peneliti meneliti di BRI Syariah KC Purwokerto, yang beralamat Glempang, Bancarkembar, Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53115. Alasan penulis memilih BRI Syariah untuk penelitian Tugas Akhir, yaitu sesuai dengan agama yang dianut, karyawan yang bekerja sesuai dengan syariah, dan di dalam BRI Syariah produk-produk yang ditawarkan juga menganut prinsip-prinsip syariah yang sesuai dengan materi yang diajarkan di perkuliahan.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 7 Januari 2019 sampai dengan 8 Februari 2019.

3. Subjek dan Obyek

Subyek penelitian ini adalah *frontliner* BRI Syariah KC Purwokerto. Obyek penelitian ini adalah strategi Pelayanan Prima oleh *frontliner* untuk membangun loyalitas nasabah, Studi kasus di BRI Syariah KC Purwokerto.

4. Sumber Data

Sumber data yang utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen lain-lain. Adapun sumber data dari penelitian ini adalah:

a. Sumber Primer

Sumber primer dilibatkan oleh peneliti melalui wawancara dengan *Frontliner* BRI Syariah KC Purwokerto dan karyawan yang lainnya serta melalui pengamatan (observasi) terhadap operasional sehari-hari.

b. Sumber Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya didapatkan oleh penulis melalui orang lain atau dokumen yang merupakan data tambahan yang dapat mendukung penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Perlu dijelaskan bahwa pengumpulan data dapat dikerjakan berdasarkan pengalaman. Memang dapat dipelajari metode-metode pengumpulan data yang lazim digunakan, tetapi bagaimana mengumpulkan data dilapangan, dan bagaimana menggunakan teknik tersebut dilapangan atau dilaboratorium, berkehendak akan pengalaman yang banyak.

Secara umum metode pengumpulan data terbagi atas beberapa kelompok, yaitu:¹⁴

a. Metode Observasi (Pengamatan)

Observasi yaitu pengamatan dan pencatatan serta sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.¹⁵

Penulis melakukan observasi secara langsung dilapangan yaitu di BRI Syariah KC Purwokerto, untuk memperoleh data yang digunakan untuk penelitian Tugas Akhir.

b. Metode Wawancara (Interview)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara interview pada suatu atau beberapa karyawan BRI Syariah KC Purwokerto, baik secara terstruktur maupun tidak terstruktur, serta mewawancarai nasabah guna mengetahui tingkat loyalitas nasabah dalam pelayanan yang diberikan oleh BRI Syariah KC Purwokerto.¹⁶

Wawancara tersebut dilaksanakan bertujuan untuk memperoleh data sebagai bahan untuk menyusun Tugas Akhir penulis.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan kategorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang

¹⁴ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis* (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 83.

¹⁵ *Ibid*, hlm. 84.

¹⁶ *Ibid*, hlm. 89.

berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen maupun buku-buku, Koran, majalah, brosur, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Adapun sumber-sumber dokumentasi tersebut berasal dari Buku Laporan Tahunan BRI Syariah KC Purwokerto, brosur-brosur, formulir-formulir, dan sebagainya untuk mendukung informasi-informasi yang diperlukan untuk penelitian. Selain itu, penulis juga mengambil beberapa referensi yang berasal dari internet.

6. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹⁷

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.¹⁸

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara analisis data menurut Miles dan Huberman yang dibagi menjadi tiga macam aktivitas dalam analisis data kualitatif, yaitu:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 244.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 246.

memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.¹⁹

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis data dengan cara mereduksi data, memilih hal-hal pokok, dan memfokuskan hal-hal yang penting untuk penelitian ini.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan lain-lain. Dengan *display* data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut.²⁰

c. Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.²¹

¹⁹ *Ibid*, hlm. 247.

²⁰ *Ibid*, hlm. 249.

²¹ *Ibid*, hlm. 252.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dipaparkan di atas mengenai Strategi Pelayanan Prima Oleh *Frontliner* Untuk Membangun Loyalitas Nasabah pada BRI Syariah KC Purwokerto, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Strategi yang digunakan oleh *frontliner* BRI Syariah KC Purwokerto sangat beragam. Antara lain *cross selling* dan *up selling* untuk menjual produk yang terdapat di BRI Syariah KC Purwokerto. Program loyalitas dengan memberikan souvenir kepada nasabah yang menabung dan mendepositokan dananya dengan jumlah yang banyak, dan *Role play* yang digunakan untuk mencari tahu kekurangan dan cara mengembangkan kemampuan yang terdapat pada *frontliner*.

Berdasarkan strategi yang telah diterapkan di BRI Syariah KC Purwokerto diperoleh data bahwa selama 4 bulan terakhir berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan perubahan jumlah nasabah yang menurun dibulan ketiga, tetapi penurunan tersebut bersifat positif karena setelah penurunan ada peningkatan kembali. Sehingga strateginya harus lebih ditingkatkan lagi agar nasabah semakin loyal kepada BRI Syariah KC Purwokerto.

B. Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, penulis dapat mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi BRI Syariah KC Purwokerto

Berdasarkan penelitian yang telah diteliti Bagi BRI Syariah KC Purwokerto memperhatikan waktu pelayanan agar bisa dipercepat, supaya nasabah tidak bosan karena pelayanannya terlalu lama terutama pelayanan *frontliner*. Tingkatkan selalu *role play*, agar semua karyawan terutama karyawan pada *back office* bisa menggantikan peran *frontliner* ketika berhalangan hadir atau saat pergantian pada jam istirahat. Hubungan baik

antara nasabah dan BRI Syariah KC Purwokerto hendaknya dijaga dan dipertahankan. Semoga dalam perjalanan BRI Syariah KC Purwokerto bisa bekerja dan beribadah untuk membantu sesama yang berprinsip tolong menolong dengan menerapkan sistem bagi hasil yang menguntungkan kedua belah pihak serta selalu meningkatkan kualitas pelayanan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

BRI Syariah KC Purwokerto adalah salah satu bank yang terbesar di Indonesia. Sampai saat ini sudah memiliki beberapa cabang dan cabang pembantu salah satunya di Purwokerto. BRI Syariah KC Purwokerto membantu masyarakat dengan memberikan produk-produk yang beragam dan sesuai dengan kebutuhan. Bagi hasil yang menguntungkan dan kualitas pelayanan yang memuaskan. Keterbatasan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu hanya pada *frontliner* saja. Jadi untuk peneliti selanjutnya bisa melakukan penelitian yang lebih luas lagi seperti pada bagian produk-produk BRI Syariah KC Purwokerto ,tidak hanya pada *frontliner* .



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi* Bandung: Alfabeta.
- Brata, Atep Adya. 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hakim, Atang Abdul dan Jaih Mubaro. 1995. *Metodologi Studi Islam*, Jakarta: PT. Remaja Rusdakarya.
- Haryono, Budi. 2013. *How to Manage Customer Voice*, Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- [https:// id.m.wikipedia.org/wiki/strategi](https://id.m.wikipedia.org/wiki/strategi). Diakses pada tanggal 8 April 2019, pukul 21.29 WIB.
- [https://www.gurupendidikan.co. id](https://www.gurupendidikan.co.id). Diakses pada tgl 23 April 2019, pukul 21.22 WB.
- <https://www.pandagila.com/teknik-cross-sellng-up-selling/>. Diakses pada tanggal 8 April 2019, pukul 22.01 WIB.
- <https://www.pandagila.com/teknik-cross-sellng-up-selling/>. Diakses pada tanggal 8 April 2019, pukul 22.13 WIB.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank* Jakarta: Purnada Media.
- Kasmir. 2011. *Etika Customer Service*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metedologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rahmayanti, Nina. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rangkruti, Freddy. 2014. *Teknik membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI* Jakarta: PT. Gramedia.
- Rangkruti, Freddy. 2016. *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayannan Prima* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank* Yogyakarta: Liberty.
- Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis* Yogyakarta: Teras.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: CV Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Alfabeta.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Wahjono, Sentot Imam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wood, Ivonne. 2009. *Layanan Pelanggan* Yogyakarta: Graha Ilmu.

www.brisyariah.co.id. Diakses pada tanggal 23 April 2019, pukul 23.00 WIB.

