

**PERAN PELAYANAN CUSTOMER SERVICE (CS)  
TERHADAP NASABAH DI BANK MUAMALAT INDONESIA  
KC MANADO**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Dalam Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

Jouri Jourkaef Modeong

NIM: 17.4.1.020

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**MANADO**

**2024 M. / 1446 H.**



**KEMENTERIAN AGAMA RI.**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH**

*Jl. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ringroad I Kota Manado Telp. (0431) 860616 Manado 95128*

**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado  
Di-  
Manado

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara/i:

Nama : Jouri Jourkaef Modeong  
NIM : 17.4.1.020  
Judul Skripsi : Peran Pelayanan Customer Service Terhadap Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KC Manado

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu/Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Rumpun Keilmuan Ekonomi Syari'ah.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara/i tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Manado, 4 Oktober 2024

Pembimbing I

Ridwan Jarnal, S.Ag, M.HI  
NIP. 196512311998031008

Pembimbing II

Youlanda Hasan, SE., MM.  
NIDN. 2001088502

Mengetahui;  
Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah


Fitria Ayu Lestari Niu, M.S.A.  
NIP. 199403152019032018

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, "PERAN PELAYANAN CUSTOMER SERVICE (CS) TERHADAP NASABAH DI BANK MUAMALAT INDONESIA KC MANADO" yang disusun oleh Jouri Jourkaef Modeong, NIM: 17.4.1.020, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Selasa 8 Oktober 2024 bertepatan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarakat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah, dengan beberapa perbaikan.

Manado, 27 Oktober 2024 M

### DEWAN PENGUJI

Ketua	: Ridwan Jamal, S.Ag, M.HI	(.....  )
Sekretaris	: Youlanda Hasan, SE., MM	(.....  )
Munaqisy I	: Sjamsuddin AK Antuli, S.Ag.,M.Ag	(.....  )
Munaqisy II	: Sofyan Oktavian Tubagus, M.Si	(.....  )
Pembimbing I	: Ridwan Jamal, S.Ag, M.HI	(.....  )
Pembimbing II	: Youlanda Hasan, SE., MM	(.....  )

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si**  
NIP. 197009061998032001

## TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Latin berdasarkan surat keputusan bersama menteri agama RI, dan menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI nomor 158/1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

Transliterasi Arab-Latin IAIN

Manado adalah sebagai berikut:

### 1. Konsonan Tangal

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	a	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ث	ṣ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	ẓ	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	’
ص	Ṣ	ي	Y
ض	ḍ		

### 2. Konsonan Lengkap

Konsonan lengkap, termasuk tandah *syaddah*, harus ditulis secara lengkap, seperti:

لحمدية : ditulis *Ah{madiyah*

شميسة : ditulis *Syamsiyyah*

### 3. *Ta>’Marbu>t{ah* di Akhir Kata

- a. Bila dimatikan ditulis “h”, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia:

جمهورية : ditulis *Jumhu>riyyah*

مملكته : ditulis *Mamlakah*

- b. Bila dihidupkan karena berangkat dari kata lain, maka ditulis “t” :

الله نعمة : ditulis *Ni’matullah*

ذكاة الفطر : ditulis *Zaka>t al-Fit}r*

### 4. Vokal Pendek

Tandah *fat{ah* ditulis “a”, *kasrah* ditulis “I”, dan *d}amah* ditulis “u”.

### 5. Vokal Panjang

- a. “a” panjang ditulis “a>”, “i” panjang ditulis “i>”, dan “u” panjang ditulis “u>”, masing-masing dengan tanda *macron* ( > ) di atasnya.

- b. Tanda *fat{hah + wawu>* mati ditulis “au”.

### 6. Vokal-vokal Pendek Berurutan

Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (‘)

ا انتم : *a’antum*

مؤنث : *mu’annas*

### 7. Kata Sandang Alif+Lam

- a. Bila diikuti huruf *qamariyyah* ditulis dengan al- :

القران : ditulis *al-Qur’a>n*

- b. Bila diikuti huruf *syamsiyyah*, maka al-diganti dengan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya :

السنة : ditulis *as-Sunnah*

### 8. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD.

## 9. Kata dalam Rangkaian Frasa Kalimat

- a. Ditulis kata per kata atau;
- b. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut:

شيخ الإسلام	: <i>Syaikh al-Islam</i>
تاج الشريعة	: <i>Ta&gt;j asy-Syari&gt;'ah</i>
التصوير الإسلامي	: <i>At-Tas}awwur al-Isla&gt;mi&gt;</i>

## 10. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KKB) seperti kata *ijmak*, *nas*, *akal*, *nalar*, *paham*, dsb., ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

**PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Jouri Jourkaef Modeong

NIM : 17.4.1.020

Program : Sarjana (Strata Satu)

Intitusi : IAIN Manado

Dengan sungguh-sungguh mengutarakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan ialah hasil penelitian ataupun karya saya sendiri, terkecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 8 Oktober 2024



Jouri Jourkaef Modeong

NIM: 17.4.1.020

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan Rahmat, Taufik, Nikmat serta hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado. Shalawat serta salam "Allahumma Sholli'ala Sayyidina Muhammad" penulis sampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, sahabatnya, dan semoga kita semua mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dengan judul "*Peran Pelayanan Customer Service (CS) Terhadap Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia KC Manado.*" tidak terlepas dari bimbingan, kerja keras, doa, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Rajafi, M.HI. Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, beserta Wakil rektor I Bapak Dr. Edi Gunawan, M.HI, Wakil rektor II Ibu Dr. Hj. Salma, M.HI, Wakil rektor III Ibu Dr. Mastang Ambo Baba, M.Ag.
2. Ibu Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado. Alm. Bapak Ridwan Tabe, S.Pd, M.Si., selaku Wakil Dekan I Sekaligus sebagai dosen penasehat akademik yang telah membimbing penulis selama menempuh studi., Ibu Dr. Nurlaila Harun, M.Si selaku wakil dekan II, Bapak Dr. Syarifuddin, M.Ag., selaku Wakil Dekan III, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado.
3. Ibu Fitria Ayu Lestari Niu, M.S.A. Ak., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado. Ibu Lily Angrainy selaku Sekretaris Prodi, dan juga seluruh bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis sampai saat penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Ridwan Jamal, S.Ag, M.HI selaku pembimbing I yang sudah sangat banyak memberikan masukan baik secara lisan maupun tulisan dalam penulisan skripsi ini.



5. Ibu Youlanda Hasan, SE., MM. selaku pembimbing II yang sudah sangat memberikan masukan baik secara lisan maupun tulisan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Delmus Puneri Salim, S.Ag.,M.A.,M.Res.,Ph.D selaku pembimbing sebelumnya yang sudah sangat membantu dari awal hingga akhir dan juga banyak memberikan motivasi dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
7. Yang terkasih kedua orang tua penulis, Ayah Jukrin Modeong dan Ibu Erni Potabuga dan semua keluarga yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
8. Bapak Sjamsuddin AK Antuli, S.Ag.,M.Ag selaku penguji utama yang telah memberikan arahan dan masukan pada skripsi ini.
9. Bapak Sofyan Oktavian Tubagus, M.Si selaku penguji kedua yang sudah sangat memberikan masukan baik secara lisan maupun tulisan dalam penulisan skripsi ini.
10. Seluruh Dosen Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado yang memberikan ilmu bagi penulis selama masa perkuliahan.
11. Pihak Bank Muamalat Indonesia KC Manado, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di Bank Muamalat KC Manado
12. Terima kasih untuk keluargaku terutama untuk kakak Tetty Modeong dan Afie Ramadhani Aslah, Nenek Ensong Modeong dan Alm. Kakek Mardjan Potabuga, yang telah memberikan dukungan do'a, motivasi, dan bantuan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
13. Kepada teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2017, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, yang telah memberikan doa, dukungan dan juga bantuan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan jasa-jasa yang telah mereka berikan kepada penulis. Pada akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membantu akan sangat berguna bagi penulis agar dalam penulisan karya ilmiah selanjutnya akan menghasilkan karya yang lebih baik. Akhir kata semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Manado, 8 Oktober 2024

Penulis

Jouri Jourkaef Modeong

NIM: 17.4.1.020

## ABSTRAK

**Nama** : Jouri Jourkaef Modeong  
**NIM** : 17.4.1.020  
**Pogram Studi** : Ekonomi Syariah  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis Islam  
**Judul Skripsi** : Peran Pelayanan Customer Service (CS) Terhadap Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia KC Manado

---

---

Peran Pelayanan yang akan berjalan dengan baik, ketika interaksi antara nasabah dan Customer Service berjalan dengan baik. Interaksi dan komunikasi terjadi antara Customer Service dengan nasabah antara lain; apa yang mereka katakan, bagaimana mereka mengatakan, apa yang mereka lakukan, dan bagaimana mereka melakukan interaksi antara nasabah (pelanggan) tentunya dengan peralatan teknis dan fisik yang ada dalam organisasi, seperti: pengisian dokumen/formulir, cara pembayaran dan lain sebagainya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran pelayanan Customer Service terhadap nasabah dalam upaya untuk meningkatkan pelayanan pada Bank Muamalat KC Manado. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang bersifat alami dan ditampilkan sesuai adanya, serta menggunakan literatur untuk acuan dalam pembahasan dengan teknik pengumpulan data menggunakan Observasi, Wawancara, dan juga Dokumentasi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara garis besar bahwa pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia KC Manado saat ini sudah cukup baik, hanya saja prasarana yang terkadang masih kurang mendukung untuk proses cepatnya pelayanan nasabah yang ingin bertransaksi. Sehingga perlu adanya strategi tambahan untuk menunjang lancarnya proses pelayanan yang diberikan oleh karyawan terutama Customer service pada nasabah di Bank Muamalat Indonesia KC Manado. Peran Costumer service dalam meningkatkan pelayanan pada Bank Muamalat KC Manado, saat ini sudah cukup baik.

**Kata Kunci:** *Pelayanan, Costumer Service, Bank Muamalat.*

**ABSTRACT**

Name of the Author : Jouri Jourkaef Modeong  
Student Id Number : 17.4.1.020  
Faculty : Islamic Economics and Business  
Study Program : Sharia Economics  
Thesis Title : The Role of Customer Service (CS) towards Customers  
at Bank Muamalat Indonesia KC Manado

---

Service Role which will run well, when the interaction between customers and Customer Service goes well. Interaction and communication occur between Customer Service with customers, among others; what they say, how they say it, what they do, and how they interact between clients (customers) of course with the technical and physical equipment that exists in the organization, such as: filling out documents/forms, payment methods and so on. This research aims to determine the role of Customer Service for customers in an effort to improve services at Bank Muamalat KC Manado. In this research, the research method used is a qualitative method which is natural and presented as it is, and uses literature as a reference in discussions with data collection techniques using observation, interviews and documentation. The research results show that in general the service provided by Bank Muamalat Indonesia KC Manado is currently quite good, it's just that the infrastructure sometimes still doesn't support the fast service process for customers who want to make transactions. So there is a need for additional strategies to support the smooth service process provided by employees, especially customer service to customers at Bank Muamalat Indonesia KC Manado. The role of customer service in improving services at Bank Muamalat KC Manado is currently quite good.

**Keywords:** *Service, Customer Service, Bank Muamalat*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
TRANSLITERASI .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK .....	xi
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Kegunaan Penelitian .....	7
G. Definsisi Operasional .....	8
H. Penelitian Terdahulu .....	10
<b>BAB II. KAJIAN TEORI</b>	
A. Pengertian dan Landasan Hukum Bank Muamalat .....	14
B. Pengertian Peran .....	15
C. Customer Service .....	18
D. Keluhan Nasabah .....	22
E. Teori Pelayanan .....	29
F. Minat .....	34
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	40
B. Sifat Penelitian .....	40
C. Sumber Data .....	40
D. Teknik Pengumpulan Data .....	42
E. Teknik Analisis Data .....	44

**BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	45
B. Peran Pelayanan Costumer Service.....	56
C. Pembahasan.....	62

**BAB V. PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70

**LAMPIRAN****RIWAYAT HIDUP**

**DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Daftar Wawancara
- Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 3 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 4 : Surat Keterangan Selesai Penelitian
- Lampiran 5 : Bebas Plagiasi

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Bank Muamalat merupakan sebuah lembaga keuangan perbankan Nasabah dengan menawarkan dan menerapkan beberapa macam produk transaksi berlandaskan kepada konteks aktivitas dan prinsip-prinsip filosofis ekonomi Bank Muamalat yang ada dalam teks sebagai petunjuk bagi perilaku ekonomi manusia. Berdasarkan sistem ajaran tersebut, terlihat bahwa segala macam proses transaksi Bank Muamalat meliputi berbagai aspek ajaran, yaitu mulai dari persoalan hak atau hukum sampai kepada urusan lembaga keuangan.<sup>1</sup>

Yang dimaksudkan dengan prinsip-prinsip filosofis ekonomi Bank Muamalat adalah seperangkat ajaran yang mendasari dan menjadi acuan segala aktifitas ekonomi manusia/umat manusia. Dengan demikian bahwa sesungguhnya produk yang ada dan ditawarkan oleh Bank Muamalat sebagai intermediary financial merujuk kepada prinsip ekonomi Bank Muamalat sebagai warisan yang kaya dari pemikiran-pemikiran manusia untuk dibuka kembali meskipun kebanyakan dari hal-hal tersebut tidak bisa langsung diaplikasikan dalam waktu yang sekarang tetapi memberikan ladang yang subur untuk penyelidikan selanjutnya, dan membuka pintu gerbang ke epistemology yang berbeda.

Sistem ekonomi Islam yang merupakan ruh dalam pengelolaan transaksi di Bank Muamalat mengandung unsur teologis. Hal ini mencerminkan sikap dan perilaku dalam berinteraksi sosial yang berhubungan dengan masalah perekonomian untuk mencapai kebutuhan hidup berlandaskan kepada nilai-nilai ekonomi Islam

Dalam sistem ekonomi Islam juga mengandung unsur sosial yang tercermin pada kewajiban setiap individu untuk selalu menyeru pada kebaikan. Begitu pula dengan kehadiran Bank Muamalat di kota Manado yang pada

---

<sup>1</sup> Bustari Muchtar dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 3



prinsipnya tidak berbeda dengan keberadaan Bank-Bank lainnya. Keberadaan Bank Muamalat di kota Manado pada perkembangannya akhir-akhir ini cukup menjanjikan dengan ditandai semakin menjamurnya Nasabah yang bertransaksi dan berinvestasi di Bank tersebut.

Perjuangan sistem ekonomi Islam sebagai sistem alternatif setelah kegagalan sistem komunisme dan kapitalisme mensejahterakan manusia dan mengangkat kemanusiaan masih sangat panjang. Rentang waktu pertengahan abad 20 sampai awal abad 21 adalah titik tolak dari perkembangan sistem ekonomi. Pelan namun pasti sangat diharapkan sistem ekonomi Bank Muamalat akan membuktikan bahwa bukan hanya didataran ide ataupun konsep, namun terimplementasi dan membumi.

Mempelajari permasalahan-permasalahan yang melingkupi lembaga keuangan Bank Muamalat dan nilai-nilai positif yang telah ada, maka lembaga keuangan Bank Muamalat harus segera meningkatkan profesionalitas, sehingga akan dapat mengangkat citra. Secara detail, keterkaitan lembaga keuangan Bank Muamalat dengan konsumennya akan sangat dipengaruhi oleh komitmen untuk inovasi yang terus menerus dan pandangan yang seimbang mengenai penelitian dalam pengambilan keputusan. Lembaga keuangan Bank Muamalat dapat melakukan manajemen pemasaran yang lebih baik. Pada prinsipnya, para pemasar dan mereka yang berusaha mempengaruhi perilaku konsumen terletak pada empat premis yang esensial yaitu:

1. Konsumen adalah raja. Konsumen memiliki kemampuan penuh menyaring semua upaya untuk mempengaruhi mereka, dengan hasil bahwa semua yang dilakukan oleh perusahaan niaga harus disesuaikan dengan motivasi dan perilaku konsumen.
2. Motivasi dan perilaku konsumen dapat dimengerti melalui penelitian. Prediksi yang sempurna tidak dimungkinkan, tetapi hasil strategis sangat meningkat melalui penelitian yang dijalankan dan dimanfaatkan dengan benar.
3. Perilaku konsumen dapat dipengaruhi melalui kegiatan persuasif yang menanggapi konsumen secara serius sebagai pihak yang berkuasa dan dengan maksud tertentu.

4. Bujukan dan pengaruh konsumen memiliki hasil yang menguntungkan secara sosial asalkan pengamanan hukum, etika, dan moral berada pada tempat untuk mengekang upaya manipulasi.<sup>2</sup>

Dengan mengacu kepada hal-hal sebagaimana tersebut di atas, diharapkan dengan adanya perbankan Bank Muamalat khususnya Bank Muamalat dapat berperan untuk mengatasi krisis ekonomi yang semakin mengglobal. Hal yang terpenting juga adalah, kehadiran Costumer Service yang berperan crucial terhadap pengembangan pengelolaan perusahaan khususnya Bank Muamalat di Kota Manado. Costumer Service merupakan aset perusahaan. Kehadiran Costumer Service begitu sangat penting hingga saat ini, tanpa adanya Costumer Service tidak akan terjadi kelancaran dan proses produksi suatu perusahaan.

Peranan Customer Service juga merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh perusahaan. Dalam melakukan pelayanan peranan dari Customer Service ini berhubungan langsung dengan pilihan konsumen, maka diperlukan Customer Service yang handal. Bank perlu menyiapkan sumber daya manusia yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. SDM yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah inilah disebut dengan Customer Service (CS). Pengertian Customer Service secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>3</sup>

Agar pelayanan (*service*) yang diberikan berjalan dengan baik, maka interaksi antara nasabah dan Customer Service haruslah berjalan dengan baik. Interaksi ini terjadi komunikasi antara Customer Service dengan nasabah, meliputi: apa yang mereka katakan, bagaimana mereka mengatakan, apa yang mereka lakukan, dan bagaimana mereka melakukan interaksi antara nasabah (pelanggan) dengan peralatan teknis dan fisik yang ada dalam organisasi, seperti: pengisian dokumen/formulir, cara pembayaran dan lain sebagainya.

---

<sup>2</sup> Amir Mualim, MIS., *Persepsi Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan* (MSI-UII.Net - 13/8/2004

<sup>3</sup> Sunarto, *Customer Service*, (Jakarta: PPM, 2006), h. 3.

Perlu juga diingat bahwa dalam memerikan pelayanan, Costumer Service bank selalu dituntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar harga diri atau etika.

Seorang Customer Service memegang peranan sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau public relation. Customer Service bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara membujuk calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. Customer Service juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, tugas-tugas yang diemban oleh para Customer Service merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.<sup>4</sup>

Sumber daya manusia yang terlibat dalam proses penyampaian jasa sangat penting peranannya dalam menentukan jasa yang dihasilkan dan dalam menentukan persepsi pelanggan terhadap jasa yang bersangkutan. Oleh sebab itu, sumber daya manusia menjadi unsur penting dalam penawaran jasa. Perbedaan utama antara perusahaan penghasil produk berupa barang dengan perusahaan penghasil jasa adalah pada pelayanannya, dimana perusahaan jasa dituntut lebih mengoptimalkan kualitas dari customer service. Bagi perusahaan jasa tentu saja cukup sulit untuk mendapatkan standar pelayanan yang sama di mata konsumen. Tantangan bagi pihak manajemen jasa saat ini adalah bagaimana mengintegrasikan seluruh elemen yang ada dalam Customer Service agar sesuai dengan strategi dan operasi perusahaan yang telah ditetapkan.

Upaya bank menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah adalah dengan cara bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakat. Citra ini dibangun melalui kualitas pelayanan terhadap produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif. Oleh karena itu, bank menawarkan keamanan, kemudahan, tingkat bunga yang menarik yang hampir dimiliki oleh semua bank yang ada saat ini. Bagi bank keunggulan dan kualitas pelayanan

---

<sup>4</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 250.

yang dimiliki merupakan faktor penarik calon nasabah agar mau menjadi nasabah. Pelayanan nasabah atau Customer Service pada sebuah bank adalah merupakan jasa pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berkaitan dengan kegiatan usaha dan operasional bank sehari-hari.<sup>5</sup>

Peranan Customer Service juga merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh suatu perusahaan. Dalam melakukan pelayanan peranan dari Customer Service ini berhubungan langsung dengan pilihan konsumen, maka diperlukan Customer Service yang handal. Pengertian Customer Service secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>6</sup> Customer Service memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak bank dalam menghadapi nasabah. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang Customer Service yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. Customer Service juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.<sup>7</sup>

Customer Service itu ibarat wajah terdepan sebuah bank. Seorang Customer Service mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan nasabah, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi bank dengan detail. Cara Customer Service dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sesungguhnya sikap bank tersebut dalam memberikan layanan kepada nasabahnya. Sehingga baik buruk pelayanannya akan mempengaruhi persepsi nasabah terhadap bank tersebut.

Fungsi utama dari unit Customer Service lebih cenderung kepada fungsi marketing karena unit ini merupakan jembatan yang menghubungkan kepentingan nasabah dan kegiatan operasional bank. Pada umumnya unit Customer Service tidak melaksanakan secara langsung administrasi

---

<sup>5</sup> A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 135.

<sup>6</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 202

<sup>7</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 145

pembukuan dari transaksi financial yang dilakukan oleh nasabah, tetapi membantu nasabah yang hendak berhubungan dengan bank. Peranan Customer Service disini dapat disebut sebagai unit *front line* bank yang sangat penting, yaitu sebagai pelaksana proses awal kegiatan bank yang berhubungan langsung dengan nasabah. Secara garis besar tugas dari Customer Service meliputi pemberian informasi serta pelayanan khususnya pada produk dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado.

Persepsi konsumen atau nasabah atas nilai dan kualitas sering kali ditentukan oleh Customer Service yang mengiringi produk utama sebuah bank. Demikian halnya yang terjadi pada personal Customer Service yang ada di Bank Muamalat Cabang Manado, saat ini customer service telah menjadi senjata utama dalam usaha memenangkan persaingan, seiring banyaknya perusahaan perbankan yang mempunyai produk yang sama untuk ditawarkan kepada nasabah atau calon nasabah. Customer Service tidak hanya melayani namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Nasabah membutuhkan informasi yang lengkap dan jelas, pelayanan yang cepat, kenyamanan pelayanan, disamping produk utama yang mereka inginkan. Customer Service yang baik mampu mengerti keinginan nasabah dan senantiasa memberikan nilai tambah di mata nasabah.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, bisa diidentifikasi terkait pada penelitian ini, yaitu Peran Customer Service dalam menangani atau mengatasi nasabah, keluhan nasabah membuat customer service semakin professional, solusi yang diberikan kepada nasabah menambah peranan penting customer service, dan persepsi nasabah atas pelayanan Customer Service pada Bank Muamalat Indonesia KC Manado.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, perlu adanya pembatasan masalah yang akan diteliti. Maka penelitian ini hanya pada pelayanan Customer Service terhadap nasabah di Bank Muamalat Indonesia KC Manado.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang akan menjadi masalah pokok di dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana Peran Pelayanan Customer service terhadap Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KC Manado”.

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran pelayanan Customer service terhadap nasabah di Bank Muamalat Indonesia KC Manado.

### **F. Kegunaan Penelitian**

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memiliki arti akademis (*academic significance*) yang dapat menambah informasi karakteristik dan perilaku nasabah serta faktor-faktor yang mempengaruhi Nasabah dalam memilih Bank Muamalat, serta Memberikan informasi untuk potensi pengembangan Bank Muamalat yang meliputi segmen pasar, potensi pasar dan persepsi Nasabah terhadap Bank Muamalat.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi *guide* (pedoman) bagi mereka yang berkecimpung dalam dunia perbankan serta memperkaya khazanah ilmu pengetahuan pada umumnya, dan Untuk kepentingan sosial, hasil penelitian ini diharapkan mempunyai arti ke Nasabahan (*social significance*), khususnya bagi Nasabah yang peduli terhadap keberadaan lembaga perbankan Bank Muamalat.

## G. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran judul yang dimaksudkan pada penulisan ini, maka terlebih dahulu penulis memberikan batasan pengertian terhadap istilah atau term-term sebagai kata kunci secara operasional, sebagai berikut:

Peran adalah: seperangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh yang berkedudukan di masyarakat. Dalam bahasa Inggris peranan disebut “*role*” yang definisinya adalah “*person’s task or duty in undertaking.*” Artinya “tugas atau kewajiban seseorang dalam suatu usaha atau pekerjaan.” Peran diartikan sebagai perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat. Sedangkan peranan merupakan tindakan yang dilakukan oleh seorang dalam suatu peristiwa<sup>8</sup> sedangkan pengertian Customer Service adalah setiap orang yang menyediakan jasa (baik dalam bentuk pikiran maupun dalam bentuk tenaga) dan mendapatkan balas jasa ataupun kompensasi yang besarnya telah ditentukan terlebih dahulu.<sup>9</sup>

Peran Customer Service yang penulis maksudkan adalah kecenderungan atau kesukaan dan ketertarikan Nasabah terhadap kinerja Customer Service di Bank Muamalat kota Manado dalam memilih Bank Muamalat.

Nasabah adalah: “*Sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama*”.<sup>10</sup> Nasabah yang dimaksud adalah Nasabah di kota Manado yang menjadi tempat penelitian penulis.

Bank Muamalat adalah “lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa di lintas-lintas pembayaran dan peredaran uang yang berkaitan dengan urusan ke Nasabahan.”<sup>11</sup> Bank Muamalat yang penulis

---

<sup>8</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h. 854

<sup>9</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Managemen Sumber Daya Manusia*. (Bandung: Bumi Aksara, 2002), h. 41

<sup>10</sup> Tim Penyusunan Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahas Indonesia* (Balai Pustaka; 1988), h. 564

<sup>11</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Op.cit.*, h. 78

maksudkan adalah Bank Muamalat cabang Manado sebagai tempat penelitian penulis.

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini merujuk kepada apa yang menjadi tujuan penelitian yang tertuang dalam rumusan masalah yaitu :

Perilaku Nasabah adalah tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan yang hanya memilih Bank Muamalat atau memilih bank syariah dan Bank Bank Muamalat. Indikator pengukuran.

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan oleh Bank Muamalat kepada calon nasabah berupa jasa dari bank Muamalat tersebut yang dijadikan pedoman dalam mempengaruhi pengambilan keputusan. Indikator untuk mengukur faktor produk yaitu Variabel menabung yang terkait adalah :

1. Program Tabungan Prima Berhadiah (TPB)
2. Tabungan iB Hijrah.
3. Tabungan iB Hijrah Valas.
4. Tabunganku.
5. Tabungan iB Hijrah Rencana.
6. Tabungan iB Hijrah Prima.
7. Tabungan iB SimPel.
8. Tabungan iB Hijrah Haji.

Adapun hal-hal lain yang berkaitan dengan aktifitas kinerja dan peran Costumer Service pada Bank Muamalat adalah:

1. Promosi adalah informasi mengenai keberadaan atau kinerja Bank Muamalat kepada Nasabah yang berguna untuk mempengaruhi mengambil keputusan memilih Bank Muamalat. indikator untuk mengukur faktor promosi yaitu Variabel yang terkait adalah: Publikasi media massa, RM (relationship manajer), Brosur
2. Distribusi adalah lokasi dimana Bank Muamalat berada atau berpotensi. Lokasi mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan memilih bank Muamalat. Indikator untuk mengukur faktor lokasi yaitu Variabel yang terkait adalah: Lokasi yang mudah dijangkau dan Lokasi dekat pertokoan



3. Lingkungan fisik adalah lingkungan atau keadaan fisik Bank Bank Muamalat yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa. Indikator untuk mengukur faktor lingkungan fisik yaitu Variabel yang terkait adalah: Tempat parkir luas dan aman, dan Gedung yang megah.
4. Proses adalah kegiatan-kegiatan yang menunjukkan bagaimana kegiatan pelayanan diberikan kepada nasabah selama melakukan transaksi yang turut mempengaruhi pengambilan keputusan memilih Bank Muamalat. Indikator untuk mengukur faktor proses yaitu Variabel yang terkait adalah: Kemudahan transaksi, Melayani nasabah sesuai *Service Level agreement*, Menanggapi keluhan nasabah sesegera mungkin, dan Melakukan catatan transaksi nasabah dengan benar.
5. Personal adalah orang atau personal dalam Bank Muamalat yang langsung atau tidak langsung turut serta dalam proses kegiatan Bank yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat. Indikator untuk mengukur faktor personal yaitu Variabel yang terkait adalah: Pegawai berpakaian rapih, Sikap ramah, Pegawai terampil, dan Professional

## H. Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu pada dasarnya dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai topik yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya agar tidak terjadi pengulangan dalam penelitian kali ini. Berdasarkan penelusuran referensi penelitian yang dilakukan oleh penulis terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkorelasi dengan penelitian penulis. Diantaranya yaitu:

1. Penelitian skripsi pada tahun 2021 yang dilakukan oleh Ita Purnamasari mahasiswa Universitas Pamulang (Unpam) dengan judul “Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Bima”. Penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan melakukan penelitian dengan pengamatan langsung yang bersifat interaktif dan memaparkan sesuai data yang didapat. Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut, maka disimpulkan bahwa Hasil penelitian dan analisis data diperoleh bahwa Customer

Service berperan penting dalam meningkatkan mutu pelayanan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Bima. Semakin baik pelayanan yang diberikan customer service kepada para nasabah, maka mutu pelayanan terhadap nasabah akan semakin meningkat. Hal ini terbukti dengan jumlah presentasi jawaban responden yang cukup banyak memberikan jawaban sangat setuju terhadap ke empat dimensinya yang terdiri dari *Satisfaction* (Kepuasan), *Service* (Pelayanan), *Desire* (Keinginan) dan *Needs* (Kebutuhan) dalam meningkatkan mutu pelayanan.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu terletak pada Lokasi bank. Penelitian di atas mengambil salah satu unit Customer service yaitu CS dan berlokasi di Bank PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Bima. Sedangkan penelitian ini akan meneliti secara keseluruhan unit Customer service dan berlokasi di PT. Bank Muamalat KC Manado.

2. Penelitian skripsi pada tahun 2022 oleh Gladysa Gemintang Putri mahasiswi Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta dengan judul “Strategi pelayanan Customer Service Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan di KCP Bank Mandiri Cinere Depok”. Penelitian tersebut dilakukan melalui penelitian lapangan kemudian di analisis secara deskriptif kualitatif. Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Pelayanan yang dilakukan pihak Bank Mandiri terhadap nasabah adalah Customer Service harus menanyakan keperluan pelanggan, Customer Service mendengarkan dengan seksama keinginan pelanggan, Customer Service memproses dengan tepat dan cepat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, Customer Service mengucapkan terimakasih, Customer Service mengungkapkan harapannya agar pelanggan memahami prosedur, dan apabila mengalami kesulitan dapat menghubungi pihak Customer Service kembali. Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini sama-sama membahas mengenai *Customer Service* yang merupakan bagian dari unsur penting pada sebuah bank. Sedangkan perbedaannya terletak pada tujuan penelitian dimana pada penelitian di atas membahas

mengenai Strategi Pelayanan *Customer Service* dan teller dalam meningkatkan jumlah Nasabah Tabungan sedangkan penelitian ini membahas mengenai peran pelayanan Customer service secara keseluruhan terhadap nasabah.

3. Penelitian skripsi di tahun 2022 oleh Rysca Andraevi mahasiswi Politeknik Negeri Balikpapan dengan judul skripsi “Peranan Customer Service Dalam Pelayanan Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Balikpapan Sudirman”. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif. Berdasarkan penelitian tersebut menunjukkan bahwa Fungsi dan Tugas Customer Service pada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Balikpapan Sudirman memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan nasabah, sehingga dalam pelayanan dilakukan dengan penuh kecekatan dan ketekunan, melayani nasabah dengan setulus hati, juga menerapkan budaya layanan yaitu sigap, mudah, akurat, ramah dan terampil.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana penelitian di atas objek penelitiannya Meningkatkan Loyalitas Nasabah. Sedangkan penelitian ini objek penelitiannya adalah peran Customer service terhadap nasabah di Bank Muamalat Tbk. KCP Manado.

4. Penelitian skripsi di tahun 2023 oleh Dadang Yudih mahasiswa Universitas Suryakencana dengan judul skripsi “Analisis Kualitas Pelayanan Customer Service Pada Kepuasan Nasabah Di Bank Bjb Syari’ah Kcp Cianjur”. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, telah diketahui Bank BJB Syariah KCP Cianjur telah memberikan pelayanan yang baik bagi nasabahnya. Namun dalam realitanya Bank BJB Syariah KCP Cianjur terus memperbaiki kualitas pelayanannya untuk menciptakan kepuasan bagi nasabahnya.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga tertuju pada customer service. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana penelitian di atas objek penelitiannya kepuasan nasabah di Bank BJB Syariah KCP Cianjur. Sedangkan penelitian ini objek penelitiannya adalah peran Customer service terhadap nasabah di Bank Muamalat Indonesia KC Manado.

5. Penelitian skripsi pada tahun 2021 yang dilakukan oleh Choiru Umatin dari kampus IAIN Kediri dengan judul “Urgensi Mutu Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah”. Penelitian tersebut menggunakan metode pada penelitian ini penulis menggunakan metode studi pustaka (library research) yaitu teknik pengumpulan data dengan melibatkan pencarian teori dari berbagai literatur seperti sumber-sumber terpercaya dan publikasi ilmiah. Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut, maka disimpulkan bahwa Mutu pelayanan customer service memiliki urgensi yang tinggi dalam konteks perbankan modern. Ini bukan hanya tentang memenuhi standar layanan, tetapi juga tentang menciptakan pengalaman nasabah yang unggul, yang pada akhirnya mendorong kepuasan dan loyalitas. Bank yang berhasil mengelola aspek ini dengan baik akan memiliki posisi yang kuat dalam industri yang semakin kompetitif.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu sama-sama tertuju pada Customer Service. Sedangkan perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu terletak pada metode. Penelitian di atas menggunakan metode studi pustaka (library research). Sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Pengertian dan Landasan Hukum Bank Muamalat

##### a. Pengertian Bank Muamalat

Bank Muamalat adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan ketentuan-ketentuan syari'ah Islam. Berdasarkan jenisnya Bank Islam terdiri atas Bank Muamalat dan Bank Perkreditan Rakyat. Adapun definisinya, sebagai berikut:

- 1) Bank Muamalat adalah bank yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
- 2) Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.<sup>12</sup>

Ada tiga prinsip dalam operasional Bank Muamalat terutama dalam pelayanan terhadap nasabah, yang harus dijaga oleh para Bankir, yaitu:

- a. Prinsip keadilan yakni memberikan keuntungan dalam jumlah tertentu dalam bentuk suku bunga bagi nasabahnya
- b. Prinsip kesetaraan, yakni nasabah penyimpan dana, pengguna dana dan Bank memiliki hak, kewajiban, beban terhadap resiko dan keuntungan yang berimbang, dan
- c. Prinsip ketentraman, bahwa produk Bank Bank Muamalat diatur dan dijalankan berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.<sup>13</sup>

##### b. Landasan Hukum Bank Muamalat

Dasar Hukum bank Bank Muamalat adalah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 dimana inti dari isi Undang-Undang tersebut yaitu pengertian bank pada umumnya adalah untuk menghimpun dana dari Nasabah berbentuk

---

<sup>12</sup>Trisadini P. Usanti dan Abd. Shomad, *Hukum Perbankan edisi pertama* (Jakarta: Kencana, 2016), h.2

<sup>13</sup>Cermati.com, *Bank Syariah vs Bank Konvensional*, (dalam <http://www.cermati.com> Tgl 01 Januari 2020).

simpanan dan yang kemudian disalurkan kembali kepada Nasabah untuk meningkatkan taraf hidup Nasabah banyak.<sup>14</sup>

## B. Pengertian Peran

Dalam realita kehidupan masyarakat baik individu maupun kelompok selalu terkait satu dengan yang lain ketika terjadi interaksi sosial, karena itu peran setiap individu sangat mempengaruhi komunitas di mana seseorang berada. Peran adalah kumpulan dari perilaku yang secara relatif homogen dibatasi secara normatif dan diharapkan dari seseorang yang menempati posisi sosial yang diraihinya ataupun diberikan dalam konteks hidup bermasyarakat.<sup>15</sup>

Ralph Linton berpendapat bahwa peranan (*role*) merupakan aspek dinamis kedudukan (*status*). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan. Dengan demikian antara peranan dan kedudukan keduanya tidak dapat dilepas pisahkan karena saling ketergantungan satu dengan lainnya. Tidak ada peran tanpa kedudukan atau sebaliknya tidak ada kedudukan tanpa peran.<sup>16</sup> Setiap individu mempunyai serangkaian peran yang berasal dari berbagai pola dalam pergaulan hidupnya. Hal ini menunjukkan bahwa peran menentukan apa yang diperbuat bagi masyarakat dan apa yang bisa diharapkan dari masyarakat.

Menurut Ely Chinoy dalam Soerjono Soekanto menjelaskan bahwa pentingnya peranan karena hal tersebut mengatur perilaku seseorang yang menyebabkan seseorang pada batas-batas tertentu dapat meramalkan perbuatan-perbuatan orang lain, sehingga yang bersangkutan dapat menyesuaikan perikelakuan sendiri dengan komunitasnya. Hubungan-hubungan sosial yang terjalin dalam masyarakat itulah mencerminkan adanya hubungan antara peranan-peranan individu dalam masyarakat.<sup>17</sup> Peranan diatur oleh norma-norma yang

---

<sup>14</sup>Dosen Ekonomi, *Dasar Hukum Bank Konvensional di Indonesia*, (dalam <https://dosenekonomi.com> tgl. 01 Januari 2020).

<sup>15</sup>Marlin M. Friedman, et.al, *Buku Ajar Keperawatan Keluarga: Riset, Teori dan Praktik*, Edisi kelima, Alih Bahasa: Achir Yani S. Hamid, et. al (Jakarta: EGC, 2014), h. 298.

<sup>16</sup> Ralph Linton, *The Study of Man, an Introduction* ( New York: Appleton Century Crofts, 1956), h. 114.

<sup>17</sup> Soerjono Soekanto dan Budi Sulistyowati, *Sosiologi Suatu Pengantar Edisi Revisi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), h. 210

berlaku. Misalnya, norma kesopanan menghendaki agar seorang pria bila berjalan dengan seorang wanita harus berada di sebelah luar.

Dari penjelasan tersebut maka dapat dipahami fungsi dan peran masing-masing individu dalam lingkungan di dalamnya tidak terlepas dari eksistensinya dalam setiap aktivitas yang dilakukannya baik dalam kehidupan pribadi maupun kelompok. Paul B. Horton dan Robert L. Horton, mendefinisikan peran sebagai satu perilaku yang diharapkan dari dalam beberapa status tertentu.<sup>18</sup> Misalnya, jika dia seorang perempuan, pakaian yang dimiliki, cara berjalan dan berbicara, jenis pekerjaan, minatnya mengarah pada kesan masing-masing masyarakat yang mendefinisikan sebagai perilaku perempuan. Selanjutnya mereka mendefinisikan status secara umum sebagai kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok masyarakat atau sistem sosial. Status mengacu pada satu posisi yang disandang, bukan orang atau pelaku yang sesungguhnya. Mungkin posisi dalam kelompok tertentu, seperti dalam satu keluarga, kelompok, klub atau lingkungan, atau mungkin posisi yang diakui oleh orang lain pada umumnya.<sup>19</sup>

Masing-masing pribadi memiliki sejumlah status yang berbeda dibandingkan pada pribadi lainnya. Hal ini tetap berlaku dan terus menerus berubah dari waktu ke waktu sesuai dengan kemajuan. Peranan yang melekat pada diri seseorang harus dibedakan dengan posisi dalam pergaulan kemasyarakatan. Posisi seseorang dalam masyarakat merupakan unsur statis yang menunjukkan tempat individu pada organisasi masyarakat. Peranan lebih banyak menunjukkan pada fungsi, penyesuaian diri dan sebagai suatu proses.<sup>20</sup> Bruce J. Biddle, berpendapat bahwa peran adalah pusat perilaku dari pribadi dalam konteks.<sup>21</sup>

Peran terjadi dalam kehidupan setiap hari pada suatu masyarakat dan masing-masing memamerkan perannya dengan cara yang berbeda-beda. Selanjutnya ia menjelaskan bahwa peran bukan hanya terjadi dalam kehidupan

---

<sup>18</sup>Paul B. Horton dan Robert L. Horton, *Introductory Sociology*, (USA: Dow Jones-Irwin, 1982), h. 19.

<sup>19</sup>Paul B. Horton dan Robert L. Horton, *Introductory Sociology*

<sup>20</sup>Soerjono Soekanto dan Budi Sulistyowati, *Sosiologi Suatu Pengantar*, h. 211.

<sup>21</sup>Bruce J. Biddle, *Role Theory Expectations, Identities, and Behaviors* (New York: Academic Press Inc, 1979), h. 56.

sehari-hari dan menjadi perhatian bagi orang-orang yang melakukannya, tetapi juga digambarkan dalam novel dan teater.<sup>22</sup> Sehingga banyak yang kita ketahui tentang kehidupan di masa sebelumnya diperoleh melalui penggambaran dramatis peran. Setiap orang mempunyai macam-macam peran dalam kehidupan sosial masyarakat karena itu setiap peran yang dilakoni seseorang selalu saja mengandung harapan. Dalam peran terdapat dua macam harapan, yaitu: pertama, harapan-harapan dari masyarakat terhadap pemegang peran atau kewajiban-kewajiban dari pemegang peran, dan kedua harapan-harapan yang dimiliki oleh pemegang peran terhadap masyarakat atau terhadap orang-orang yang berhubungan dengannya dalam menjalankan peranannya atau kewajiban-kewajibannya. Ketika seseorang menjalankan perannya secara baik maka secara pribadi ia telah menjawab harapan-harapan dari masyarakat pula.

Pengertian peran menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah seperangkat tingkah laku yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat. Dalam ilmu sosial peran merupakan fungsi yang dibawakan seseorang dan seseorang tersebut bisa menjalankan fungsinya dikarenakan posisi serta kedudukannya dalam struktur sosial.<sup>23</sup> Hal ini mengasumsikan bahwa ketika orang-orang menduduki posisi sosial, perilaku mereka ditentukan terutama oleh apa yang diharapkan dari posisi tersebut dan bukan oleh karakteristik individu itu sendiri.<sup>24</sup> Horton dan Hunt, menjelaskan bahwa peran (*role*) adalah perilaku yang diharapkan dari seseorang yang memiliki suatu status. Setiap orang mungkin mempunyai sejumlah status dan diharapkan mengisi sesuai dengan status tersebut. Dalam arti tertentu status dan peran adalah dua aspek dari gejala yang sama. Status adalah seperangkat hak dan kewajiban, peran adalah pemeranan dari perangkat kewajiban dari hak-hak tersebut.<sup>25</sup>

Norma-norma kebudayaan dipelajari terutama melalui belajar peran . walaupun beberapa norma berlaku bagi semua anggota masyarakat, sebagian

---

<sup>22</sup>Bruce J. Biddle, *Role Theory Expectation, Identitie, and Behavioris*, h. 57.

<sup>23</sup> E. St. Harahap, et.al, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Bandung: Balai Pustaka, 2007), h. 854.

<sup>24</sup> Nicholas Abercombrie, et.al, *Dictionary of Sociology* (USA: Pinguin Group, 2006), h. 332.

<sup>25</sup> Paul B. Horton and Chester L. Hunt, *Sociologi* Terjemahan Aminuddin Ram dan Tita Sobari Jilid Satu Edisi Keenam (Jakarta: Erlangga, 1987), h. 118.



besar norma berbeda sesuai dengan status yang disandang karena apa yang benar bagi suatu status mungkin saja salah bagi status yang lainnya. Tidak semua orang yang mengisi suatu peran merasa sama terikatnya dengan peran tersebut, karena hal ini dapat bertentangan pada peran lainnya. Semua faktor ini terpadu sedemikian rupa, sehingga tidak ada dua individu yang memerankan satu peran tertentu dengan cara yang benar-benar sama. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dipahami bahwa peran adalah suatu sikap seseorang yang di dalamnya terdapat status atau kedudukan yang dimiliki baik dalam masyarakat maupun dalam lingkungan kerja, sehingga peran selalu berhubungan dengan harapan-harapan baik individu ataupun kelompok.

### **C. Customer Service**

#### **1. Pengertian Customer Service**

Customer service secara bahasa berasal dari dua kata yaitu “customer” yang artinya pelanggan, dan “service” yang artinya pelayanan. Istilah Customer Service yang terjemahkan dalam bidang bisnis secara umum sebagai pelayanan pelanggan. Secara umum, pengertian Customer Service adalah setiap kegiatan yang di peruntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Jadi intinya Customer Service melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi dengan nasabah. Customer Service harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.<sup>26</sup>

#### **2. Tugas Customer Service**

Banyak nasabah yang masih beranggapan bahwa Customer Service itu sebagai pusat informasi saja, padahal kenyataanya Customer Service juga memberikan pelayanan jasa-jasa dan produk dari perusahaan. Setiap Customer Service tentu telah diterapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas yang harus benar-benar dipahami dan

---

<sup>26</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h.180

dilaksanakan dengan sebaik-baiknya sehingga dapat menjalankan tugasnya secara prima.<sup>27</sup>

Tugas Customer Service sebagai berikut :

a. Sebagai receptionis

Receptionis artinya Customer Service sebagai penerima tamu atau nasabah yang datang ke bank. Dalam menerima tamu, Customer Service harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan. Dalam hal ini Customer Service harus bersikap memberikan perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah dimengerti. Selama melayani nasabah Customer Service tidak diperkenankan untuk merokok, makan dan minum.<sup>3</sup>

b. Sebagai salesman

Salesman artinya Customer Service sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pendekatan, mencari nasabah baru, mengatasi dan menjawab segala permasalahan nasabah.

c. Sebagai Customer Relation Officer

Customer Relation Officer sebagai orang yang membina hubungan baik kepada seluruh nasabah. Dalam menajaga hubungan baik kepada nasabah dengan cara menjaga image bank sehingga nasabah merasa senang, puas dan makin percaya kepada bank.

d. Sebagai komunikator

Sebagai komunikator, Customer Service sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah. Komunikasi penting karena akan dapat mempererat hubungan antara nasabah dengan bank.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup>Majid, Abdul Suharto, Costumer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi. (Jakarta:Rajawali Pers 2009), h.55

<sup>28</sup>Majid, Abdul Suharto, Costumer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi, h.182

### 3. Fungsi Costumer Service

Fungsi Customer Service sebagai berikut :

#### a. Sebagai deskman

Deskman artinya seorang Customer Service berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Pelayanan yang diberikan berupa informasi mengenai produk-produk bank. Termasuk memberikan arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas, serta prosedur transaksi yang diinginkan oleh nasabah atau calon nasabah. Sebagai deskman juga harus menyiapkan berbagai brosur dan formulir untuk kepentingan nasabah.

#### b. Sebagai Sales (penjual)

Sebagai sales (penjual) Customer Service dapat berfungsi sebagai penjual produk, dengan menjual berbagai produk yang ada pada bank, seperti berbagai jenis tabungan, giro, deposito dan lain-lainnya.<sup>29</sup>

### 4. Syarat-Syarat Seorang Costumer Service

Dalam melayani nasabah hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Praktiknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik.<sup>30</sup>

Berikut ini ciri-ciri Costumer Service yang baik terhadap nasabah, sebagai berikut:

#### a. Memiliki Kepribadian yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas Bank Customer service yang melayaninya. Petugas Customer Service harus ramah, sopan, cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar.

#### b. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Sarana dan prasarana harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi masa kini. Karena berpengaruh pada pelayanan yang prima.

---

<sup>29</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), h.66

<sup>30</sup>Irawan, *Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002), h.122

c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan, Customer Service harus mampu melayani dari awal hingga selesai. Nasabah akan merasa puas jika Customer Service bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan.<sup>31</sup>

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani nasabah diharapkan harus sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

e. Mampu berkomunikasi

Petugas Customer Service harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Petugas Customer Service pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah.

f. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Customer Service harus cepat dan tanggap dengan apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas Customer Service yang lambat akan membuat nasabah merasa tidak puas dengan pelayanannya sehingga nasabah meninggalkan bank.

g. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabahKepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar dapat menjaga kepercayaanya.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Rangkuti Freddy. *Measure Customer Satisfaction*. (Jakarta:Grafindo,2003), h. 65

<sup>32</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010) h. 94

#### D. Keluhan Nasabah

Sekalipun penyedia layanan telah berusaha melakukan yang terbaik dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya, kerap kali tetap saja kegagalan layanan (*service failure*) tidak terelakkan. Misalnya, kedatangan dan keberangkatan pesawat terlambat, staf berlaku kasar dan tidak sopan, hasil cukur rambut tidak sesuai dengan harapan, dan persoalan-persoalan lainnya.<sup>33</sup>

##### 1. Pengertian Keluhan Nasabah

Keluhan pelanggan (*customer complaints*) adalah umpan balik (*feedback*) dari pelanggan yang ditujukan kepada perusahaan yang cenderung bersifat negatif. Umpan balik ini dapat dilakukan secara tertulis atau secara lisan.<sup>34</sup>

Keluhan merupakan ungkapan publik yang bisa timbul karena adanya ketidakpuasan publik atas suatu produk atau pelayanan. Namun tidak setiap ketidakpuasan akan diungkapkan dengan keluhan. Pelanggan akan mengungkapkan keluhan apabila merasa keluhan yang disampaikan mendapat tanggapan positif dan tidak menyita waktu serta biaya. Sebaliknya, bila penanganan keluhan tidak praktis, pelanggan akan memilih untuk tidak mengungkapkannya.

Keluhan sering dipandang sebagai hal buruk bagi kehidupan perusahaan, sehingga banyak pihak yang berusaha menutupi atau mengabaikannya. Padahal keluhan menjadi peringatan bermanfaat untuk meningkatkan kualitas perusahaan. Dengan kemampuan mengelola dan merespon keluhan dapat menjadi kunci keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan, yaitu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, bahkan dapat meningkatkan keuntungan.<sup>35</sup>

Keluhan muncul karena adanya perbedaan persepsi dan harapan pengguna layanan dengan pelayanan yang diberikan, sehingga apa yang diharapkan pengguna layanan kurang sesuai atau tidak diberikan oleh

---

<sup>33</sup> Buttle, Francis. *Customer Relations Management (concepts and tools)*. (Malang: Bayumedia Publishing, 2004), h. 69

<sup>34</sup> Buttle, Francis. *Customer Relations Management (concepts and tools)*, h. 156

<sup>35</sup> Akh Muwafik Saleh, *Public Service Communication*, h. 156

penyedia layanan.<sup>36</sup> Dalam perbankan, keluhan disebabkan oleh adanya kerugian finansial pada seorang nasabah yang diduga karena kesalahan atau kelalaian bank.<sup>37</sup>

Menurut Endar Sugiarto, keluhan pelanggan dapat dikategorikan menjadi empat macam, yaitu Mechanical Complaint (Keluhan Mekanikal), Attitudinal Complaint (Keluhan akibat sikap karyawan perusahaan), Service Related Complaint (Keluhan berkaitan dengan pelayanan) dan Unusual Complaint (Keluhan yang aneh).<sup>38</sup>

## 2. Pengertian Nasabah

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Menurut undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang pokok perbankan pasal 1, mendefinisikan nasabah sebagai yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk.

Sedangkan menurut Kasmir bahwa nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank.

Ada tiga ciri atau karakter nasabah bank syariah di Indonesia, yaitu :

### a. Nasabah Emosional

Nasabah yang mempunyai karakteristik emosional, adalah nasabah yang hanya melihat cara atau sistemnya tanpa mempedulikan keuntungan yang terlihat. Mereka mengerjakan atau memanfaatkan sesuatu selalu dilandasi dengan keyakinan penuh.

Dalam perbankan mereka memilih lembaga yang diyakini sesuai dengan syariah, sedangkan hal-hal yang berkaitan dengan pelayanan, produk atau jasa perbankan yang tersedia ataupun return (keuntungan) yang diperoleh bukan menjadi pertimbangan utama dalam memilih bank syariah

---

<sup>36</sup> Akh Muwafik Saleh, Public Service Communication, h. 156

<sup>37</sup> Ikatan Bankir Indonesia, h. 128

<sup>38</sup> M. Nur Rianto Al Arif, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, h. 200

#### b. Nasabah Rasional

Nasabah rasional memilih suatu bank atau produk syariah tidak cukup dengan keyakinan sesuai dengan agama. Mereka menggunakan produk dan jasa perbankan syariah lebih diutamakan karena alasan-alasan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam bertransaksi dengan kata lain tipe nasabah ini lebih mementingkan keuntungan finansial terlebih dahulu dibandingkan keuntungan emosional, seperti pelayanan yang baik, serta kualitas pelayanan, manfaat produk atau jasa, jaringan yang luas merupakan tuntutan utama mereka.

#### c. Nasabah Tradisional

Tipe nasabah tradisional dalam menjalankan kehidupannya berdasarkan tradisi yang mereka dapatkan dari keluarga ataupun lingkungannya. Mereka menggunakan nilai-nilai agama dalam kehidupannya sebatas apa yang telah mereka terima secara turun-temurun.<sup>39</sup>

Dalam transaksi perbankan mereka menggunakan dan melakukan sesuatu sesuai dengan tradisi yang ada. Mereka menggunakan bank syariah, jika panutan mereka juga telah menggunakan dan mengajarkan mereka untuk memanfaatkan produk-produk syariah tersebut.<sup>40</sup>

#### d. Jenis Keluhan Nasabah

Menurut Bell dan Luddington (2006), keluhan pelanggan (customer complaints) biasanya dikarenakan masalah-masalah seperti :

- 1) lemahnya tanggung jawab (responsiveness),
- 2) lemahnya pertolongan dari staf perusahaan (helpfulness),
- 3) ketersediaan produk (product availability),
- 4) kebijakan toko/perusahaan (store policy),
- 5) perbaikan pelayanan (service recovery).

#### e. Penyebab Terjadinya Keluhan

---

<sup>39</sup> Copper dan Emory, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 1998), h. 71

<sup>40</sup> AstoSubroto. "Bank Syariah Harus Fokus Membidik Nasabah Rasional". Artikel diakses pada 20 Desember 2008 dari <http://astosubroto.com>

Penyebab dan alasan munculnya komplain/ keluhan pelanggan antara lain:

- 1) Adanya ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa.
- 2) Kegagalan pelayanan dalam memenuhi harapan pelanggan.
- 3) Rendahnya respon aparat pelayanan atas keluhan pelanggan.
- 4) Pelayanan tidak efisien.
- 5) Banyak pelayanan yang tertunda.
- 6) Ketidak-sopanan atau ketidak-ramahan penyedia layanan.
- 7) Penyedia layanan tidak responsif terhadap kebutuhan dan keinginan serta harapan pelanggan.
- 8) Pelayanan yang diberikan kasar atau tidak membantu.<sup>41</sup>

Manfaat Komplain/ keluhan pelanggan diantaranya:

- 1) Perusahaan akan semakin tahu kelemahan atau kekurangannya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- 2) Dengan adanya komplain, perusahaan tahu dimana letak persisnya kualitas yang harus diperbaiki.
- 3) Sebagai alat inspeksi untuk senantiasa responsif dan mau memperhatikan suara dan pilihan pelanggan.
- 4) Mempermudah perusahaan mencari jalan keluar untuk meningkatkan mutu pelayanannya.
- 5) Bila segera ditangani, pelanggan akan merasa kepentingan dan harapannya diperhatikan.
- 6) Dapat mempertebal rasa percaya dan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan.
- 7) Penanganan komplain yang benar dan berhasil dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
- 8) Penanganan komplain yang memuaskan, akan meningkatkan loyalitas nasabah.
- 9) Setiap komplain akan membuat orang bekerja semakin baik.

---

<sup>41</sup> Irawan, Handi, Prinsip Kepuasan Pelanggan, (Jakarta: Elex Media Komputindo 2002), h.



10) Sebagian nasabah yang komplain sebetulnya perhatian kepada perusahaan.

Beberapa aspek penting dalam penanganan keluhan pelanggan antara lain:

- 1) Good Will, yaitu adanya niat baik pemimpin perusahaan dalam menerima dan mengelola keluhan pelanggan melalui kebijakan yang dapat dijadikan dasar dalam mengelola keluhan.
- 2) Mekanisme, yaitu adanya alur dan prosedur yang jelas dan sistematis dalam mengelola sebuah keluhan sehingga baik pihak yang komplain maupun petugas dengan mudah memantau perkembangan komplain yang disampaikan.
- 3) Infrastruktur, yaitu berupa fasilitas sarana dan prasarana yang memadai yang mendukung komplain tersebut dapat berlangsung dengan baik, misalnya tempat khusus tim pengelola pengaduan, kotak pengaduan, questioner atau form komplain/saran, web, hotline dan sebagainya.
- 4) Attitude, yaitu sikap petugas dalam menanggapi keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Sikap yang ditampilkan haruslah dapat dipersepsi positif oleh setiap orang yang menyampaikan keluhan.

#### f. Manfaat Penanganan Keluhan

Penanganan Keluhan Pelanggan Mudie dan Cottam (2010:164), menjelaskan tentang penanganan keluhan pelanggan yaitu penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas atau bahkan pelanggan “abadi”. Manfaat lainnya adalah sebagai berikut :

- 1) Penyedia jasa memperoleh kesempatan lagi untuk memperbaiki hubungannya dengan pelanggan yang kecewa.
- 2) Penyedia jasa bisa terhindar dari publisitas negatif.
- 3) Penyedia jasa akan mengetahui aspek-aspek yang perlu dibenahi dalam pelayanannya saat ini.
- 4) Penyedia jasa akan mengetahui sumber masalah operasinya.
- 5) Karyawan dapat termotivasi untuk memberikan pelayanan yang berkualitas lebih baik.

Schnaars (2010:166), menyatakan terdapat empat aspek penting dalam penanganan keluhan, yaitu sebagai berikut :

- 1) Empati terhadap pelanggan yang marah Dalam menghadapi pelanggan yang emosi atau marah, perusahaan perlu bersikap empati, karena bila tidak maka situasi akan bertambah runyam. Untuk itu perlu diluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dengan demikian, permasalahan yang dihadapi dapat menjadi jelas sehingga pemecahan yang optimal dapat diupayakan bersama.
- 2) Kecepatan dalam penanganan keluhan Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan pelanggan tersebut menjadi puas. Apabila pelanggan puas dengan cara penanganan keluhannya, maka besar kemungkinannya mereka menjadi pelanggan perusahaan kembali. Hasil penelitian *Technical Assistance Research Programs* (dalam Naumann dan Giel, 1995) menunjukkan bahwa :
  - a) 70-90% pelanggan yang menyampaikan keluhannya akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama apabila mereka puas dengan cara penanganan keluhannya.
  - b) 20-70% pelanggan yang tidak puas dengan cara penanganan keluhannya yang akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama.
  - c) Hanya 10-30% pelanggan yang memiliki masalah tetapi tidak menyampaikan keluhan atau meminta bantuan akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama.

Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan/keluhan Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi “win-win” realistis, fair, dan proporsional, dimana pelanggan dan perusahaan jasa

sama-sama diuntungkan. Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan Hal ini sangat penting bagi pelanggan untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, dan keluhannya. Disini sangat dibutuhkan adanya metode yang mudah dan relatif tidak mahal, dimana pelanggan dapat menyampaikan keluh kesahnya. Bila perlu dan memungkinkan, suatu perusahaan menyediakan jalur atau saluran telepon khusus (*hot line service*) untuk menampung keluhan pelanggan atau memanfaatkan E- mail di jaringan Internet dengan membuka site atau homepage di World Wide Web.

Prosedur Penanganan Komplain/Keluhan Pelanggan, dalam bukunya Munawik Saleh adalah sebagai berikut:<sup>42</sup>

- 1) Dimulai sejak pelanggan menyampaikan keluhannya kepada staff dengan membawa bukti pelanggan. Misalnya kwitansi atau slip pembayaran.
- 2) Staff mencatat laporan keluhan dalam buku pengaduan pelanggan secara lengkap.
- 3) Kepala unit mempelajari, menganalisis dan melakukan koordinasi dengan Sub-Unit terkait untuk menindaklanjuti laporan pengaduan tersebut.
- 4) Kepala Sub-Unit terkait menugaskan staf nya dengan membuat surat perintah penyelesaian permasalahan pengaduan pelanggan dimaksud.
- 5) Selanjutnya staff terkait segera menyelesaikan tugas tersebut dan kemudian meminta pelanggan yang bersangkutan untuk menandatangani surat perintah sebagai bukti pengaduan pelanggan dan masalah telah tertangani atau selesai. Kemudian Sub-Unit mengarsipkan surat perintah tersebut. Kepala Sub-Unit terkait menandatangani Buku Pengaduan Pelanggan untuk mempermudah
- 6) Kepala Unit mengontrol penyelesaian pengaduan pelanggan.
- 7) Kepala Sub-Unit terkait menginventarisir pengaduan pelanggan setiap bulan untuk mencegah terulangnya pengaduan yang sama.

---

<sup>42</sup> Irawan, Handi, Prinsip Kepuasan Pelanggan, h. 165

## E. Teori Pelayanan

### 1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah usaha pemberian bantuan atau pertolongan kepada orang lain, baik berupa materi maupun non materi agar orang itu dapat mengatasi masalahnya sendiri. Lanjut Moenir menjelaskan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Jadi pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.<sup>43</sup> Adapun Kotler menyebutkan bahwa pelayanan (*service*) dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain.<sup>44</sup>

Adapun karakteristik pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang baik, yaitu:

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- c. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Dari karakteristik diatas maka dapat dijadikan sebagai dasar perusahaan memberikan pelayanan terhadap konsumennya. Pelayanan yang diberikan harus nyata dan merupakan tindakan yang langsung dirasakan oleh konsumen, sehingga konsumen dapat merasakan secara langsung dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

### 2. Dasar-dasar Pelayanan

Suatu pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap karyawan telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang karyawan, yaitu:

---

<sup>43</sup>Moenir, Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. ( Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 47

<sup>44</sup>Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran; Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian, Terjemahan, ( Jakarta: Erlangga, 2005), h. 464

- a. Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih. Di sini karyawan harus mengenakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian necis tidak kumal, terkesan pakaian yang digunakan benar-benar memikat konsumen.
- b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum. Karyawan harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani pelanggan karyawan haruslah murah senyum dengan raut wajah yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.
- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal. Pada saat konsumen atau pelanggan datang karyawan harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu, apa yang kami dapat bantu.
- d. Tenang, sopan, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Usahakan pada saat melayani pelanggan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan pelanggan.
- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar. Dalam berkomunikasi dengan pelanggan gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.
- f. Jangan menyela atau memotong pembicaraan. Pada saat pelanggan sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan pelanggan. Seandainya terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.
- g. Mampu meyakinkan pelanggan atau nasabah serta memberikan kepuasan. Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan pelanggan dengan argumen-argumen yang masuk akal.

h. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan. Artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh karyawan, maka harus meminta bantuan kepada petugas lain yang mampu.<sup>45</sup>

### 3. Konsep Pelayanan Dalam Islam

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاللَّهُ عَنِ الْغَيْبِ حَمِيدٌ

Artinya: *"Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji."* (QS. Al-Baqarah 2: Ayat 267)

Menurut Kotler pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.<sup>46</sup> Menurut Valarie A. Zethmal dan Mary Jo Bitner mendefinisikan pelayanan merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau kontruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah.<sup>47</sup>

Menurut Pasuraman terdapat lima dimensi pelayanan, yaitu:

a. Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi ruang

<sup>45</sup>Kasmir, Analisis Laporan Keuangan, ( Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h.56

<sup>46</sup>Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran; Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian, h. 83

<sup>47</sup> Arief, Muhtosim, Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan. Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan. (Malang: Bayumedia Publishing, 2007), h. 11

tunggu pelayanan, perlengkapan yang digunakan dan penampilan petugas pelayanan.

- b. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, Keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan, Keandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan, dan Keandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi.
- d. Jaminan dan Kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, sopan santun dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi kemampuan administrasi petugas pelayanan, kemampuan teknis petugas pelayanan dan kemampuan sosial petugas pelayanan.
- e. Empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Hal ini meliputi perhatian petugas pelayanan, kepedulian petugas dan keramahan petugas pelayanan.<sup>48</sup>

Pelayanan merupakan bagian dari suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dalam pandangan Islam, pelayanan mempunyai nilai-nilai Islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu :

- a. Profesional (*Fathanaah*) adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan.
- b. Kesopanan dan Keramahan (*Tabligh*) artinya komunikatif dan argumentatif. Orang memiliki sifat tabligh akan menyampaikan dengan

---

<sup>48</sup>A. Hamdani dan Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h.182

benar dan tutur kata yang tepat. Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain.

- c. Jujur (*Siddiq*) yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Jujur juga merupakan kesesuaian antar berita yang disampaikan dan fakta, antara fenomena dan yang diberitakan, serta bentuk dan substansi.
- d. *Amanah* berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban.<sup>49</sup>

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain:

- a. Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji. Hal ini sesuai dengan Al – Qur`an Surat Asy Syu`ara: 181-183. *Artinya: "Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan;. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.*
- b. Bertanggung jawab dan terpercaya (*Al-Amanah*) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
- c. Tidak Menipu (*Al-Kadzib*) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.
- d. Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.
- e. Melayani dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.

---

<sup>49</sup>Kertajaya, Hermawan dan Syakir Sula, Muhammad, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), h. 132



- f. Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.<sup>50</sup>

## F. Minat

### 1. Pengertian Minat

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; perhatian; kesukaan. Berminat berarti mempunyai (menaruh) minat; cenderung hati kepada; suka (akan).<sup>51</sup> Sedangkan dalam kamus lengkap psikologi, minat adalah kemauan, kehendak hasrat, (1) fungsi yang terlibat dalam perbuatan yang di sadari, (2) totalitas impuls sadar maupun tidak sadar.

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, minat berarti suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam pengertian tersebut terkandung bahwa di dalam minat ada pemusatan perhatian kepada subjek, ada suatu usaha untuk mendekati, mengetahui, memiliki, menguasai dari subjek dengan perasaan senang.<sup>52</sup>

Menurut Munandir, minat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk lebih menyukai suatu kegiatan daripada kegiatan lain.<sup>53</sup> Minat merupakan suatu landasan yang paling meyakinkan demi keberhasilan suatu proses belajar. Jika seorang atlet memiliki rasa ingin berlatih, maka ia akan dengan mudah mengerti, memahami, dan mengingat tentang hal yang telah dipelajarinya. Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai

---

<sup>50</sup> Arifin, Zainal, *Evaluasi Pembelajaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2009), h. 134

<sup>51</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), h. 956.

<sup>52</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar: Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 262-263.

<sup>53</sup> Dini Kristianty Wardani, *Psikologi Pendidikan Islam*, (Cirebon: Confident, 2016), h. 72-73.

perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut.<sup>54</sup>

Menurut Tidjan, minat adalah gejala psikologis yang menunjukkan pemusatan perhatian terhadap suatu objek sebab ada perasaan senang.<sup>55</sup> Dari pengertian tersebut, minat adalah pemusatan perhatian atau reaksi terhadap suatu objek seperti benda atau situasi tertentu yang didahului oleh perasaan senang terhadap objek tersebut. Minat adalah sebagai sebab yaitu kekuatan pendorong yang memaksa seseorang menaruh perhatian pada orang, situasi, atau aktivitas tertentu dan bukan pada yang lain, atau minat sebagai akibat yaitu pengalaman efektif yang distimular oleh hadirnya seseorang atau suatu objek, atau karena berpartisipasi dalam suatu aktivitas.<sup>56</sup>

Crowl and Crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman, yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas, seperti aktivitas berolahraga.<sup>57</sup>

Berdasarkan definisi di atas, dapat diperoleh unsur-unsur minat adalah sebagai berikut :

- a. Minat adalah suatu gejala psikologis.
- b. Adanya pemusatan perhatian, perasaan, dan pikiran dari subjek karena tertarik.
- c. Adanya perasaan senang terhadap objek yang menjadi sasaran.
- d. Adanya kemauan atau kecenderungan pada diri subjek untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuan.<sup>58</sup>

---

<sup>54</sup> Dini Kristianty Wardani, *Psikologi Pendidikan Islam*

<sup>55</sup> Dini Kristianty Wardani, *Psikologi Pendidikan Islam*

<sup>56</sup> Dini Kristianty Wardani, *Psikologi Pendidikan Islam*

<sup>57</sup> Fadhilah Suralaga, *Psikologi Pendidikan Implikasi Dalam Pembelajaran*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2021), h. 66.

<sup>58</sup> Dini Kristianty Wardani, *Psikologi Pendidikan Islam*

Masyarakat adalah sekumpulan individu-individu /orang yang hidup bersama. Masyarakat disebut dengan “*society*” yang artinya adalah interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa kebersamaan, berasal dari bahasa latin *socius* yang berarti kawan. Istilah masyarakat berasal dari kata bahasa Arab *syaraka* yang berarti ikut serta dan berpartisipasi. Menurut Karl Marx, masyarakat adalah suatu struktur yang mengalami ketegangan organisasi maupun perkembangan karena perkembangan karena adanya pertentangan antara kelompok-kelompok yang terpecah secara ekonomi. Menurut Emile Durkheim, masyarakat merupakan suatu kenyataan objektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya, masyarakat sebagai sekumpulan manusia yang hidup bersama, bercampur untuk waktu yang lama, mereka sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan dan mereka merupakan suatu sistem hidup bersama.<sup>59</sup>

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat adalah gejala psikologis dari manusia yang menunjukkan bahwa adanya suatu perhatian kepada objek yang menimbulkan perasaan senang atau bahagia sehingga menimbulkan kecenderungan melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan.

## 2. Sifat-Sifat Minat

Minat memiliki sifat dan karakter khusus, sebagai berikut:

- a. Minat bersifat pribadi (individual), ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
- b. Minat menimbulkan efek diskriminatif.
- c. Minat erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi, dan dipengaruhi motivasi.
- d. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode.<sup>60</sup>

## 3. Jenis-Jenis Minat

- a. Minat Situasional

---

<sup>59</sup> Donny Prasetyo, dan Irwansyah, “Memahami Masyarakat Dan Perspektifnya”, *Jurnal Manajemen dan Ilmu Sosial*. Vol. 1 No. 1. (Januari, 2020), 164.

<sup>60</sup> Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Prenadamedia Group), h. 63-64.

Minat situasional dipicu oleh sesuatu dari lingkungan sekitar, seperti hal-hal baru, berbeda, tak terduga, menantang, sering menghasilkan minat situasional, dan hal-hal yang melibatkan tingkat aktivitas yang tinggi atau emosi yang kuat. Seseorang juga cenderung dibuat penasaran oleh topik-topik yang berkaitan dengan orang, budaya, alam, dan peristiwa-peristiwa yang terjadi saat ini. Karya fiksi seperti novel, cerita pendek dan lain-lain lebih menarik dan memikat ketika mencakup tema dan karakter yang dapat diidentifikasi secara pribadi oleh seseorang. Misalnya guru dapat membangkitkan minat situasional peserta didik dengan cara menyajikan materi yang menarik serta tugas yang menantang.

#### b. Minat Pribadi

Minat pribadi adalah minat yang bersifat jangka panjang dan relatif stabil pada suatu topik atau aktivitas. Minat pribadi semacam ini relatif stabil sepanjang waktu dan menghasilkan pola yang konsisten dalam pilihan yang dibuat seseorang. Sering kali minat pribadi dan pengetahuan saling menguatkan, minat dalam sebuah topik tertentu memicu semangat untuk mempelajari lebih dalam tentang topik tersebut, dan pengetahuan yang bertambah sebagai akibat dari proses kegiatan itu pada gilirannya meningkatkan minat yang lebih besar. Pada dasarnya minat pribadi lebih bermanfaat dibandingkan minat situasional, karena minat ini memungkinkan keterlibatan proses-proses kognitif yang efektif dan perbaikan dalam jangka panjang. Namun demikian, minat pribadi seseorang perlu dijaga dan dipertahankan jangan sampai terganggu oleh kurangnya daya tarik dalam aktivitas atau kegiatan.<sup>61</sup>

#### 4. Bentuk-Bentuk Minat

Menurut Buchori dalam bukunya Slameto, bentuk-bentuk minat dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu:<sup>62</sup>

a. Minat Primitif, yaitu minat yang bersifat biologis, seperti kebutuhan makan, minum, bebas bergaul dan sebagainya. Jadi minat ini meliputi

<sup>61</sup> Fadhilah Suralaga, 67-68.

<sup>62</sup> Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta), h.

kesadaran tentang kebutuhan yang langsung dapat memuaskan dorongan untuk mempertahankan organisme.

- b. Minat Kultural, yaitu minat yang bersifat sosial, berasal atau diperoleh dari proses belajar. Minat kultural ini lebih tinggi nilainya daripada minat primitif.

#### 5. Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat

Menurut Winkel, Faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu “suasana hati yang mendasarinya”. Suasana hati seseorang dapat mempengaruhi timbulnya minat. Jika seseorang memiliki suasana hati yang tidak bagus maka minatnya pun juga tidak bagus. Begitupun sebaliknya, jika seseorang memiliki suasana hati yang bagus, maka minatnya pun juga bagus. Dalam hal ini, minat timbul karena faktor dari dalam diri individu.

Faktor-faktor yang mendasari minat menurut Crow dan Crow, yaitu faktor dorongan dari dalam, faktor dorongan yang bersifat sosial, dan faktor yang berhubungan dengan emosional. Faktor dari dalam dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Munculnya minat dari diri seseorang juga dapat di dorong oleh adanya motivasi sosial yaitu mendapat pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat. Sedangkan faktor emosional memperlihatkan ukuran intensitas seseorang dalam menanam perhatian pada suatu kegiatan atau objek tertentu.<sup>22</sup>

Hal-hal yang dapat mempengaruhi minat seseorang yaitu adanya suatu kebutuhan, berhubungan dengan pengalaman yang telah lalu, memberi kesempatan untuk mendapatkan hasil terbaik, menggunakan berbagai macam bentuk pengajaran seperti diskusi, demonstrasi kerja kelompok dan media massa.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu yaitu:

- a. Faktor Intrinsik, Yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu tersebut. Seperti suasana hati, bakat, rasa suka dari individu tersebut tanpa adanya pengaruh dari luar.

- b. Faktor Ekstrinsik, Yaitu faktor yang berasal dari luar individu, seperti mendapat pujian atau hadiah, nilai yang bagus, suasana yang baik, dan fasilitas yang tersedia di lingkungan individu tersebut.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut.<sup>63</sup> Penelitian ini merupakan penelitian lapangan karena peneliti secara langsung dapat memperoleh data-data dari lapangan. Adapun sasaran dan lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian adalah masyarakat yang menjadi Nasabah di Bank Muamalat.

#### **B. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk melukiskan, menggambarkan, atau memaparkan keadaan objek yang diteliti sebagaimana adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi ketika penelitian tersebut dilakukan.<sup>64</sup> Penelitian kualitatif adalah suatu mekanisme kerja penelitian yang mengandalkan uraian deskriptif kata, atau kalimat yang disusun secara cermat dan sistematis mulai dari menghimpun data hingga menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian.<sup>65</sup> Berdasarkan penjelasan di atas, maka deskriptif kualitatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah peneliti mendeskripsikan atau menggambarkan dalam bentuk kata-kata atau kalimat secara baik, utuh, jelas dan sesuai dengan fakta mengenai Peran Costumer service terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Manado.

#### **C. Sumber Data**

Data adalah segala bentuk informasi, fakta dan realita yang terkait atau relevan dengan apa yang diteliti atau dikaji. Sedangkan sumber data adalah orang, benda atau objek yang dapat memberikan data, informasi, fakta

---

<sup>63</sup>Abdurrahman Fathoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 96.

<sup>64</sup>Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta: 2015), h. 59

<sup>65</sup>Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 52

dan realita yang terkait atau relevan dengan apa yang diteliti atau dikaji.<sup>66</sup> Pada penelitian ini sumber data dibagi menjadi dua, yakni:

a. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>67</sup> Jadi, untuk memperoleh data primer peneliti melakukan wawancara kepada customer service yang ada di Bank Muamalat Kota Manado, dengan memperhatikan beberapa indikator seperti:

- a. Customer service Bank Muamalat.
- b. Nasabah Bank Muamalat
- c. Berusia 22-45 tahun.
- d. Mengetahui dan atau memahami Bank Muamalat
- e. Sehat jasmani dan rohani.

Pemilihan customer service sebagai sumber data primer pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan *sampel* sumber data yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti.<sup>68</sup> Jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada kejenuhan data, artinya ketika data yang dikumpulkan ternyata tidak berbeda antara satu dengan informan yang lain maka sampel penelitian dianggap cukup.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data kedua dalam penelitian. Sumber data ini merupakan data pendukung yang diperoleh dari kepustakaan. Sumber data sekunder yaitu sumber data yang diteliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Data sekunder diperoleh atau berasal dari bahan kepustakaan.<sup>69</sup> Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa buku-buku tentang perilaku konsumen. yang terdiri dari, Ristiyanti Prasetijo

---

<sup>66</sup> Ibrahim, Metodologi Penelitian Kualitatif, h. 67

<sup>67</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 376

<sup>68</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen, h. 368

<sup>69</sup> Joko Subagyo, Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 88



dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2004), Etta Mamang Sangaji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2013), Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015). Karena dalam buku-buku tersebut menjelaskan bagaimana seseorang memandang (respon) sesuatu produk atau jasa. Teori tentang respon masyarakat ini dibutuhkan dalam menyelesaikan penelitian yang hendak diteliti.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Selain mengumpulkan data lapangan (*Field Research*), dalam penelitian ini dibutuhkan data-data pelengkap yang diambil melalui kepustakaan, peneliti mengumpulkan data dengan bantuan buku, dokumen dan lain-lain yang ada kaitannya dengan penelitian ini. Dalam penelitian lapangan peneliti menggunakan beberapa Teknik pengumpulan data, antara lain:

##### a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara (*Interview*) adalah suatu dialog yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi dari informan. Instrumennya dinamakan pedoman wawancara atau *interview guide*.<sup>70</sup> Dalam pelaksanaannya, wawancara (*interview*) dapat dilakukan secara bebas, terpimpin maupun bebas terpimpin. Wawancara (*interview*) bebas adalah wawancara yang dapat dilakukan secara bebas, artinya pewawancara bebas menanyakan apa saja kepada terwawancara tanpa harus membawa lembar pedomannya. Syarat wawancara seperti ini adalah pewawancara harus tetap mengingat data yang harus terkumpul.

Wawancara (*interview*) terpimpin adalah wawancara yang dilakukan dengan berpedoman pada pertanyaan lengkap dan terperinci layaknya sebuah kuesioner. Sementara wawancara (*interview*) bebas terpimpin yaitu pewawancara bebas melakukan wawancara dengan hanya menggunakan pedoman yang memuat garis besarnya saja.<sup>71</sup> Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin agar

---

<sup>70</sup>Santu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 80.

<sup>71</sup>Santu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian.*, h. 81

peneliti bebas menanyakan apa saja kepada informan dengan tetap mengikuti pedoman wawancara secara garis besarnya saja. Wawancara dilakukan kepada customer service dan Nasabah di Bank Muamalat di Kota Manado.

Ada 2 orang yang diwawancarai sebagai narasumber, berikut daftar pertanyaannya:

1. Apa peran Bapak/Ibu/Sdra-i sebagai Customer Service di Bank Muamalat KC Manado?
2. Sebagai customer service, Bagaimana Pelayanan yang Bapak/Ibu/Sdr-i berikan terhadap Nasabah?
3. Menurut Bapak/Ibu/Sdr-i seberapa pentingkah unsur kecepatan dan ketanggapan customer service dalam membantu Nasabah?
4. Menurut Bapak/Ibu/Sdr-i Apakah Keterampilan Customer Service berpengaruh terhadap layanan yang diberikan kepada nasabah?
5. Menurut Bapak/Ibu/Sdr-i selaku Customer Service, hal apa saja yang dilakukan dalam mempertahankan kepercayaan kepada nasabah?
6. Bagaimana sikap yang Bapak/Ibu/Sdr-i berikan selaku Customer Service, terhadap Nasabah yang emosional?
7. Menurut Bapak/Ibu/Sdr-i selaku Customer Service, seberapa penting kejujuran dari segi pelayanan?
8. Dalam meningkatkan pelayanan terhadap Nasabah, apakah ada pelayanan ekstra yang Bapak/Ibu/Sdr-i selaku Customer Service lakukan?

*Catatan:* Pertanyaan nomor 3,4 dan 7 ditanyakan kepada keduanya, yakni Customer service dan Nasabah. Sisanya hanya khusus untuk customer service.

#### b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.<sup>72</sup> Dalam penelitian ini metode

---

<sup>72</sup>Muhamad, Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif (Dilengkapi dengan Contoh-contoh Aplikasi: Proposal Penelitian dan Laporrannya), (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 152.

pengumpulan data berbentuk dokumentasi berupa topografi, monografi, dan hasil wawancara dengan Nasabah guna memperoleh data yang diperlukan.

Berdasarkan teknik pengumpulan data yang telah diuraikan di atas, dengan demikian peneliti akan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi sebagai alat untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian mengenai peran Costumer service terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank Muamalat Cabang Manado.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yaitu pengumpulan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, lisan, ataupun data lainnya dari perilaku, peran, ataupun pemikiran individu atau organisasi yang kemudian diamati secara mendalam.<sup>73</sup> Pada bagian analisis data diuraikan proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis dari berbagai sumber yaitu dokumentasi dan wawancara. Agar peneliti dapat menyajikan temuannya.<sup>74</sup>

Setelah peneliti mendapatkan data yang diperlukan maka data akan diolah dan dianalisis dengan pola pemikiran induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis, dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum. Fakta-fakta yang dikumpulkan adalah tentang realitas yang ada, sehingga ditemukan pemahaman terhadap pemecahan permasalahan dari pertanyaan penelitian yang telah ditentukan.

---

<sup>73</sup>Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2012), h.330.

<sup>74</sup>Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, h. 248

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk**

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk didirikan pada tahun 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada bulan Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk juga menerima dukungan dari masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham perseroan senilai Rp. 84 miliar pada saat penandatanganan akta Pendirian Perseroan. Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp. 106 miliar.

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya berselang dua tahun setelah didirikan, PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan.

Pada akhir tahun 1990-an, negara Indonesia dilanda krisis moneter yang memporak-porandakan pula sebagian besar perekonomian negara-negara di Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk pun terimbas dampak krisis. Di tahun 1998, rasio pembiayaan macet (NPF) mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat rugi sebesar Rp. 105 miliar. Ekuitas mencapai titik terendah, yaitu Rp. 39,3 miliar, kurang dari sepertiga modal disetor.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk mencari pemodal yang potensial, dan ditanggapi secara positif oleh Islamic Development Bank (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Oleh karenanya, kurun waktu antara tahun 1999 sampai dengan tahun 2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Dalam kurun waktu tersebut, PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba berkat upaya dan dedikasi setiap kru Muamalat, di tunjang oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan perbankan syariah secara murni.

## 2. Visi dan Misi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk

### a. Visi

Menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.

### b. Misi

Menjadi Role Model Lembaga Keuangan Syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi *stakeholder*.

Pada tahun 2003, PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk membuat sebuah komitmen untuk memurnikan proses perbankan dan layanannya agar sepenuhnya sesuai dengan tatanan perbankan syariah. Berbagai kebijaksanaan, tata laksana dan produk PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk dikaji secara menyeluruh untuk dibandingkan dengan kaidah syariah yang telah digariskan. Pada tahun 2004, upaya pemurnian PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk telah selangkah lebih maju. Berangkat dari visi dan misi diatas, BMI menyusun nilai-nilai pokok spiritual sebagai panduan bagi seluruh anggota kru dalam bertindak dan bertingkah laku.

### 3. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk:

#### a. *Sharia Supervisory Board*

Badan ini berfungsi memeriksa dan mengawasi apakah perbankan tersebut melakukan aktivitas operasionalnya sesuai dengan nilai-nilai syariah

#### b. *Board of Commissioners*

Badan ini bertugas mengawasi perseroan serta memeriksa laporan dari presiden direktur sekaligus melaporkannya secara tahunannya ke Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

#### c. *Board of Director*

##### 1) *President Director*

Pejabat pelaksana yang secara langsung bertanggung jawab atas kelancaran kegiatan operasional bank dan pengambilan keputusan tertinggi yang membawahi direktur muda

##### 2) *Business Director*

Pejabat yang bertanggung jawab mengambil keputusan di bidang bisnis

##### 3) *Compliance and Corporate Support Director*

Bertanggung jawab memastikan kepatuhan bank dalam beroperasi sesuai dengan prosedur dan aturan-aturan yang berlaku, serta membuat laporan yang akan diajukan ke Bank Indonesia, dalam hal ini *Compliance & Corporate Support Director* tidak melakukan aktivitas bisnis maupun aktivitas lainnya atau tidak terjun langsung dalam operasional untuk membantu tugasnya, maka dibentuklah tim kerja dengan struktur tersendiri. Didalamnya yakni *Corporate Support Group* dan kumpulan beberapa orang yang dijadikan staff pembantu untuk *Compliance*.

#### d. *Internal Auditor*

Bertanggung jawab ke *President Director*, memberikan data ke *Compliance and Corporate Support Director* dan melakukan monitoring, memeriksa dan menilai kualitas kerja dalam melaksanakan tanggung jawab yang efektif atau kehandalan sistem pengendalian

intern maupun perbaikan pelaksanaan. Dalam melaksanakan tugasnya, dibentuklah satuan kerja Audit Internal yang bersifat independen dengan bagian lainnya dan mampu berkomunikasi langsung dengan dewan komisaris

e. *Corporate Support Group*

Menyiapkan dan melaksanakan *legal action* atas kebijakan manajemen, memberikan masukan dalam penyusunan manual, akad dan keputusan perusahaan yang terkait dengan aspek hukum, meningkatkan pengetahuan dan pemahaman positif terhadap PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk meraih dukungan moral dan materiil dari *stakeholders* maupun *new investors*, membangun kedekatan dan citra positif PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

f. *Financing and Settlement Group*

Mempromosikan produk baru, mengumpulkan opini dari *Syariah Supervision Board*, membangun hubungan dengan institusi luar, melaporkan anggaran dan jurnal laporan tahunan, mengevaluasi portofolio, memonitor NPL.

g. *Business Development Group*

Menjaga likuiditas pada posisi stabil, mencapai target posisi *funding and lending*, meningkatkan *customerbased sector retail*, meningkatkan kualitas layanan di *front office*, mengembangkan produk *funding*, meningkatkan *competitiveness and product image*, menyusun manual operasi baik untuk produk *funding*, produk *lending* maupun layanan.

4. Prinsip Operasional PT. Bank Muamalat Indonesia, TbkPT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk sebagai lembaga perbankan Islam, dalam menjalankan kegiatan usahanya mempunyai tiga prinsip operasional, yaitu

a. Sistem bagi hasil

Sistem bagi hasil merupakan suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana.<sup>75</sup> Pada

---

<sup>75</sup>Karnaen Perwataatmadja (A) dan Muhammad Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, (Jogjakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1992), hal. 1-2

pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara penyimpan dana dengan bank sebagai pihak yang mengelola dana. Pembagian hasil usaha ini juga dapat terjadi antara bank dengan nasabah pengguna dana sebagai pihak yang mengelola dana yang disediakan oleh bank, untuk menjalankan usaha atau proyeknya.

Penerapan sistem bagi hasil ini merupakan faktor yang membedakan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk dengan bank konvensional. Berbeda dengan bank konvensional yang menerapkan sistem bunga, maka pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk dengan sistem bagi hasil, besarnya keuntungan atau laba yang akan diperoleh tidak dapat dipastikan sebelumnya. Pada sistem bagi hasil ini, besar kecilnya keuntungan atau bahkan kerugian tergantung dari hasil usaha nasabah penerima dana.

b. Sistem jual beli dengan margin keuntungan

Menurut Karnaen A. Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'i Antonio, yang dimaksud dengan sistem jual beli dengan margin keuntungan adalah: Sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank mengangkat nasabah sebagai agen bank dan nasabah dalam kapasitasnya sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank akan bertindak sebagai penjual akan menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli di tambah keuntungan bagi bank (*margin/ mark up*).

Dalam menyalurkan dananya ke masyarakat, bank syariah sedapat mungkin menyalurkannya dalam bentuk barang modal dan hanya dalam hal tertentu saja memberikannya dalam bentuk uang tunai. Hal ini bertujuan agar dana yang disalurkan oleh bank syariah tersebut dapat dimanfaatkan dengan efektif dan langsung dapat dipergunakan untuk menjalankan usaha dari nasabah. Selain itu, hal ini dilakukan oleh bank syariah sebagai upaya untuk menghindari terjadinya penyimpangan dalam memanfaatkan dana pinjaman tersebut.



c. Sistem jasa

Prinsip operasional PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk yang ketiga adalah sistem *fee* (jasa). Sistem ini meliputi seluruh layanan perbankan non- pembiayaan yang diberikan oleh bank. Dalam pelaksanaannya, sistem *fee* ini tetap mengutamakan prinsip penghindaran dari adanya unsur riba.

5. Produk dan Jasa PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk

a. Produk Penghimpunan Dana-Funding Product

Produk-produk penghimpunan dana PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk adalah sebagai berikut:

1) Tabungan Ummat – *Ummat Saving*

Merupakan investasi tabungan dengan akad *mudharabah* di counter PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk di seluruh Indonesia maupun di Gerai Muamalat yang penarikannya dapat dilakukan di seluruh counter PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, ATM Muamalat, jaringan ATM BCA/PRIMA, dan jaringan ATM Bersama. Tabungan Ummat dengan kartu Muamalat juga berfungsi sebagai akses debit di seluruh merchant debit BCA/PRIMA di seluruh Indonesia. Nasabah memperoleh bagi hasil yang berasal dari pendapatan bank atas dana tersebut.

2) Tabungan Arafah – *Arafah Saving*

Merupakan tabungan yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji. Produk ini akan membantu nasabah untuk merencanakan ibadah haji sesuai dengan kemampuan dan waktu pelaksanaan yang diinginkan. Dengan fasilitas asuransi jiwa, insya Allah pelaksanaan ibadah haji tetap terjamin. Dengan keistimewaan tersebut, nasabah Tabungan Arafah bisa memilih jadwal waktu keberangkatannya sendiri dengan setoran tetap setiap bulan, keberangkatan nasabah terjamin dengan nasabah asuransi jiwa.

Apabila penabung meninggal dunia, maka ahli waris dapat berangkat. Tabungan haji Arafah juga dapat menjamin nasabah untuk

mendapatkan porsi keberangkatan (sesuai dengan ketentuan Departemen Agama) dengan jumlah dana Rp. 20 juta, karena PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk telah *on line* dengan siskohat Departemen Agama Republik Indonesia. Tabungan haji Arafah memberikan keamanan lahir bathin karena dana yang disimpan akan dikelola secara syariah.

3) Deposito Mudharabah – *Mudharabah Deposit*

Merupakan jenis investasi bagi nasabah perorangan dan badan hukum dengan bagi hasil yang menarik. Simpanan dana ini akan dikelola melalui pembiayaan kepada sektor riil yang halal dan baik saja, sehingga memberikan bagi hasil yang halal. Tersedia dalam jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan.

4) Deposito Fulinves – *Fulinves Deposit*

Merupakan jenis investasi yang dikhususkan bagi nasabah perorangan, dengan jangka waktu 6 dan 12 bulan dengan nilai nominal Rp. 2.000.000; atau senilai USD 500 dengan fasilitas asuransi jiwa yang dapat diperpanjang secara otomatis (*automatic roll over*) dan dapat dipergunakan sebagai jaminan pembiayaan atau untuk referensi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Nasabah memperoleh bagi hasil yang menarik setiap bulan.

5) Giro Wadi`ah – *Wadi`ah Current Account*

Merupakan titipan dana pihak ketiga berupa simpanan giro yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet, giro, dan pemindahbukuan. Diperuntukkan bagi nasabah pribadi maupun perusahaan untuk mendukung aktivitas usaha. Dengan fasilitas kartu ATM dan Debit, tarik tunai bebas biaya di lebih dari 8.888 jaringan ATM BCA/PRIMA dan ATM Bersama, akses di lebih dari 18.000 merchant Debit BCA/PRIMA dan fasilitas SalaMuamalat (*Phone Banking* 24 jam untuk layanan otomatis cek saldo, informasi histori transaksi, transfer antar rekening sampai dengan Rp. 50 juta dan berbagaipembayaran).

6) Dana Pensiun Muamalat – *Muamalat Pension Fund*

Dana Pensiun Muamalat dapat diikuti oleh mereka berusia minimal 18 tahun, atau sudah menikah, dan pilihan usia pensiun 45-46 tahun dengan iuran yang sangat terjangkau, yaitu minimal Rp. 20.000; perbulan dan pembayarannya dapat di debet secara otomatis dari rekening PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk atau dapat di transfer dari bank lain. Peserta juga dapat mengikuti program WASIAT UMMAT, dimana selama masa kepesertaan, peserta dilindungi asuransi jiwa sebesar nilai tertentu dengan premi tertentu. Dengan asuransi ini, keluarga peserta memperoleh dana pensiun sebesar yang diproyeksikan sejak awal jika peserta meninggal dunia sebelum memasuki masa pensiun.

b. *Shar-e*

Shar-e adalah tabungan instan investasi syariah yang memadukan kemudahan akses ATM, Debit dan *Phone Banking* dalam satu kartu dan dapat dibeli di kantor pos di seluruh Indonesia. Hanya dengan Rp. 125.000; langsung dapat diperoleh satu paket kartu Shar-e dengan saldo awal tabungan Rp. 100.000; sebagai sarana menabung dan berinvestasi di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Shar-e dapat dibeli di kantor pos. Diinvestasikan hanya untuk usaha halal dengan bagi hasil kompetitif.

Tarik tunai bebas biaya di lebih dari 8.888 jaringan ATM BCA/PRIMA dan ATM Bersama, akses di lebih dari 18.000 merchant debit BCA/PRIMA dan fasilitas SalaMuamalat. (*Phone banking* 24 jam untuk layanan otomatis cek saldo, informasi histori transaksi, transfer antar rekening sampai dengan Rp. 50 juta dan berbagai pembayaran)

c. Produk Penanaman Dana – *Investment Product*

Produk-produk penanaman dana PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk adalah sebagai berikut:

1) Konsep Jual-beli – *Sales-Purchase Concept*

a) *Murabahah*

Adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan

keuntungan yang disepakati. Harga jual tidak boleh berubah selama masa perjanjian (Q.S An-Nisaa : 29)

b) *Salam*

Adalah pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari dimana pembayaran dilakukan dimuka, tunai (Q.S. Al-Baqarah : 282)

c) *Istishna`*

Adalah jual-beli barang dimana *shani`* (produsen) ditugaskan untuk membuat suatu barang (pesanan) dari *mustashni`* (pemesan). *Istishna`* sama dengan salam yaitu dari segi objek pesannya yang harus dibuat atau dipesan terlebih dahulu dengan ciri-ciri khusus. Perbedaannya hanya pada sistem pembayarannya yakni pada *istishna`* pembayaran dapat dilakukan diawal, ditengah, atau di akhir pesanan.

2) Konsep Bagi-hasil – *Profit Sharing Concept*

a) *Musyarakah*

Adalah kerjasama antara dua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung sesuai kesepakatan (Q.S. Shaad : 24)

b) *Mudharabah*

Adalah kerjasama antara bank dan dengan *mudharub* (nasabah/pengelola) yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola usaha. Dalam hal ini *shabibul maal* menyerahkan modalnya kepada pekerja atau pengelola untuk dikelola sebaik-baiknya.

3. Konsep Sewa – *Leasing Concept*

a) *Ijarah*

Menurut etimologi memiliki arti upah, sewa, jasa dan imbalan.<sup>76</sup>

Menurut terminologi *ijarah* adalah akad sewa menyewa dengan

---

<sup>76</sup> AH. Azharudin Lathif, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005), h..120

mengambil manfaat sesuatu dari orang lain dengan jalan membayar sesuatu dengan perjanjian yang telah ditentukan dengan syarat-syarat.<sup>77</sup>

b) *Ijarah Muntahiya Bittamlik*

Adalah perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan pemindahan kepemilikan barang di tangan si penyewa.<sup>78</sup>

d. Produk Jasa – *Service Product*

Produk-produk jasa PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk adalah sebagai berikut:

- 1) *Wakalah* Berarti penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat. Secara teknis perbankan, wakalah adalah akad pemberian wewenang/kuasa dari lembaga/seseorang (sebagai pemberi mandat) kepada pihak lain (sebagai wakil) untuk melaksanakan urusan dengan batas kewenangan dan waktu tertentu. Segala hak dan kewajiban yang diemban wakil harus mengatasnamakan yang memberikan kuasa.
- 2) *Kafalah* Merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau pihak yang ditanggung. Dalam pengertian lain, kafalah juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin (Q.S. Yusuf : 72).
- 3) *Hawalah* Adalah pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam pengertian lain, merupakan pemindahan beban hutang dari muhil (orang yang berhutang) menjadi tanggungan muhal `alaihi atau orang yang berkewajiban membayar hutang.
- 4) *Rahn* Adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai

---

<sup>77</sup> Moh. Rifa`i, *Konsep Perbankan Syari`ah*, (Semarang: CV. Wicaksana, 2002), h.77

<sup>78</sup> Muhammad Syafi`i Antonio, *Bank Syariah: dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press bekerjasama dengan Tazkia Cendekia, 2001), Cet ke-1, h.118

jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis, sehingga pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana rahnadalah jaminan hutang atau gadai.

- 5) *Qardh* Adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat di tagih atau diminta kembali. Menurut teknis perbankan, qardh adalah pemberian pinjaman dari bank kepada nasabah yang dipergunakan untuk kebutuhan mendesak, seperti dana talangan dengan kriteria tertentu dan bukan untuk pinjaman yang bersifat konsumtif. Pengembalian pinjaman ditentukan dalam jangka waktu tertentu (sesuai kesepakatan bersama) sebesar pinjaman tanpa ada tambahan keuntungan dan pembayarannya dilakukan secara angsuran atau sekaligus (Q.S. Al-Hadiid :11).

e. Jasa Layanan – *Services*

Jasa layanan yang diberikan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk adalah sebagai berikut:

- 1) ATM
- 2) Layanan ATM 24 jam yang memudahkan nasabah melakukan penarikan dana tunai, pemindahbukuan antar rekening, pemeriksaan saldo, pembayaran zakat-infaq-shadaqah (hanya pada ATM Muamalat), dan tagihan telepon. Untuk penarikan tunai, kartu Muamalat dapat di akses di lebih dari 8.888 jaringan ATM BCA/PRIMA dan ATM Bersama, yang bebas biaya penarikan tunai. Kartu Muamalat dapat juga dipakai untuk bertransaksi di lebih dari 18.000 *merchant* Debit BCA/PRIMA. Untuk ATM Bersama dan BCA/PRIMA, saat ini sudah dapat dilakukan transfer antar bank.
- 3) SalaMuamalat Merupakan layanan *phone banking* 24 jam dan *call center* melalui (+62 21) 251 1616, 0807 1 6826 2528 (MUAMALAT) atau 0807 11 74273 (SHARE) yang memberikan kemudahan kepada para nasabah, setiap saat dan dimanapun nasabah berada untuk memperoleh informasi mengenai produk, saldo dan informasi transaksi,

transfer antar rekening, serta mengubah PIN.

- 4) Pembayaran Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS)
- 5) Jasa yang memudahkan nasabah dalam membayar ZIS, baik ke lembaga pengelola ZIS PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk maupun lembaga- lembaga ZIS lainnya yang bekerjasama dengan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk melalui *phone banking* dan ATM Muamalat diseluruh cabang PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.
- 6) Jasa-jasa lain PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk juga menyediakan jasa-jasa perbankan lainnya kepada masyarakat luas, seperti transfer, *collection, standing instruction, bank draft*, referensi bank.

## **B. Peran Pelayanan Customer Service di Bank Muamalat Indonesia KC Manado**

Peranan *customer service* secara umum ada 2 yaitu:

1. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah
2. Berusaha untuk mendapat nasabah baru melalui berbagai pendekatan.<sup>79</sup>

Berdasarkan hasil observasi penulis Pada Bank Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado, *customer service* dalam menjalankan perannya mempunyai standar pelayanan khusus dari kantornya yaitu SOP (Standar Operasional Prosedur), seperti jika menerima nasabah berdiri, mengucapkan assalamualaikum, kemudian ditanya dengan siapa, mempersilahkan duduk, lalu menanyakan apa yang bisa dibantu. Dari 2 orang *customer service* yang diwawancarai, mereka sudah menjelaskan bahwa *Customer service* sudah menjalankan perannya dengan baik, melayani dengan ramah dan menyampaikan informasi sesuai kebutuhan nasabah dengan jelas dan mudah dipahami, sehingga nasabah merasa senang dan puas.

Ada aturan khusus dari lembaga namanya *job description* karyawan, yang dimana saat melayani nasabah, pertama, harus mengucapkan salam. Kedua, tidak boleh bermain handphone. Ketiga, jika ingin menerima telpon saat ada nasabah,

---

<sup>79</sup> Kasmir, Etika Customer....., h.181

maka harus meminta izin terlebih dahulu dengan nasabah. Keempat, harus melayani nasabah dengan sabar.

Pelayanan *customer service* di Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado sudah bisa dikategorikan baik. Pelayanan yang diberikan terlihat ramah, nasabah merasa dihargai dan apa yang disampaikan mudah dimengerti. Dengan demikian terkesan bahwa Loyalitas Nasabah pada bank Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado selalu terjaga dengan terus menjadi nasabah. Dengan pelayanan yang maksimal yang sudah diberikan oleh customer service, maka Nasabah merasa puas dengan pelayanan *customer service* pada bank Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado.

Peran *customer service* yang kita ketahui yaitu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dan calon nasabah, seperti pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado ini selain mempunyai Standar Operasional Pelayanan (SOP) khusus, Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado juga menerapkan bentuk pelayanan prima 3S yaitu senyum, sapa, dan salam, yang dimana ini bukan hanya diterapkan oleh customer service, tetapi semua bagian pelayanan seperti teller dan security.

Peran Customer Service di bank Muamalat Indonesia cabang Manado yaitu memberikan layanan dengan tujuan memberi solusi terbaik atas kebutuhan harapan dan permasalahan customer atau nasabah. Dan berusaha menawarkan produk dan layanan dengan tepat bagi kebutuhan spesifik nasabah.<sup>80</sup>

Berdasarkan hasil keterangan di atas, selain aturan khusus dari lembaga berupa Standar Operasional Pelayanan (SOP), Bank Muamalat Indonesia KC Manado juga menerapkan pelayanan prima 3S untuk semua bagian pelayanan termasuk teller dan security. Berdasarkan hasil observasi penulis, Pelayanan secara keseluruhan sudah bagus, jika menunggu maka security akan mempersilahkan duduk di tempat yang nyaman dengan bahasa yang santun

Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado, para nasabah benar-benar akan tertarik untuk menjadi nasabah, karena pelayanan yang diberikan oleh

---

<sup>80</sup> Hasil Wawancara: Nana, Customer service pada Tanggal 10 Juli 2024



*customer service*. *Customer service*nya ramah, pelayanannya baik, cepat dan suasananya Islami sangat beradab dan penuh dengan sopan santun.

Selain peran-peran yang dijelaskan di atas, *customer service* mempunyai peran utama yaitu berperan menyampaikan informasi yang dibutuhkan nasabah. Dalam hal ini *customer service* Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado berperan menyampaikan informasi yang dibutuhkan nasabah. Jika ada nasabah yang sulit untuk mengerti dengan apa yang disampaikan, maka *customer service* akan memberikan penjelasan secara perlahan dan detail serta dengan bahasa yang mudah dimengerti nasabah sehingga nasabah mengerti dengan apa yang disampaikan oleh *customer service*.

Sebagai *customer service*, saya selalu Melayani setulus hati dan menciptakan layanan istimewa dengan memberikan jalan keluar, bersikap responsif, handal dan hangat kepada nasabah ataupun calon nasabah. Kecepatan dan ketanggapan merupakan suatu pelayanan yang berkualitas bagi nasabah. Pelayanan yang berkualitas sangat berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen atau nasabah. Selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan.<sup>81</sup>

*Customer service* sudah maksimal dalam penyampaian informasi, apa yang disampaikan mudah diterima, dan sudah menyampaikan informasi sesuai dengan kebutuhan nasabah. *Customer service* juga selalu sabar dalam menjawab berbagai pertanyaan dan selalu dijelaskan sehingga nasabah benar-benar mengerti.

Dalam hal penyampaian informasi, *customer service* pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado ini dalam melayani nasabah sudah sampai tuntas, hal tersebut juga dikarenakan pada Bank Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado ini tidak ada batasan waktu dalam melayani nasabahnya yang dalam hal ini penyampaian informasi oleh bagian *customer service*.

Sebagai *Customer service*, kami selalu melayani sampai tuntas, dan nasabah dilayani sebaik mungkin dengan memberikan penjelasan dengan ramah

---

<sup>81</sup> Hasil Wawancara: Nana, *Customer service* pada Tanggal 10 Juli 2024

serta sopan santun dalam bersikap dan berbicara tentang hal-hal yang ditanyakan oleh para nasabah.<sup>82</sup>

Selain peran-peran tersebut di atas, *customer service* juga mempunyai peran untuk menarik nasabah baru dan meningkatkan loyalitas nasabah. Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado ini, *customer service* memang mempunyai peran untuk menarik nasabah baru. Sebagai pemberi informasi bagi nasabah, maka secara tidak langsung *customer service* sudah menjalankan perannya untuk menarik nasabah baru. Setelah *customer service* tersebut memberikan informasi tentang produk-produk dengan jelas biasanya calon nasabah baru tertarik untuk menjadi nasabah.

Dalam hal meningkatkan loyalitas nasabah, *customer service* berperan karena *customer service* merupakan gerbang utama untuk nasabah dan calon nasabah berkonsultasi. Peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah Selain peran di atas, *customer service* juga mempunyai peranan dalam meningkatkan loyalitas nasabah *customer service*.

Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado, *customer service* mempunyai peranan untuk mempertahankan nasabah lama agar tetap loyal menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado dengan cara, pertama yaitu menjaga komunikasi agar tetap terjaga, kedua yaitu menjalin serta menjaga silaturahmi dengan nasabah, dengan cara jika ada nasabah yang mengalami musibah meninggal dunia atau sakit, jikalau pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado mengetahui, maka akan mengunjungi, jika tidak bisa seluruh maka perwakilannya saja. Ketiga yaitu untuk nasabah deposito diberikan bingkisan pada hari raya idul fitri sebagai tanda ucapan terima kasih sudah menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado, dan yang terakhir yaitu memberikan pelayanan yang terbaik, pastinya yang tidak mengecewakan nasabah.

Pelayanan yang diberikan selalu memuaskan, tidak mengecewakan dan prosesnya cepat. Pelayanan *customer service* bagus, ramah, dan selalu menjaga

---

<sup>82</sup> Hasil Wawancara: Nana, Customer service pada Tanggal 10 Juli 2024

komunikasi dengan cara selalu menegur atau senyum jika nasabah datang, walaupun terkadang tidak ada keperluan dengan customer service.

Sebagai seorang *customer service* yang bertugas, saya selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk memberikan kepuasan kepada nasabah agar semakin loyal, yaitu dengan cara menganggap nasabah tersebut sebagai keluarga atau teman, maksudnya yaitu agar tidak terasa canggung dan tidak merasa ada batasan antara nasabah dan pegawai bank. Dengan hal tersebut maka akan menjadi lebih akrab. Adapun cara kedua, yaitu dengan menyapa nasabah, walaupun nasabah sedang tidak ingin bertemu dengan *customer service*, tetapi tetap menyapa seperti bertanya apa kabar atau bertanya “belum nambah deposito pak atau bu”, intinya tidak sombong sehingga nasabah merasa senang dan tetap loyal menjadi nasabah kita.<sup>83</sup>

Peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah yaitu membuat kesan yang baik, berpakaian yang rapi, dan komunikasi lancar. Kesan pertama yang diberikan akan menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah. Setiap pekerjaan pasti memiliki resiko dan kendala yang akan dihadapi, seperti juga halnya dengan pekerjaan sebagai seorang *customer service*.

Dalam menjalankan tugasnya *customer service* Bank Muamalat KC Manado ini mempunyai kendala yaitu komplain nasabah, misalnya pengambilan tabungan yang dikuasakan yaitu harus dengan membawa KK asli dan KTP asli, jika tidak maka tidak bisa, hal tersebut dilakukan untuk menjaga keamanan uang nasabah. Tetapi terkadang ada nasabah yang tidak mau mengerti, dan marah-marah karena tidak terima dengan peraturan seperti itu.

Dalam menghadapi kendala-kendala tersebut pasti ada solusinya. Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado, dalam menghadapi nasabah yang tempramen mereka mempunyai cara sendiri yaitu dengan cara nasabah tersebut dibawa ke ruangan VIP yang dimana merupakan ruangan khusus untuk nasabah yang komplain, disana akan diberi minum dan makan sampai emosi nasabah sedikit mereda, setelah itu baru kemudian ditanya apa keluhannya dan kemudian

---

<sup>83</sup>Hasil Wawancara: Nana, Customer service pada Tanggal 10 Juli 2024

dijelaskan dan diberi solusi. Dengan hal tersebut, maka masalah terselesaikan dan nasabah juga merasa senang dan puas dengan pelayanan seperti itu.

Dalam kondisi demikian, kami tetap Memperlakukan nasabah dengan hormat, Memahami produk yang ditawarkan kepada nasabah, Tanggap dan cepat terhadap pertanyaan nasabah, Tetap tenang dan profesional, Tunjukkan empati, Mendengarkan keluhan pelanggan/nasabah dan memberikan solusi dalam permasalahannya, Mencoba meminta maaf dan tanggapi secara positif. Menurut saya hal tersebut sangat penting karena akan membantu meningkatkan kualitas layanan yang diberikan serta menjaga reputasi perusahaan atau kantor. Memberikan senyum dengan tulus dan ramah kepada semua nasabah, hal ini dapat diartikan sebagai kesiapan dalam melayani nasabah. Kemudian melakukan kontak mata dengan nasabah saat berbicara, mendengarkan, mengerti, memahami kebutuhan dan permasalahan nasabah.<sup>84</sup>

Peranan *Customer service* Dalam melakukan transaksi atau jasa bank berpegang pada prosedur atau mekanisme yang telah ditetapkan. *customer service* di Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado sudah mempunyai prosedur yang ditetapkan dan sudah melaksanakan tugasnya sesuai dengan prosedur. Dalam menjalankan tugasnya sebagai seorang *customer service* di Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado, maka harus mempunyai etika dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan nasabah.

*Customer service* di Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado ini, sudah memenuhi kebutuhan nasabah dengan penuh tanggung jawab, selaku pemberi informasi sudah menyampaikan informasi sesuai kebutuhan nasabah. Berbicara sopan dan tidak kasar, serta selalu melayani nasabah dengan sabar.

Dalam dunia perbankan etika pelayanan sangat penting, karena dapat menanamkan kepercayaan dan citra nasabah. Menanamkan kepercayaan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang baik, membantu yang dibutuhkan nasabah sampai tuntas, bersikap sabar dalam menghadapi nasabah, selalu ramah kepada nasabah, menjaga komunikasi dengan nasabah, dan

---

<sup>84</sup> Hasil Wawancara: Nana, Customer service pada Tanggal 10 Juli 2024

menjalin silaturahmi agar lebih akrab. Jika sudah menjalankan tugas sesuai dengan etika tersebut, maka nasabah akan loyal.

### C. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dilapangan diketahui bahwasannya peran pelayanan itu sangatlah penting bagi bank untuk melayani nasabahnya dengan baik. Strategi yang dilakukan oleh suatu bank yaitu untuk mencapai suatu target dan kepuasan yang maksimal sesuai dengan yang diharapkan.

Salah satu cara perusahaan pada dunia perbankan agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah yang sebanyak-banyaknya. Peningkatan jumlah nasabah merupakan aspek yang paling penting untuk dilakukan melalui pemberian pelayanan yang baik karena dengan pelayanan yang baik mampu memberikan dampak yang positif bagi jumlah nasabah yang didapatkan. Suatu bank akan berhasil jika memberikan pelayanan terbaiknya dan mampu membuat nasasah merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Selain itu bank juga harus mampu memasarkan produknya dengan baik dan menyediakan jasa yang berkualitas, karena sejatinya nasabah yang merasa benar-benar puas atas pelayanan yang diberikan akan mampu mempertahankan nasabah yang lama untuk tetap membeli produk yang ditawarkan oleh bank tersebut. Nasabah lama juga bisa memberikan rekomendasi kepada orang lain serta akan mampu pula untuk menarik calon nasabah baru untuk mencobanya.

Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan *image* perusahaan sehingga citra perusahaan dimata nasabahnya terus meningkat pula. Dengan memiliki citra yang baik, segala yang dilakukan perusahaan akan dianggap baik pula. Dalam pemasaran, produk mempunyai arti luas, yaitu satu kesatuan yang di tawarkan pada pasar baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Produk yang berwujud biasanya disebut barang (*goods*) dan produk yang tidak berwujud biasa disebut dengan jasa (*service*).

Memberikan pelayanan bukanlah pekerjaan yang mudah, akan tetapi bila pekerjaan tersebut dapat dilakukan dengan baik maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat yang besar. *Customer service*

merupakan karyawan bank yang sangat penting dan berpengaruh pada sebuah bank. Karyawan tersebut berhadapan langsung dengan nasabah atau calon nasabahnya. Maka untuk melihat nasabah puas atau tidaknya tergantung dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan *customer service*. Sehingga dalam sebuah bank maka *customer service* menjadi ujung tombak utama dalam memberikan kepuasan nasabah untuk tertarik menabung di Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado.

Salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis adalah sebuah pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan *customer service* harus sesuai dengan standar peraturan yang telah ditentukan. Peran pelayanan yang mendasar yang dilakukan oleh *customer service* pada Bank Muamalat Indonesia KC Manado adalah sebagai berikut:

1. Bersikap Ramah. Setiap karyawan (*customer service*) harus melayani nasabahnya dengan sikap yang ramah agar nasabah tersebut merasakan kenyamanan ketika melakukan aktifitas yang berhubungan dengan perbankan seperti pembukaan rekening baru, konsultasi tentang produk, keluhan dan lain-lain. kemudian mengawali komunikasi dengan memberikan salam kepada nasabahnya. Bank Muamalat Indonesia KC Manado selalu menerapkan prinsip ini, sebab prinsip ini yang nantinya akan dinilai oleh nasabah langsung, bagaimana pelayanan yang diberikan karyawan khususnya *customer service* ketika ada nasabah yang datang.
2. Komunikatif. *Customer service* harus memiliki keahlian dalam bidang komunikasi, keahlian tersebut merupakan salah satu keahlian yang harus diperhatikan karena karyawan pada bidang ini berhadapan langsung dengan nasabah yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Selain itu juga diperhatikan gaya komunikasi yang jelas dan terarah agar tidak timbul kesalah pahaman. Pada strategi ini *customer service* di Bank Muamalat Indonesia KC Manado dituntut untuk pandai berkomunikasi dengan baik dengan nasabahnya, dan harus bisa menilai bagaimana karakteristik nasabahnya, sebab setiap nasabah memiliki karakteristik yang berbeda-beda, sehingga *customer service* harus mampu memahami bagaimana karakter dan sifat nasabahnya.

3. *Name Tag* yang selalu diperhatikan. Pada bagian ini *name tag* merupakan hal yang kecil namun berdampak cukup besar bagi pelayanan yang diberikan. Berkaitan dengan strategi pelayanan Tujuan seorang *customer service* memperlihatkan kartu identitas berupa *name tag* agar nasabah mengenali karyawan tersebut. Jika suatu saat pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang baik, maka nasabah bisa melaporkan karyawannya (*customer service*) untuk mengevaluasi kinerjanya cukup dengan menyebutkan nama dari karyawan itu sendiri. di Bank Muamalat Indonesia KC Manado dalam menerapkan prinsip manajemen strategi pelayanan ini guna untuk membuat nasabahnya merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan (*customer service*) Bank Muamalat Indonesia KC Manado, sehingga nantinya diharapkan akan membuat nasabah merasa percaya untuk menabung atau bertransaksi di Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado.
4. Pada sebuah bank tentu ada aturan dalam memberikan pelayanan terhadap nasabahnya, Sebagai *customer service* dituntut untuk dapat memberikan pelayanan terbaiknya yang diberikan ketika nasabah datang ingin melakukan konsultasi atau ingin membuka tabungan atau pembiayaan. Ketika nasabah datang maka karyawan *customer service* mampu menjelaskan produk yang dimiliki oleh Bank Muamalat Indonesia KC Manado dan menjelaskan kelebihan produk itu sendiri, kemudian harus ramah dan berperilaku profesional, serta bisa membuat nyaman nasabah atau calon nasabah yang datang, Sehingga nantinya diharapkan nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
5. Dalam melayani nasabah ada aturan waktu yang ditentukan dalam aturan di Bank Muamalat Indonesia KC Manado. Seorang *customer service* diberikan maksimal waktu 20 menit untuk melayani nasabahnya satu persatu. Untuk meningkatkan kinerja perbankan dan kepercayaan nasabah, maka pelayanan yang diberikan harus dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya. Pelayanan merupakan suatu jalan untuk mempertahankan bank agar selalu didekati dan diingat oleh nasabahnya, program pelayanan terhadap nasabah yang harus diberikan adalah pelayanan terbaik sehingga nasabah tersebut tidak akan pindah ke bank lain.

6. Banyak bank ingin selalu dianggap baik oleh nasabah karena nasabah akan menjadi pelanggan setia terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Disamping itu, bank juga berharap dari pelayanan yang diberikan, nasabah dapat ikut mempromosikan bank kepada nasabah lain. hal ini merupakan keuntungan tersendiri bagi bank. Sebab dalam memberikan pelayanan yang baik dan menjalin hubungan yang baik secara terus menerus (berkesinambungan) dengan nasabah, tidak hanya dalam jangka pendek saja tetapi hubungan jangka panjang. Nasabah bukan hanya puas tetapi juga loyal pada bank kita. Oleh karena itu bank harus terus menerus memelihara dan meningkatkan pelayanannya sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah. Maka hal ini pasti akan meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank.
7. Bank juga menetapkan standar yang didukung dengan sarana dan prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi. Pelayanan yang baik dan memiliki ciri-ciri tersendiri, dalam hal ini yang didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Pertama adalah faktor manusia (*customer service*) yang melayani nasabah memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah dan bertanggung jawab penuh pada nasabahnya. Kedua faktor tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakuratan pekerjaan. Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini. juga dalam sebuah bank sangat berpengaruh karena berhubungan langsung dengan nasabah yang ingin melakukan transaksi.
8. *Customer service* adalah petugas bank yang bertanggung jawab untuk memberikan jasa pelayanan perbankan lainnya kepada masyarakat dan juga menjadi ujung tombak pada sebuah bank, karena karyawan *customer service* bertemu langsung dengan nasabah yang ingin melakukan transaksi, sehingga hal ini menuntut seorang *customer service* dalam melayani nasabah harus ramah, cepat tanggap dengan keperluan nasabah, sistematis dan berpenampilan rapih.



9. Seorang *customer service* harus menciptakan citra profesional, ramah, dan konsisten dalam menjalankan tugas dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:
- a. Memeriksa secara teliti setiap transaksi yang akan dan sedang dilakukan dan selalu mengikuti prosedur yang standar.
  - b. Menunjukkan perhatian, profesionalisme dan keramahan pada saat menerima nasabah di meja *customer service*.
  - c. Bersikap profesional dengan tidak membeda-bedakan nasabah. Melayani sesuai urutan kedatangan dan memperhatikan hal-hal yang khusus.
  - d. Harus bersifat jujur dan melakukan hal-hal yang dapat merugikan perusahaan dan nasabah. Sebagai *frontline*, *customer service* juga mendukung pengembangan bisnis bank dengan memberikan layanan terbaiknya, seperti aturan waktu yang diberikan Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado kepada karyawan *customer service* dalam melayani nasabahnya. Hal ini guna untuk memperlancar pelayanan yang diberikan Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado kepada nasabahnya. Namun pada oprasinya terkadang waktu yang ditentukan lebih lama, apabila ada gangguan pada sistem komputernya atau *error*, hal ini menyebabkan terkadang nasabah menjadi menunggu lama. Jika terjadi hal seperti ini maka karyawan *customer service* pun segera meminta maaf dengan nasabah yang ingin melaukan transaksi atau nasabah yang datang bahwasannya sistem sedang error. Dan jika nasabah tidak ingin mengantri maka sebagai karyawan *customer service* tetap memberikan pengertian kepada nasabahnya dengan baik.
  - e. *Customer service* harus ramah, cepat tanggap, profesional, komunikatif, memakai name tag dan menjaga kebersihan serta kerapihan. Sebab hal ini yang akan dinilai langsung oleh nasabah yang datang di Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado untuk melakukan transaksinya atau berkonsultasi.

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas, secara garis besar bahwa pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado saat ini sudah cukup baik, hanya saja prasarana yang terkadang masih kurang mendukung untuk proses cepatnya pelayanan nasabah yang ingin bertransaksi. Sehingga perlu adanya strategi tambahan untuk menunjang lancarnya proses pelayanan yang diberikan oleh karyawan *Customer service* pada nasabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado.

## BAB V P E N U T U P

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa peran pelayanan yang mendasar yang dilakukan oleh *customer service* pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Manado adalah bersikap ramah, komunikatif, selalu menggunakan *Name Tag*, berperilaku profesional, dalam melayani nasabah ada aturan waktu yang ditentukan dalam aturan di Bank Muamalat Indonesia KC Manado seorang *customer service* diberikan maksimal waktu 20 menit untuk melayani nasabahnya satu persatu, *customer service* ingin selalu dianggap baik oleh nasabah karena nasabah akan menjadi pelanggan setia terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, sarana dan prasarana yang dimiliki harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini, juga dalam sebuah bank pelayanan *customer service* sangat berpengaruh karena berhubungan langsung dengan nasabah yang ingin melakukan transaksi, *customer service* menjadi ujung tombak karena berhadapan langsung dengan nasabah, seorang *customer service* harus menciptakan citra profesional. Maka dari itu, peran pelayanan *Customer service* di Bank Muamalat Indonesia KC Manado, saat ini sudah cukup baik.

### B. Saran

Agar kajian ini dapat terealisasikan, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Untuk pihak Bank Muamalat Indonesia KC Manado untuk lebih menunjang sarana dan prasarana yang terkadang masih kurang mendukung untuk proses cepatnya pelayanan nasabah yang ingin bertransaksi. Sehingga perlu adanya peran tambahan untuk menunjang lancarnya proses pelayanan yang diberikan oleh karyawan *Customer service* pada nasabah di Bank Muamalat Indonesia KC Manado.

2. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan tentang strategi Customer service dalam meningkatkan pelayanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bustari Muchtar dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Kencana, 2016).
- Amir Mualim, MIS., *Persepsi Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan* (MSI-UIL.Net -13/8/2004
- Undang-Undang nomor 13 tahun 2003 tentang ketenaga kerjaan pasal 1 ayat 2  
Ralph Linton, *The Study of Man, an Introduction* ( New York: Appleton Century Crofts, 1956)
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007)
- Malayu S.P. Hasibuan, *Managemen Sumber Daya Manusia*. (Bandung: Bumi Aksara, 2002)
- Tim Penyusunan Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahas Indonesia* (Balai Pustaka; 1988)
- Eko Endarmoko, *Tesaurus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka; 2006)  
Trisadini P. Usanti dan Abd. Shomad, *Hukum Perbankan edisi pertama* (Jakarta: Kencana, 2016)
- Cermati.com, *Bank Syariah vc Bank Konvensional*, (dalam <http://www.cermati.com> Tgl 01 Januari 2020).
- Dosen Ekonomi, *Dasar Hukum Bank Konvensional di Indonesia*, (dalam <https://dosenekonomi.com> tgl. 01 Januari 2020).
- Marlin M. Friedman,et.al, *Buku Ajar Keperawatan Keluarga: Riset, Teori dan Praktik*, Edisi kelima, Alih Bahasa: Achir Yani S. Hamid.et. al (Jakata: EGC, 2014)
- Ralph Linton, *The Study of Man, an Introduction* ( New York: Appleton Century Crofts, 1956)
- Soerjono Soekanto dan Budi Sulistyowati, *Sosiologi Suatu Pengantar Edisi Revisi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014)
- Paul B. Horton dan Robert L. Horton, *Introductory Sociology*, (USA: Dow Jones-Irwin, 1982).
- Ruce J. Biddle, *Role Theory Expectations, Identities, and Behaviors* (New York: Academic Pres Ing, 1979)

- E. St. Harahap, et.al, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Bandung: Balai Pustaka, 2007)
- Nicholas Abercombrie, et.al, *Dictionary of Sociology* (USA: Pinguin Group, 2006)
- Paul B. Horton and Chester L. Hunt, *Sociologi* Terjemahan Aminuddin Ram dan Tita Sobari Jilid Satu Edisi Keenam (Jakarta: Erlangga, 1987)
- Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005)
- Majid, Abdul Suharto, *Costumer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*. (Jakarta:Rajawali Pers 2009)
- Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014)
- Irawan, *Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta:PT Elex Media Komputindo,2002)
- Rangkuti Freddy. *Measures Customer Satisfaction*. (Jakarta:Grafindo,2003)
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010)
- Buttle, Francis. *Customer Relations Management (concepts and tools)*. (Malang:Bayumedia Publishing, 2004)
- Copper dan Emory, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 1998)
- AstoSubroto. "Bank Syariah Harus Fokus Membidik Nasabah Rasional". Artikel diakses pada 20 Desember 2008 dari <http://astosubroto.com>
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. ( Jakarta: Bumi Aksara, 2005)
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran; Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Terjemahan, ( Jakarta: Erlangga, 2005)
- Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, ( Jakarta: Rajawali Pers, 2008)
- Arief, Muhtosim, *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan. Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan*. (Malang: Bayumedia Publishing, 2007)
- Hamdani dan Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009)
- Kertajaya, Hermawan dan Syakir Sula, Muhammad, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006)

- Arifin, Zainal, *Evaluasi Pembelajaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2009)
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008).
- Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar: Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004).
- Dini Kristianty Wardani, *Psikologi Pendidikan Islam*, (Cirebon: Confident, 2016)  
Fadhilah Suralaga, *Psikologi Pendidikan Implikasi Dalam Pembelajaran*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2021)
- Donny Prasetyo, dan Irwansyah, “Memahami Masyarakat Dan Perspektifnya”, *Jurnal Manajemen dan Ilmu Sosial*. Vol. 1 No. 1. (Januari, 2020).
- Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Prenadamedia Group).
- Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta).
- Abdurrahman Fathoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta: 2015)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011)
- Santu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015)
- Muhamad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif (Dilengkapi dengan Contoh-contoh Aplikasi: Proposal Penelitian dan Laporrannya)*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013)
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2012)
- Karnaen Perwataatmadja (A) dan Muhammad Syafi`i Antonio, *Apa dan Bagaimana BankIslam*, (Jogjakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1992)
- AH. Azharudin Lathif, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005)
- Moh. Rifa`i, *Konsep Perbankan Syari`ah*, (Semarang: CV. Wicaksana, 2002)

## Lampiran 1 : Daftar Wawancara

### PERTANYAAN WAWANCARA

#### I. DATA PENELITI:

Nama Peneliti : Jouri Jourkaef Modeong/NIM:17.4.1.020  
Afiliasi : Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syari'ah  
Judul Penelitian : Peran Pelayanan Customer Service (CS) Terhadap Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KC Manado  
Waktu Penelitian : Februari 2024 M

#### II. DATA NARASUMBER

Nama :  
Umur :  
Jenis Kelamin :  
Pekerjaan/Jabatan :  
Pendidikan Terakhir :

#### III. PERTANYAAN PENELITIAN

1. Apa peran Bapak/Ibu/Sdra-i sebagai Customer Service di Bank Muamalat Cabang Manado?
2. Bagaimana Pelayanan yang Bapak/Ibu/Sdr-i berikan terhadap Nasabah?
3. **Menurut** Bapak/Ibu/Sdr-i seberapa pentingkah unsur kecepatan dan ketanggapan dalam membantu Nasabah?
4. **Menurut** Bapak/Ibu/Sdr-i Apakah Ketrampilan Customer Service berpengaruh terhadap layanan yang diberikan kepada nasabah?
5. **Menurut** Bapak/Ibu/Sdr-i selaku Customer Service, hal apa saja yang dilakukan dalam mempertahankan kepercayaan kepada nasabah?
6. Bagaimana sikap yang Bapak/Ibu/Sdr-i berikan terhadap Nasabah yang emosional?
7. **Menurut** Bapak/Ibu/Sdr-i selaku Customer Service, seberapa penting kejujuran dari segi pelayanan?
8. Dalam meningkatkan pelayanan terhadap Nasabah, apakah ada pelayanan ekstra yang Bapak/Ibu/Sdr-i selaku Customer Service lakukan?

**TERIMA KASIH**



**Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara**



### Lampiran 3 Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Dr.S.H.Sarundajang Kawasan Ring Road I Kota Manado Telepon./Fax (0431) 860616 Manado 95128

Nomor : B-130 /In.25/F.IV/TL.00.1/02/2024

6 Februari 2024

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth:

Pimpinan Cabang  
Bank Muamalat Manado  
Di-

Tempat

*Assalamu'alaikum Wr, Wb.*

Dengan hormat disampaikan bahwa Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, yang tersebut namanya dibawah ini :

Nama : Jouri Jourkaef Modeong  
NIM : 17.4.1.020  
Semester : XIII (Tiga Belas)  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Bermaksud Mengadakan Penelitian Dalam Rangka Penyusunan Skripsi Yang Berjudul: **"Peran Pelayanan Customer Service (CS) Terhadap Nasabah di Bank Muamalat Indonesia cabang Manado"** Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dengan

Dosen Pembimbing :

1. Prof. Delmus Puneri Salim, M.A.,M.Res.,Ph.D
2. Youlanda Hasan, SE.,MM

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada Mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian dari bulan Februari s/d April 2024.

Demikian atas perhatian dan kerjasama diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dekan,

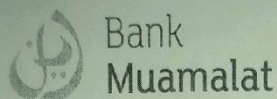


Radlyah Hasan Jani

Tembusan:

1. Mahasiswa Yang Bersangkutan;
2. Arsip.

## Lampiran 4 Surat Keterangan Selesai Penelitian



**SURAT KETERANGAN**  
NOMOR : 180/BMI-MDO/SK/XI/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini:

**Nama** : Mahmud K Diko  
**Jabatan** : Branch Manager

Menyatakan bahwa :

**Nama** : Jouri Jourkaef Modeong  
**Nim** : 17.4.1.020  
**Program Studi** : Perbankan syariah  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis Islam  
**Judul Skripsi** : Peran Pelayanan Customer Service (CS) Terhadap Nasabah di Bank Muamalat

Bahwa nama yang tertera di atas telah mengadakan penelitian di Bank Muamalat Cabang Manado pada bulan Februari / April 2024

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Manado, 05 November 2024

PT.BANK MUAMALAT INDONESIA,Tbk  
CABANG MANADO

**Mahmud K Diko**  
**Branch Manager**

## DAFTAR RIAWAT HIDUP (Curriculum Vitae)

### Data Pribadi

Nama : Jouri Jourkaef Modeong  
Tempat dan Tanggal Lahir : Manado, 3 Juli 2000  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Status Perkawinan : Belum Kawin  
Agama : Islam  
Alamat Asal : Tutuyan, kec. Tutuyan Kab. Bolaang Mongondow Timur  
No. Hp : 085162545503  
Email : [jourimodeong03@gmail.com](mailto:jourimodeong03@gmail.com)

### Nama Orang Tua

a. Ayah : Jukrin Modeong  
b. Pekerjaan : Tani  
c. Ibu : Erni Potabuga  
d. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
e. Alamat : Tutuyan, kec. Tutuyan Kab. Bolaang Mongondow Timur

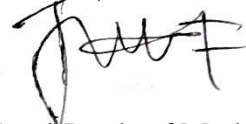
### Riwayat Pendidikan

a. SD Cokroaminoto Tutuyan : 2005-2011  
b. MTS Tutuyan : 2011-2014  
c. SMA Negeri 1 Tutuyan : 2014-2017  
d. IAIN Manado : 2017-Sekarang

### Pengalaman Organisasi

- Kader KAMMI Komisariat IAIN Manado Periode 2018
- Kader Kerukunan Pelajar Mahasiswa Boltim Tahun 2018

Manado, 8 Oktober 2024



Jouri Jourkaef Modeong

NIM: 17.4.1.013