

STRATEGI *CROSS SELLING*

DALAM RANGKA PENGHIMPUNAN DANA PIHAK KETIGA

(Studi Pada *Customer Service* Di BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal)



TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar

Ahli Madya (A.Md)

Oleh :
IAIN PURWOKERTO
FAUZIAH RESTI AWALIN

NIM: 1423204016

PROGRAM DIPLOMA III MANAJEMEN PERBANKAN SYARI'AH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

PURWOKERTO

2017

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xi
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
ABSTRACK	xxv
ABSTRAK	xxvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penulisan Tugas Akhir	5
D. Manfaat Penulisan Tugas Akhir	6
E. Metode Penelitian Tugas Akhir	7
1. Jenis Penelitian	7

2.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	7
3.	Teknik Pengumpulan Data	8
4.	Metode Analisis Data	10
 BAB II LANDASAN TEORI		
A.	<i>Customer Service</i>	11
1.	Definisi <i>Customer Service</i>	11
2.	Fungsi <i>Customer Service</i>	11
3.	Tugas dan Tanggung Jawab <i>Customer Service</i>	14
4.	Wewenang <i>Customer Service</i>	15
5.	Keterampilan Dasar Yang Dibutuhkan Oleh <i>Customer Service</i>	16
B.	Strategi <i>Cross Selling</i>	16
1.	Pengertian Strategi <i>Cross Selling</i>	16
2.	Faktor-Faktor Proses Terjadinya <i>Cross Selling</i>	19
3.	Unsur-Unsur <i>Cross Selling</i>	25
C.	Penghimpunan Dana Pihak Ketiga	29
1.	Penerapan Prinsip Syariah dalam Operasional Produk Perbankan	31
2.	Produk Penghimpunan Dana Perbankan Syariah	35
D.	Telaah Pustaka.....	39
 BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN		
A.	Gambaran Umum BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal	42
1.	Sejarah BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal	42

2.	Tujuan BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal.....	44
3.	Visi dan Misi BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal	44
4.	Struktur Organisasi BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal.....	45
5.	Fungsi dan Tugas Masing-masing Unit.....	46
6.	Produk-Produk BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal.....	52
	a. Pendanaan (<i>Funding</i>)	52
	b. Pembiayaan (<i>Financing</i>)	55
B.	Strategi <i>Cross Selling</i> Dalam Rangka Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Studi Pada <i>Customer Service</i> Di BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal	58
BAB IV PENUTUP		
A.	Kesimpulan.....	70
B.	Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1	Jumlah Dana Produk Funding di BTN KCS Tegal	67
Tabel 3.2	Jumlah Nasabah Produk Funding di BTN KCS Tegal.....	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema *Wadi'ah Yad Dhamanah* Pada Penghimpunan Dana34

Gambar 2.2 Skema *Mudharabah* Pada Penghimpunan Dana 35



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 Blangko Bimbingan
- Lampiran 3 Sertifikat BTA/PPI
- Lampiran 4 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab
- Lampiran 5 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
- Lampiran 6 Sertifikat Komputer
- Lampiran 7 Sertifikat PKL
- Lampiran 8 Struktur Organisasi BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal
- Lampiran 9 Formulir Penyetoran
- Lampiran 10 Formulir Kiriman Uang
- Lampiran 11 Formulir Penarikan
- Lampiran 12 Formulir Pencairan Deposito
- Lampiran 13 Formulir Penutupan Rekening Tabungan
- Lampiran 14 Formulir Penutupan Rekening giro
- Lampiran 15 Formulir Pembukaan Rekening Simpanan
- Lampiran 16 Formulir Pembukaan Rekening Nasabah Lembaga
- Lampiran 17 Brosur Tabungan BTN Batara iB dan BTN Prima iB
- Lampiran 18 Brosur Tabungan BTN Qurban iB
- Lampiran 19 Brosur Tabungan Haji BTN iB
- Lampiran 20 Brosur Deposito BTN iB
- Lampiran 21 Brosur Proses Pengajuan Pengaduan Bank BTN

Lampiran 22 Checklist Tahap Layanan Pembukaan Rekening

Lampiran 23 Checklist Tahap Layanan *Handling Complain*



**CROSS SELLING STRATEGY
IN THE FRAMEWORK OF THIRD PARTY FUND PURCHASING
(Study On *Customer Service* at BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal)**

**Fauziah Resti Awal
NIM. 1423204016**

Diploma III Program of Banking Syari'ah Management
Faculty of Economics and Islamic Business
State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

The research of this final project is motivated because the Bank as one of the institutions in the financial industry which is engaged in the service, must be able provide the best service (service excellent) to win the competition in a situation that moves forward quickly and more competitive, it aims to retain existing customers and reaching potential new customers. In this case especially, which is one of the spearhead of banking (in terms of service) is a customer service officer. The main task of customer service is to provide the best service and build a good relationships with customers and prospective customers (the public). Service that is provided by customer service must prioritize the customer's satisfaction , customer service must know in general and widely the forms of service and product of bank well. The opportunity to connect directly with large customers can be used effectively to offer other bank products in the context of cross selling. In this research, the researcher wants to find out the strategy that the customer service do to implement cross selling in order to collect third party fund in BTN office branch syari'ah Tegal.

This research is field research with qualitative approaching. Qualitative research is the type of research that results in discoveries that can not be achieved by using statistical procedures or other means of quantification (measurement). While the data collection techniques used in this research are observation, interview and secondary data.

Analysis data method that used in this final project is descriptive analysis, the data that have been obtained from the research location analyzed and then presented in that report. The result of this research indicates that good quality service becomes one of the way to establish the customer's trust and supporting the successful of cross selling strategy done by customer service BTN office branch syari'ah Tegal.

Keywords: Customer Service, Cross Selling Strategy, Third Party Funds.

STRATEGI *CROSS SELLING*
DALAM RANGKA PENGHIMPUNAN DANA PIHAK KETIGA
(Studi Pada *Customer Service* di BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal)

Fauziah Resti Awal
NIM. 1423204016

Program Studi Diploma III Manajemen Perbankan Syari'ah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Penelitian dalam Tugas Akhir ini dilatarbelakangi karena Bank sebagai salah satu lembaga pada industri keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan terbaiknya (*service excellent*) untuk dapat memenangkan persaingan dalam situasi yang bergerak maju dengan cepat serta semakin kompetitif, hal ini bertujuan untuk mempertahankan nasabah yang telah ada dan menjangkau nasabah baru yang potensial. Terutama dalam hal ini yang menjadi salah satu ujung tombak perbankan (dalam hal layanan) adalah petugas *Customer Service*. Tugas utama *Customer Service* adalah memberikan pelayanan terbaik serta membina hubungan yang baik dengan nasabah maupun calon nasabahnya (masyarakat). Pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* harus mengutamakan kepuasan nasabah, *Customer Service* haruslah mengetahui secara umum dan luas bentuk-bentuk pelayanan jasa dan produk bank dengan baik. Kesempatan berhubungan secara langsung dengan nasabah yang cukup besar dapat digunakan secara efektif untuk menawarkan produk-produk bank lainnya dalam rangka *Cross Selling*. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui strategi seperti apakah yang dilakukan oleh *Customer Service* untuk melaksanakan *Cross Selling* dalam rangka pengumpulan dana pihak ketiga di BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan data sekunder.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah analisis deskriptif, dimana data yang telah diperoleh dari lokasi penelitian selanjutnya dianalisa dan kemudian disajikan secara tertulis dalam laporan tersebut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik menjadi salah satu cara untuk membentuk kepercayaan nasabah dan mendukung keberhasilan strategi *Cross Selling* yang dilakukan oleh *Customer Service* BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal.

Kata kunci: *Customer Service*, Strategi *Cross Selling*, Dana Pihak Ket

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga Keuangan Syari'ah di Indonesia telah berkembang dengan pesat. Hal ini menyebabkan banyak pihak ingin mengetahui apa perbedaan yang mendasar antara Lembaga Keuangan Syari'ah dengan Lembaga Keuangan Konvensional. Salah satu perbedaan yang sering dikemukakan oleh para ahli, bahwa di Lembaga Keuangan Syari'ah harus ada *underlying transaction* yang jelas, sehingga uang tidak boleh mendatangkan keuntungan dengan sendirinya, tanpa alas transaksi. Dengan kata lain, perbedaan antara Lembaga Keuangan Syari'ah dengan Lembaga Keuangan Konvensional adalah terletak pada akad atau transaksinya.¹

Bagi bank konvensional, selain modal sumber dana lainnya cenderung bertujuan untuk “menahan” uang. Hal ini sesuai dengan pendekatan yang dilakukan Keynes yang mengemukakan bahwa orang membutuhkan uang untuk tiga kegunaan: transaksi, cadangan (jaga-jaga), dan investasi. Berbeda dengan hal tersebut, bank syari'ah tidak melakukan pendekatan tunggal dalam menyediakan produk penghimpunan dana bagi nasabahnya. Produk penghimpunan dana pun disesuaikan dengan tiga fungsi tersebut, yaitu berupa giro, tabungan dan deposito.²

¹ Faturrahman Djamil, *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah di Bank Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm., v.

² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm., 146.

Perbankan dalam kehidupan suatu negara adalah salah satu agen pembangunan (*agent of development*). Hal ini karena adanya fungsi utama dari perbankan itu sendiri sebagai lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Fungsi inilah yang lazim disebut sebagai intermediasi keuangan (*financial intermediary function*).³

Dunia perbankan dewasa ini bergerak maju ke depan dengan sangat aktif dan dinamis. Pergerakan ini di dukung dengan adanya tantangan yang semakin luas dan kompleks pada industri tersebut, serta perkembangan teknologi perbankan yang semakin maju. Situasi ini mendorong industri perbankan harus cepat dan tanggap dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya, terutama dalam memperoleh kepercayaan masyarakat serta memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dan layanan perbankan yang aman, nyaman dan berkualitas.⁴

Bank syari'ah merupakan salah satu instrumen yang digunakan untuk menegakkan aturan-aturan ekonomi Islami. Sebagai bagian dari sistem ekonomi, lembaga tersebut merupakan bagian dari keseluruhan sistem sosial. Oleh karena itu, keberadaannya harus dipandang dalam konteks keseluruhan keberadaan masyarakat, serta nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat yang bersangkutan.⁵

³ Trisadini & Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 1.

⁴ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm., 62.

⁵ Muhammad, *Model-Model Akad Pembiayaan Di Bank Syariah Panduan Teknis Pembuatan Akad/Perjanjian Pembiayaan Pada Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2009), hlm., 2.

Bank sebagai salah satu lembaga pada industri keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan terbaiknya (*service excellent*) untuk dapat memenangkan persaingan dalam situasi yang bergerak maju dengan cepat serta semakin kompetitif. Untuk menghadapi persaingan antar lembaga perbankan yang semakin ketat, masing-masing bank mau tidak mau harus mengembangkan konsep “pelayanan terbaik bagi nasabahnya”, hal ini bertujuan untuk mempertahankan nasabah yang telah ada dan menjangkau nasabah baru yang potensial. Untuk mempertahankan serta untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, maka bank perlu menjaga citra yang baik dan positif di mata masyarakat.⁶

Keberhasilan usaha perbankan akan dicapai melalui penerapan keahlian manajemen, dan ketrampilan teknis dalam pekerjaan rutin perbankan. Kemampuan sistem perbankan untuk melaksanakan fungsinya dengan efisien, tergantung pada manajemen bank yang sehat dan efisien pula. Karena itu, bank harus dimanajementi dengan cermat, aman, sehat dan menguntungkan.⁷

Bank dapat membangunnya melalui peningkatan pada kuantitas dan kualitas produk perbankan yang dihasilkan, maupun melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya. Untuk mendukung pencapaian tujuan tersebut, maka lembaga perbankan harus menyiapkan karyawan yang kompeten, handal dan dapat dipercaya, serta mampu

⁶ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, hlm., VIII.

⁷ Herman Darmawi, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm., 27.

menangani berbagai kebutuhan nasabahnya, terutama dalam hal ini yang menjadi salah satu ujung tombak perbankan (dalam hal layanan) adalah petugas *Customer Servicenya*.

Customer Service memegang peranan yang sangat penting dalam industri perbankan. Tugas utama *Customer Service* adalah memberikan pelayanan terbaik serta membina hubungan yang baik dengan nasabah maupun calon nasabahnya (masyarakat).⁸ Pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* harus mengutamakan kepuasan nasabah, agar citra baik dan positif bank di mata nasabah semakin meningkat. Kepuasan nasabah adalah persepsi dan perasaan senang atau kecewa yang dimiliki oleh nasabah berdasarkan perbandingan kinerja/perilaku pegawai yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan yang dimiliki sebelumnya.⁹

Customer Service haruslah mengetahui secara umum dan luas bentuk-bentuk pelayanan jasa dan produk bank dengan baik. Kesempatan berhubungan secara langsung dengan nasabah yang cukup besar dapat digunakan secara efektif untuk menawarkan produk-produk bank lainnya dalam rangka *Cross Selling*.¹⁰ Untuk melakukan hal tersebut diperlukan kemampuan komunikasi yang baik, dan dalam melaksanakan kegiatan komunikasi kepada nasabah bukan perkara mudah, namun juga bukanlah perkara sulit. *Customer Service* harus lebih pintar dan lebih aktif

⁸ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, hlm., 62.

⁹ Rismi Somad & Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, (Bandung: ALFABETA, 2014), hlm., 33.

¹⁰ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, hlm., 64.

mengupdate produk bank, dan mengetahui produk tandingan dari bank lain untuk dijadikan sebagai senjata jualan.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi *Cross Selling* Dalam Rangka Penghimpunan Dana Pihak Ketiga (Studi Pada *Customer Service* di BTN Kantor Cabang Syari’ah Tegal)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian bahwa semakin pesatnya usaha di bidang perbankan syari’ah yang saling berlomba-lomba dalam mencari nasabah dengan membuat keunggulan masing-masing, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah strategi seperti apakah yang dilakukan oleh *Customer Service* untuk melaksanakan *Cross Selling* dalam rangka penghimpunan dana pihak ketiga di BTN Kantor Cabang Syari’ah Tegal?

C. Tujuan Penulisan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh *Customer Service* guna melaksanakan *Cross Selling* dalam rangka penghimpunan dana pihak ketiga di BTN Kantor Cabang Syari’ah Tegal.

D. Manfaat Penulisan Tugas Akhir

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi Akademik
 - a. Untuk bahan informasi dalam pelaksanaan suatu pengkajian yang berkaitan dengan penelitian ini di masa yang akan datang.
 - b. Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh dalam perkuliahan ke dalam aplikasi dunia kerja yang sesungguhnya.
2. Bagi Peneliti
 - a. Untuk memenuhi syarat dalam menempuh ujian program studi Diploma III Manajemen Perbankan Syariah IAIN Purwokerto.
 - b. Memberikan pengalaman berharga sehingga memiliki ketrampilan dan keahlian mengenai dunia perbankan.
3. Bagi BTN Kantor Cabang Syariah Tegal
 - a. Menjalin hubungan kemitraan antara BTN Kantor Cabang Syariah Tegal dengan IAIN Purwokerto dalam sarana dan prasarana pendidikan dan program lainnya.
 - b. Memberikan manfaat kepada BTN Kantor Cabang Syariah Tegal sehingga dapat dijadikan sebagai masukan atau pertimbangan dalam mengembangkan strategi bisnis penghimpunan dana yang dilakukan oleh bagian operasional khususnya unit *Customer Service*.

4. Bagi Pembaca

Memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan tentang kegiatan perbankan syariah di Indonesia.

E. Metode Penelitian Tugas Akhir

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian Tugas Akhir ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Menurut Strauss dan Corbin (1997), yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain.¹¹

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Pelaksanaan Penelitian Tugas Akhir

Lokasi penelitian Tugas Akhir Diploma Tiga (D III) Manajemen Perbankan Syariah yaitu bertempat di BTN Kantor Cabang Syariah Tegal yang beralamat di Jl. Gajahmada No.107 Kelurahan Pekauman, Kecamatan Tegal Barat, Kota Tegal, Provinsi Jawa Tengah, 52113.

¹¹ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm., 11.

b. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian dimulai pada hari Senin, tanggal 9 Januari 2017 sampai dengan hari Kamis, tanggal 9 Februari 2017.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.¹² Metode pengumpulan data pada penulisan karya tulis ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain, sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian.¹³ Pengamatan atau observasi dapat dilakukan tanpa atau dengan sepengetahuan objek yang diamati. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan di BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal.

b. Wawancara

Wawancara (*interview*) adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden. Wawancara (*interview*) dapat berupa wawancara personal (*personal interview*), wawancara intersip (*intercept interview*) dan wawancara telepon (*telephone*

¹² Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm., 58.

¹³ Ibid, hlm., 58.

interview).¹⁴ Menurut Prof. Dr. S. Nasution wawancara (*interview*) adalah suatu bentuk komunikasi verbal. Jadi, semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi.¹⁵

Wawancara yaitu dengan melakukan dialog langsung dengan objek penelitian (*responden*) baik dengan bantuan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya maupun tidak.¹⁶ Penulis melakukan wawancara secara langsung kepada *Customer Service* BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal.

c. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari kantor, buku (kepustakaan), atau pihak-pihak lain yang memberikan data yang erat kaitannya dengan objek dan tujuan penelitian.¹⁷

Data sekunder ditujukan pada data yang telah tersedia, sebagai hasil penelitian yang pernah dilakukan pihak lain sebelumnya.

Penulis akan mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, dan sebagainya yang mendukung informasi-informasi yang diperlukan dalam penyusunan laporan

Tugas Akhir ini.

¹⁴ Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*, (Yogyakarta: BPF, 2014), hlm., 114.

¹⁵ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, hlm., 62.

¹⁶ Marwan Asri & John Suprihanto, *Manajemen Perusahaan Pendekatan Operasional edisi satu*, (Yogyakarta: BPF, 1986), hlm., 192.

¹⁷ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, hlm., 64.

4. Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif yaitu laporan penelitian yang berisi kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya.¹⁸ Data-data yang telah diperoleh kemudian penulis analisis dengan membandingkan antara teori dan konsep yang ada.



IAIN PURWOKERTO

¹⁸ Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosadkarya, 2014), hlm., 11.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan secara langsung di BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal yang dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan oleh *Customer Service* untuk melaksanakan *cross selling* dalam rangka penghimpunan dana pihak ketiga yaitu dengan pengetahuan tentang produk, ketrampilan mengenali nasabah, pelayanan prima yang diberikan, intensitas *cross selling* yang dilakukan serta yang terakhir yaitu *follow up*.
2. Peran *customer service* dalam menarik minat nasabah untuk menghimpunkan dananya sangat baik dilakukan kepada nasabah yang datang langsung ke bank. Petugas *Customer Service* mempunyai peran penting juga dalam proses penghimpunan dana pihak ketiga. Tetapi berdasarkan jumlah nasabah yang melakukan *close* / membeli produk yang ditawarkan oleh *Customer Service* di BTN Kantor Cabang Syari'ah Tegal masih sangat minim dan kurang efektif.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, maka ada beberapa saran dari penulis antara lain:

1. Tingkatkan hubungan baik yang bersifat kekeluargaan antara bank dengan nasabah melalui petugas *Customer Service*.
2. Lakukan pengembangan yang lebih berinovasi dalam menyediakan produk-produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.
3. Untuk manajemen agar lebih memperhatikan kinerja *Customer Service* dalam melakukan *cross selling*, dan meningkatkan bonus yang diberikan kepada *Customer Service* apabila mereka dapat melakukan *cross selling* melebihi target yang telah ditentukan, agar petugas *Customer Service* lebih termotivasi dalam menjalankan tugasnya tersebut.
4. Untuk pengisian formulir dilakukan oleh *Customer Service* agar lebih memaksimalkan pelayanan prima dan mencapai kepuasan nasabah.
5. Diadakannya pelatihan dan pendidikan rutin kepada *Customer Service* agar mampu meningkatkan kualitas diri dari petugas *Customer Service* tersebut dalam melaksanakan pelayanan kepada nasabah.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, Abdul Ghofur, *Pembentukan Bank Syariah Melalui Akuisisi Dan Konversi Pendekatan Hukum Positif dan Hukum Islam*, Yogyakarta: UII Press, 2010.
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Asri, Marwan. & Suprihanto, John., *Manajemen Perusahaan Pendekatan Operasional edisi satu*, Yogyakarta: BPFE, 1986.
- BTN Kantor Cabang Syariah Tegal, *Marketing Syariah Toolkit*.
- Dahlan, Ahmad, *Bank Syariah Teoritik Praktik Kritik*, Yogyakarta: Teras, 2012.
- Darmawi, Herman, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Djamil, Faturrahman, *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah di Bank Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2012.
- Dokumentasi Suara Merdeka, *BTN Syari'ah Tegal Resmi Beroperasi*, 21 April 2012.
- Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*, Yogyakarta: BPFE, 2014.
- Karim, Adiwarmen A, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Lewis, Mervyn K. & Algaoud, Latifa M., *Perbankan Syariah Prinsip, Praktik, Dan Prospek*, Jakarta: Serambi, 2004.
- Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosadkarya, 2014.

- Maulana, Novel Muhammad Al *Optimalisasi Cross Selling*, (online), www.googleweblight.com/2008/11/optimalisasi-cross-selling.html, 2008 (Diakses pada tanggal 11 Maret 2017)
- Muhammad, *Model-Model Akad Pembiayaan Di Bank Syariah Panduan Teknis Pembuatan Akad/Perjanjian Pembiayaan Pada Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2009.
- Nuryadin, Endang, 2001, “Upaya Meningkatkan Pendapatan Bank Melalui Optimalisasi Cross Selling Terhadap Pelanggan”, *Journal The WINNERS*, (online), Volume 2 Nomor1, <http://research-dashboard.binus.ac.id>journal>, 2001, (Diakses pada hari Kamis, 09 Maret 2017).
- Rangkuti, Freddy, *Customer Care Excellence*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017.
- Sarwono, Jonathan, *Marketing Intelligence*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Somad, Rismi. & Priansa, Donni Juni., *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, Bandung: ALFABETA, 2014.
- Sujarweni, Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Tama, Bayu Adhi, 2012, *Cross-Selling: Perangkat Utama Customer Relationship Management (CRM) Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, “Makalah disajikan dalam Seminar Kenaikan Jabatan”, Ruang Sidang Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya tanggal 12 Mei 2012.
- Tika, Moh. Pabundu, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Trihartono, Sigit, *Tanya-Jawab Masalah Perbankan*, Solo: CV. Aneka, 1995.
- Trisadini & Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Wirdyaningsih, dkk, *Bank Dan Asuransi Islam Di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2007.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

IAIN PURWOKERTO

LAMPIRAN FOTO KEGIATAN



Dokumentasi Suara Merdeka “Resmi Beroperasinya BTN KCS Tegal”



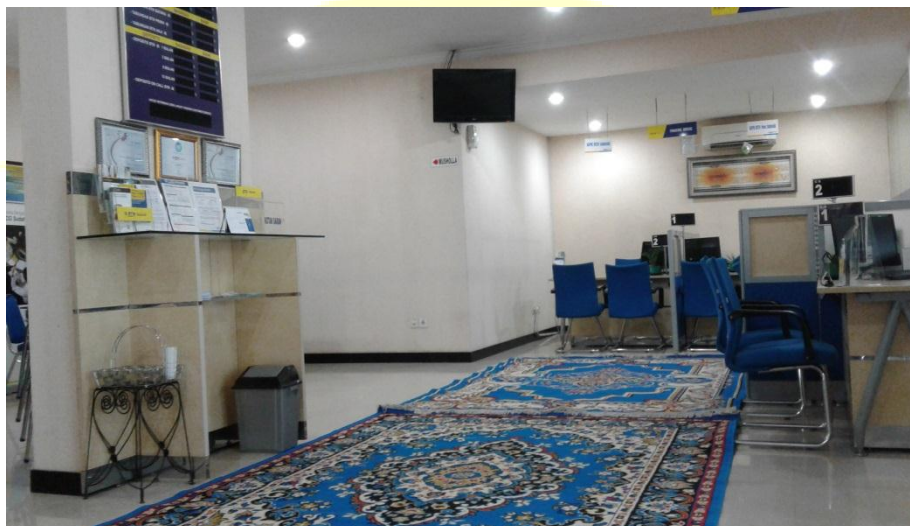
Hari Ulang Tahun BTN Syari'ah



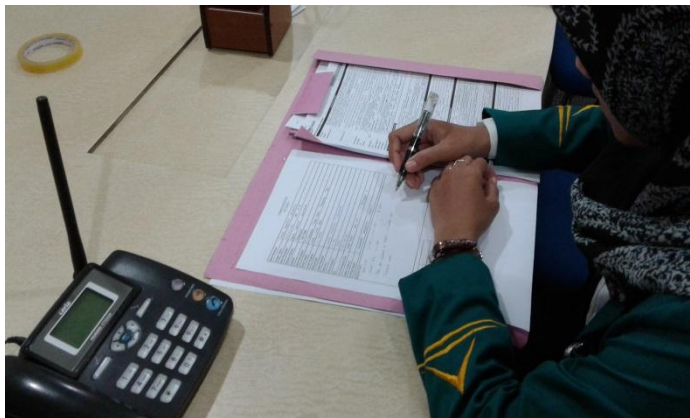
Piagam Penghargaan “The Most Expansive Funding Sharia Unit”



Counter Layanan Teller Service



Counter Layanan Customer Service Dan Financing Service



Verifikasi Data Nasabah



Kartu Debit Suka-suka BTN Syari'ah



Wawancara Dengan Customer Service BTN Syari'ah



Pengajian Rutin Bulanan

IAIN PURWOKERTO



Kegiatan Senam Pagi Setiap Hari Jum'at

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Fauziah Resti Awalina

Tempat, Tanggal Lahir : Purwokerto, 20 Juni 1996

Nomor Induk Mahasiswa : 1423204016

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Program Studi : Diploma III Manajemen Perbankan Syariah

Jenis Kelamin : Perempuan

Kewarganegaraan : WNI

Agama : Islam

Alamat : Desa Kepunduhan Rt 06/ Rw 02 no.26, Kecamatan
Kramat, Kabupaten Tegal.

No. Telepon : 085692385202

Status Marital : ~~Kawin~~ / Belum Kawin *)

Riwayat Pendidikan

- a. TK : TK Masyithoh VIII Pacul, Tegal.
- a. SD : SD N 2 Kepunduhan, Tegal (Lulus Th. 2008)
- b. SMP : SMP N 2 Kramat, Tegal (Lulus Th. 2011)
- c. SMA/SMK : SMK N 1 Dukuhturi, Tegal (Lulus Th. 2014)
- d. Perguruan Tinggi : IAIN Purwokerto (Lulus Th. 2017)

Orang Tua

Nama Ayah : Supriyatno

Pekerjaan : Swasta
Nama Ibu : Sunarsih
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Purwokerto, 29 Maret 2017

Fauziah Resti Awal

