

**ANALISIS STRATEGI BPRS BINA AMANAH SATRIA
KANTOR KAS BUMIAYU DALAM UPAYA MENJAGA LOYALITAS NASABAH
PADA PRODUK TABUNGAN “iB BAS”**



IAIN PURWOKERTO

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya

Oleh:

**SHIFA NUR AZIZAH
NIM. 1522203088**

**JURUSAN D-III MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2018**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Maksud dan Tujuan Penulisan Tugas Akhir	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Penegasan Istilah	9
F. Metodologi Penelitian.....	10
G. Sistematika Pembahasan	14

BAB II TELAAH PUSTAKA

A.Kajian Teori.....	16
1. Strategi	16
a. Pengertian Strategi.....	16
b. Perumusan Strategi	17
c. Strategi Meningkatkan Loyalitas Nasabah	18
2.Loyalitas.....	20
a. Pengertian Loyalitas	20
b. Faktor-faktor Meningkatkan Loyalitas Nasabah.....	21
B. Penelitian Terdahulu.....	24

BAB III PEMBAHASAN

A.Sejarah BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu.....	29
1. Sejarah BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu	29
2. Tujuan Pendirian BPRS Bina Amanah Satria	31
3. Visi dan Misi BPRS Bina Amanah Satria	31
4. Struktur Organisasi.....	34
5. Sistem Operasional dan Produk-produk BPRS BAS	38
B.Produk-produk BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu.....	39
a. Produk Penghimpunan Dana.....	39
1. Tabungan Berakad Titipan.....	39
2. Tabungan Berakad Bagi Hasil.....	43
b. Produk Penyaluran Dana.....	49

1. Pembiayaan Modal Kerja.....	49
2. Pembiayaan Investasi.....	49
3. Pembiayaan Konsumsi.....	49
4. Pembiayaan Multijasa.....	49
5. Pembiayaan Kepemilikan Emas.....	49
C. Strategi Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan iB BAS	50
D. Analisis Strategi Menjaga Loyalitas Nasabah Tabungan iB BAS.....	53
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	55
B. Saran.....	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi bank syariah pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Bank Islam adalah institusi keuangan yang menjalankan usaha dengan menerapkan prinsip ekonomi dan keuangan Islam pada era perbankan.

Bank Islam bisa didefinisikan dengan berbagai cara yaitu bank Islam adalah institusi keuangan yang memiliki hukum aturan dan prosedur sebagai wujud dari komitmen kepada prinsip syariah dan melarang menerima dan membayar bunga dalam proses operasi yang dijalankan, kemudian Bank Islam adalah “ Bisnis bank Islam berarti bisnis bank yang memiliki tujuan dan operasi tidak memasukkan elemen yang tidak diijinkan oleh agama Islam diantaranya menolak adanya bunga (riba), melarang *Gharar*, fokus pada kegiatan –kegiatan yang halal, secara umum mencari keadilan dan sesuai etika dan tujuan keagamaan, pembagian keuntungan dan kerugian antara bank dan konsumen / nasabah¹. Perbankan Islam memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Islam melarang kaum muslim menarik atau membayar bunga (riba), pelarangan inilah yang membedakan sistem perbankan Islam dengan sistem perbankan konvensional. Secara teknis riba adalah tambahan pada jumlah pokok pinjaman sesuai dengan jangka waktu peminjaman dan jumlah peminjamannya. Meskipun sebelumnya terjadi perdebatan mengenai apakah riba ada kaitannya dengan bunga (*interest*) atau tidak, namun sekarang nampaknya ada konsensus dikalangan ulama bahwa istilah riba meliputi segala bentuk bunga.²

¹ Veithzal Rivai & Arviyan Arifin, *Islamic Banking*. (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2010) Hal.31

² Mervyn Lewis & Latifa Algaoud, *Perbankan Syariah*.(Jakarta : PT Serambi Ilmu Semesta, 2001). Hal.11

Di Indonesia bank syariah yang pertama didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Walaupun perkembangannya agak terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang. Industri Perbankan syariah pada tahun 2018 diprediksikan masih akan berkembang dengan tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi. Maka dari itu BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu memerlukan sejumlah perencanaan dan strategi dalam upaya menjaga loyalitas nasabahnya. Perencanaan strategi adalah proses untuk mengembangkan dan mempertahankan kecocokan strategis diantara sasaran-sasaran dan kemampuan perusahaan dan peluang-peluang pemasarannya yang terus berubah. Agar maksud dan tujuan suatu kegiatan dapat dilakukan dengan baik, maka terlebih dahulu perlu direncanakan. Perencanaan itu perlu dilakukan mengingat perencanaan merupakan suatu kegiatan yang meliputi apa yang harus dikerjakan, kapan dikerjakan, siapa yang mengerjakan, berapa lama akan dikerjakan, berapa biaya yang dikeluarkan, dan berapa pendapatan yang akan diterima. Setiap perencanaan yang telah disusun akan memberikan berbagai manfaat yang dapat dipetik oleh berbagai pihak.

Manfaat perencanaan antara lain berguna bagi pemilik usaha, manajemen, pihak investor, atau pihak pemerintah, atau pihak lain yang berkepentingan dengan perencanaan tersebut. Dengan adanya rencana yang telah disusun maka dengan mudah akan diketahui ke mana arah usaha yang akan dijalankan, siapa pelaksana, kapan dilaksanakan, berapa besarnya biaya, serta kapan akan selesai (jangka waktu). Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif, maka kepercayaan yang sedang akan dibangun tidak akan efektif³.

Bank syariah sebagaimana bank pada umumnya merupakan suatu lembaga perantara keuangan yang fungsi utamanya adalah memobilisasi dana dan

³ Fandy Tjiptono & Anastasia Diana, *Total Quality Management (TQM)*. (Yogyakarta : Andi Offset, 2000). Hal.107

mendistribusikan kembali dana tersebut dari dan kepada masyarakat. Berkaitan dengan fungsi-fungsinya yang menyangkut kepentingan masyarakat umum tersebut maka sangat wajar untuk menjalankan kegiatan tersebut, terlebih dahulu harus memenuhi persyaratan-persyaratan tertentu yang telah diatur dalam peraturan perundang – undangan. Hal ini sangat penting untuk melindungi kepentingan masyarakat, terutama para nasabah bank itu sendiri.⁴ Selanjutnya sesuai dengan ketentuan pasal 11 PBI No.6/24/PBI/2004, Bank Umum Syariah (BUS) yang telah mendapat izin usaha dari Gubernur Bank Indonesia dan BPRS yang telah mendapat izin usaha dari Dewan Gubernur Bank Indonesia wajib melakukan kegiatan usaha selambat-lambatnya 60 hari terhitung sejak tanggal izin usaha dikeluarkan. Apabila setelah jangka waktu tersebut BUS dan/ atau BPRS bersangkutan belum melaksanakan kegiatan usahanya, maka izin usaha yang telah dikeluarkan tersebut akan dibatalkan⁵.

Masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan bisnis perbankan. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi⁶. Kualitas adalah suatu keseluruhan ciri dan karakteristik yang dimiliki suatu produk/jasa yang dapat memberikan kepuasan konsumen. Untuk meningkatkan citra perbankan, maka bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini kita sebut *customer service* (CS) atau ada juga yang menyebutnya *service asistensi* (SA).

Loyalitas didefinisi sebagai kesetiaan pada sesuatu dengan rasa cinta, sehingga dengan rasa loyalitas yang tinggi seorang merasa tidak perlu untuk mendapatkan imbalan dalam melakukan sesuatu untuk orang lain/perusahaan tempat dia meletakkan loyalitasnya . Selama ini loyalitas pelanggan kerap kali

⁴ Cik Basir, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah Di Pengadilan Agama Dan Mahkamah Syariah*. (Jakarta : Kencana, 2009). Hal.48

⁵ Cik Basir, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah Di Pengadilan Agama Dan Mahkamah Syariah*. (Jakarta : Kencana, 2009). Hal.49

⁶ Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Jasa dan Produk* (Yogyakarta : Ekonisia, 2010), hlm 10

dikaitkan dengan perilaku pembelian ulang. Pembelian ulang bisa merupakan hasil dominasi pasar oleh perusahaan yang berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternatif yang tersedia. Konsekuensinya, pelanggan tidak memiliki peluang untuk memilih⁷. Loyalitas pelanggan perlu diperoleh karena seorang yang loyal akan menjadi aset yang sangat bernilai bagi organisasi. Pelanggan yang loyal memiliki kecenderungan yang rendah untuk berpindah merek, kurang sensitif terhadap harga, membeli lebih sering. Dengan adanya loyalitas dari konsumen, maka bagi perusahaan sangat menguntungkan, karena pemasar atau pengusaha menghemat beberapa biaya terutama biaya promosi. Para pemasar atau pengusaha harus mengetahui loyalitas konsumen ini, bahkan kalau mungkin harus meningkatkan loyalitas konsumen. Apabila pemasar atau pengusaha ini tahu tentang loyalitas konsumennya, maka mereka mudah menerapkan strategi bisnis yang tepat agar dapat lebih memuaskan konsumen dan menjaga kelangsungan loyalitas. Dengan didukung nasabah yang loyal, bank syariah diharapkan bukan hanya mampu secara aktif memilih dan meraih calon nasabah, melainkan juga menghadapi persaingan pangsa pasar yang terus meningkat. Loyalitas merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran, sehingga untuk meraih loyalitas nasabah perusahaan harus mampu mengintegrasikan strategi pemasaran dalam rangka meraih *superior value*. Hal itu juga terjadi pada BPRS BAS Kantor Kas Bumiayu sebagai tempat penelitian ini. Loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan pelanggan terhadap penyedia jasa yang telah memberikan pelayanan kepadanya. Jill Griffin dalam bukunya menyebutkan pelanggan yang loyal adalah orang yang⁸

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur
2. Membeli antar lini produk dan jasa
3. Mereferensikan kepada oranglain
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan diri dari pesaing.

⁷ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategi edisi 2* (Yogyakarta : Andi, 2012), hlm 80

⁸ Jill Griffin, *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta : Erlangga, 2008), hlm 31

Salah satu kualitas pelayanan yang diberikan yaitu dimana para nasabah tidak perlu bersusah payah untuk harus datang ke bank untuk sekedar menabung atau menyetorkan setoran karena BPRS BAS Kantor Kas Bumiayu menerapkan sistem jemput bola dipasar-pasar, disekolah-sekolah maupun dirumah-rumah nasabah.⁹ Ada satu hal lagi yang membuat pelayanan menjadi semakin cepat dimana *collector* sekarang sudah memakai sistem *android* yang memungkinkan bertransaksi secara cepat, sehingga tidak perlu menulis slip setoran. Dengan melihat apa yang sudah ada di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu dengan cara melakukan kualitas pelayanan seperti yang dilakukan tersebut akan memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah terhadap BPRS itu sendiri. Sama halnya dengan kesetiaan para nasabah yang mencintai produk – produk di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu, apakah mereka loyal terhadap produk yang mereka terima atau tidak. Dengan persaingan dengan lembaga perbankan yang lain terkadang nasabah dalam menggunakan jasa perbankan khususnya produk yang ada pada bank tersebut tidak hanya menggunakan satu produk saja tetapi dapat berpindah ke produk yang lainnya. Salah satu penyebabnya yaitu karena dalam memberikan layanan terhadap nasabah kurang memuaskan atau nasabah lebih cenderung memilih bank yang lebih baik dalam memberikan pelayanan.

Dalam persaingan dengan lembaga perbankan yang lain Bank Umum Syariah PT.BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu memiliki strategi khusus yang berbeda dengan lembaga keuangan yang lain terutama pada produk Tabungan “iB BAS” dengan menerapkan pelayanan yang efektif dan efisien dalam mengelola dan menghimpun dana yang ada pada masyarakat diharapkan nasabah akan merasa puas dengan adanya pelayanan tersebut. Disisi lain pelayanan terhadap nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi lembaga perbankan guna memberikan kebutuhan nasabahnya. Dengan demikian menjaga serta memberikan pelayanan yang efektif nasabah akan

⁹ Dokumen Bank Syariah Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu.

merasa puas dan loyal khususnya terhadap produk Tabungan “iB BAS” pada PT.BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu. Dari sistem pelayanan yang diberikan oleh PT. BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu diharapkan nasabah pada produk Tabungan “iB BAS” akan merasa puas, sehingga loyalitas terhadap bank ini dan selanjutnya untuk nasabah pada Tabungan “iB BAS” menggunakan serta memanfaatkan kembali. Jika nasabah loyal maka yang diharapkan oleh Bank adalah perekomendasi kepada rekannya yang lain untuk menggunakan jasa PT. BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu khususnya merekomendasikan produk Tabungan “iB BAS” tersebut .

Berikut strategi BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu dalam menjaga loyalitas nasabah pada produk Tabungan “iB BAS” diantaranya sebagai berikut :

- a. Menjalin hubungan baik dengan nasabah, misalnya jika nasabah ada acara kita ikut berpartisipasi dalam acara tersebut
- b. *Care* terhadap nasabah, contohnya apabila nasabah sehabis pulang Umroh atau Haji kita berikan ucapan selamat dan doa
- c. Menjaga loyalitas nasabah dengan cara lewat promosi, contohnya pemberian hadiah kemudian bonus untuk yang punya dana lebih ,
- d. Harus selalu *maintenance* atau kita datangi setiap hari nasabah supaya nasabah senang, menabung atau tidaknya nasabah yang terpenting kita selalu mendatangi nasabah supaya nasabah merasa senang dan nyaman

Keunikan dari penerapan strategi pada upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan iB BAS yaitu lebih kepada selalu konsisten dalam jemput bola tidak boleh terlewat , setiap hari harus selalu memberikan pelayanan walaupun jumlah nasabah bertambah , ditambah dengan selalu tepat dan cepat saat dana sedang dibutuhkan segera. Strategi yang diterapkan oleh BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu dalam menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan iB BAS dengan produk yang lainnya yaitu intinya sama, yang membedakan hanya untuk tabungan yang berakad bagi hasil lebih di spesialkan, contohnya pada jenis bonus dan hadiah , sudah pasti yang

berakad bagi hasil lebih banyak dibanding tabungan iB BAS kemudian lebih selalu di ingatkan jika tabungannya sudah jatuh tempo

Dibawah ini adalah tabel jumlah nasabah pada berbagai macam produk Tabungan di BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu diantaranya sebagai berikut :

TABEL 1.1
JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN PADA PT. BPRS BINA AMANAH SATRIA KK BUMIAYU TAHUN 2017¹⁰

NAMA PRODUK TABUNGAN	JUMLAH NASABAH
• Tabungan iB BAS	1.885 orang
• Tabungan KU Ib	388 orang
• Tabungan Pendidikan	247 orang
• Tabungan Haji & Umroh	9 orang
• Tabungan THR	75 orang
• Tabungan Qurban	25 orang

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah yang paling banyak terdapat pada pengguna produk tabungan “iB BAS”, dikarenakan tabungan “IB BAS” tersebut memiliki kelebihan yaitu satu-satunya produk tabungan yang bisa diambil kapan saja (*Fleksibel*) berbeda dengan tabungan yang lain ada jangka waktunya. Dengan demikian perlu adanya strategi khusus yang dikembangkan oleh Bank untuk menjaga loyalitas nasabah khususnya nasabah pada produk tabungan “iB BAS” mengingat jumlahnya yang paling banyak dari tabungan yang lainnya

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin meneliti lebih lanjut terhadap strategi BPRS Bina Amanah Satria dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya yang berjudul **ANALISIS STRATEGI BPRS BINA AMANAH**

¹⁰ Dokumen Bank Syariah Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu.

SATRIA KK BUMIAYU DALAM UPAYA MENJAGA LOYALITAS NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN “iB BAS”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka masalah pokok yang akan dibahas dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah :

Bagaimana strategi BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan “iB BAS”?

C. Maksud dan Tujuan Penulisan Tugas Akhir

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk :

Untuk mengetahui bagaimana strategi yang dijalankan BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk Tabungan “iB BAS”.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

- a. Mampu menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Tabungan “iB BAS”, serta dapat mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh dalam kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan rasa loyal nasabah Tabungan “iB BAS” terhadap pelayanan BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu.
- b. Mengetahui bagaimana penerapan ilmu yang diperoleh di IAIN Purwokerto pada realitanya yang terjadi di lapangan.

2. Bagi Bank

Bagi BPRS BAS Kantor Kas Bumiayu, hasil penelitian ini dapat dipakai untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan serta dapat mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh signifikan dalam membentuk loyalitas nasabah pada produk Tabungan “iB BAS”.

3. Bagi Perguruan Tinggi
 - a. Untuk menambah perbendaharaan ilmiah di Perpustakaan IAIN Purwokerto.
 - b. Untuk menambah referensi bagi pihak lain yang ingin mengangkat permasalahan yang sama¹¹.

E. Penegasan Istilah

1. Strategi

Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu¹².

2. Loyalitas

Kesetiaan (loyalitas) adalah sebuah kata bergaya kuno yang mendeskripsikan keadaan dimana seseorang menyerahkan seluruh jiwa dan raganya pada suatu negara, keluarga, atau teman-temannya. Istilah ini diperkenalkan didunia *marketing* sebagai *brand-loyalty* kesetiaan pelanggan terhadap suatu merk tertentu¹³.

3. Tabungan iB BAS

Tabungan iB BAS merupakan tabungan umum berakad titipan (wadi'ah), yang sewaktu-waktu dapat diambil sesuai kebutuhan. Setiap bulan penabung akan mendapat bonus tabungan yang secara otomatis menambah saldo tabungan¹⁴.

4. BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu

Salah satu lembaga keuangan syariah yang melakukan transaksi pembiayaan yang beralamatkan di Jl. Diponegoro No.543 Jatisawit Bumiayu Brebes.

¹¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto, *Panduan Penyusunan Tugas Akhir Program D-III Manajemen Perbankan Syariah*.2016

¹² <http://pengertianstrategi.blogspot.com/>, diakses pada tanggal 13 April 2018 pukul 19.25 WIB.

¹³ Philip Kotler, *Marketing Insights From A To Z*, (Jakarta: Erlangga,2003), hlm.111-112

¹⁴ Brosur BAS.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jika dilihat dari tempatnya, jenis penelitian ini dikategorikan sebagai jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama. Metode ini disebut juga sebagai metode *artistic*, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang pola), dan disebut sebagai metode *interpretive* karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan lapangan.¹⁵

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu yang beralamat di Jl.Diponegoro No.543 Jatisawit Bumiayu Brebes.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 22 Januari 2018 sampai 2 Maret 2018.

3. Subyek dan Obyek

Subyek penelitiannya yaitu di BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu (*field Research*), sedangkan untuk obyek penelitiannya yaitu untuk meneliti tentang analisis strategi Bina Amanah Satria KK Bumiayu dalam menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan “iB BAS”.

4. Data dan Sumber

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden atau obyek yang diteliti ada hubungannya dengan obyek yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara kepada pihak BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu yang

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung:Alfabeta, 2014), hal13.

memahami langsung tentang analisis strategi BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan “iB BAS”.

b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa dokumen-dokumen, buku-buku, arsip-arsip serta informasi lain yang tertulis dan berkaitan dengan analisis strategi BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu dalam menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan “iB BAS”.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik-teknik sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi (*observation*) merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung objek datanya¹⁶. Dalam observasi penelitian dilakukan dengan pengamatan langsung mengenai strategi bank dalam menjaga loyalitas nasabah pada produk Tabungan “iB BAS”.

b. Wawancara

Wawancara (*interview*) adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden¹⁷. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penulis ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih dalam. Teknik ini bertujuan untuk menggali informasi lebih dalam mengenai strategi Bank dalam menjaga loyalitas nasabah pada produk Tabungan “iB BAS” di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu.

¹⁶ Jogiyanto Hartono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta:BPFE Yogyakarta, 2004), hal. 109

¹⁷ Ibid Hal. 114

c. Dokumentasi

Merupakan salah satu metode pengumpulan data melalui pertemuan antara kedua orang yang bersangkutan untuk bertukar informasi dan ide proses tanya jawab lisan, sehingga dapat dikonstruksikan makna atau tujuan dalam suatu topik tertentu¹⁸. Topik yang dituju yaitu mengenai Analisis Strategi BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah pada Produk Tabungan “iB BAS”.

6. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif analisis, yakni merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang subjek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subyek yang diteliti¹⁹. Data- data yang diperoleh kemudian penulis analisis antara data strategi BPRS Bina Amanah Satria dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah pada Produk Tabungan “iB BAS” dengan teori dan konsep yang ada.

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka penelitian akan dilanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu diperoleh data yang dianggap kredibel. *Miles* dan *Huberman* mengemukakan bahwa aktifitas dalam menganalisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut²⁰:

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 231

¹⁹ Cholid Narbuko, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 83

²⁰ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : CV. Alfabeta, 2005)

a. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu.

b. Penyajian data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisiplinkan data. Dalam penelitian ini, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat atau sejenisnya. Dengan mendisplaykan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

c. Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Verifikasi data yaitu pemeriksaan tentang benar dan tidaknya hasil laporan penelitian. Simpulan adalah tinjauan ulang pada catatan lapangan atau kesimpulan. Dapat ditinjau sebagai makna – makna yang muncul dari data yang harus diuji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya yaitu yang merupakan validitasnya. Setelah semua data-data dalam penelitian terkumpul dan tersusun secara terstruktur, kemudian diambil kesimpulannya. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi suatu obyek yang sebelumnya

masih remang-remang sehingga setelah diteliti akan menjadi jelas , dapat berupa hubungan interaktif dan teori.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan penelitian ini pada garis besarnya terdiri dari empat bab, dan dari setiap bab terdiri dari beberapa Sub Bab. Untuk lebih jelasnya penulis paparkan sebagai berikut :

Untuk memudahkan dalam pembahasan penelitian, secara garis besar penulis membaginya menjadi empat bab. Adapun sistematikanya sebagai berikut:

I. BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini pembahasan awal yang dipaparkan secara global yakni berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan Tugas Akhir, manfaat penulisan Tugas Akhir, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

II. BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu sekaligus pembahasan umum yang berhubungan dengan judul Tugas Akhir.

III. BAB III : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan mengupas gambaran umum BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu dan Strategi peningkatan mutu layanan dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk Tabungan “iB BAS”.

IV. BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini terdiri dari kesimpulan atau jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian tersebut dan berisi saran-saran.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang Strategi BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah pada produk tabungan IB BAS yaitu sebagai berikut :

- a. Menghubungi konsumen atau nasabah secara berkala
- b. Memberikan sentuhan personal kepada nasabah
- c. Komunikasi dengan jelas dan transparan pada nasabah
- d. Memberikan *point rewards* kepada nasabah
- e. Identifikasi kesempatan-kesempatan secara proaktif
- f. Menghargai sudut pandang nasabah
- g. Memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah

B. Saran

Merujuk pada kesimpulan tersebut, maka penulis mencoba memberikan masukan dan saran kepada BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu yang mungkin dapat dijadikan bahan pertimbangan kepadanya :

- a. Pihak bank harus meningkatkan komunikasi dengan lebih baik lagi terhadap nasabah .
- b. Lebih meningkatkan kembali sisi kepedulian bank kepada nasabah supaya nasabah merasa diperhatikan.
- c. Lebih jelas dan transparan lagi dalam menyampaikan pelayanan sehingga pihak nasabah dapat mengerti apa yang seharusnya dilakukan.
- d. Penerapan bonus dan hadiah pada BPRS BAS sudah baik , alangkah lebih baiknya lagi apabila untuk hadiah lebih

diperbanyak lagi karena seperti yang sudah-sudah ada nasabah yang ingin meminta hadiah tetapi hadiah tersebut habis dan nasabah agak kecewa.

- e. Pihak bank lebih aktif lagi apabila sedang berkomunikasi langsung dengan nasabah sehingga nasabah cepat mengerti dan tanggap dengan apa yang disampaikan oleh pihak bank.
- f. Pihak bank lebih meningkatkan sikap kebersamaannya kembali terhadap nasabah, misalkan dengan mendengarkan masukan dan ide – ide nasabah tersebut, hal ini membuat kegiatan yang dilakukan nasabah terhadap bank lebih efisien.
- g. Pelayanan yang ada di BPRS BAS sudah cukup baik, saran saya agar lebih ditingkatkan lagi supaya nasabah tambah nyaman dan memuaskan dengan pelayanan yang diberikan.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan, *Marketing Bank Syariah : Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. Bogor : Ghalia Indonesia, 2010
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. RINEKA CIPTA, 2013.
- Basir, Cik, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah Di Pengadilan Agama Dan Mahkamah Syariah*, Jakarta : Kencana, 2009.
- Brosur BAS.
- Dahlan, Ahmad, *Bank Syariah*. Yogyakarta: Teras, 2012.
- Dokumen Bank Syariah Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu.
- Griffin, Jill, *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta : Erlangga, 2008.
- Hartono, Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004.
- Husein, Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2003.
- Janwari, Yadi, *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2015.
- Kotler, Philip, *Marketing Insights From A To Z*, Jakarta: Erlangga, 2003
- Latifa, Algaoud & Mervyn, Lewis, *Perbankan Syariah*, Jakarta : PT Serambi Ilmu Semesta, 2001.
- Muhamad, *Audit & Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2011.
- Narbuko, Cholid, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Sampurno, *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS, 2013.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : CV. Alfabeta, 2005.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Tjiptono, Fandy & Anastasia, Diana *Total Quality Management (TQM)*, Yogyakarta : Andi Offset, 2000.

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI, 2002.

Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius, *Pemasaran Strategi edisi 2*, Yogyakarta : Andi, 2012.

Ujang, Sumarwan dkk. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press. 2011.

Umam, Khaerul, *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2013.

Veithzal, Rivai & Arviyan, Arifin, *Islamic Banking*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2010.

Yamit, Zulian, *Manajemen Kualitas Jasa dan Produk*, Yogyakarta: Ekonisia, 2010.

Baldassare, Rocco "10 ways PR Pros Can Make Clients Happy", <http://www.prdaily.com>.

<http://economicsjurnal.blogspot.com/2011/12/faktor-faktor-yang-mempengaruhi.html>

<http://chanwr93.blogspot.com/2012/10/loyalitas-pelanggan.html>

<http://pengertiannasabah.blogspot.com>

<http://pengertianstrategi.blogspot.com>

<http://pengertianstrategi.blogspot.com/>, diakses pada tanggal 13 April 2018 pukul 19.25 WIB.

Smallbiztrends.com/, diakses pada tanggal 24 April 2018 pukul 18.00 WIB

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto, *Panduan Penyusunan Tugas Akhir Program D-III Manajemen Perbankan Syariah*. 2016

Maulana,Khaisar,Rizky & Yunus,Mukhlis, 2018” Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah dan Kepercayaan Nasabah Tabungan Bank BRI Syariah”,*Jurnal Penelitian*,Aceh:Banda Aceh

Anjarini,Sofia, 2015” Manajemen Kualitas Produksi dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen (studi di Wage’s *Production* Bukateja, Jawa Tengah)”,*Skripsi*,Purwokerto:IAIN Purwokerto

Fatimah,Nisfi, 2016” Strategi Peningkatan Mutu Layanan dalam Usaha Mempertahankan Loyalitas Nasabah di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap”,*Tugas Akhir*.Purwokerto:IAIN Purwokerto

Lestari,Ayu, 2015” Analisis strategi BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu dalam meningkatkan loyalitas nasabah financing”, *Skripsi* . Purwokerto : IAIN Purwokerto

Lestari,Putri, 2015 “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Financing Di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu Kab.Brebes” , *Skripsi* . Purwokerto : IAIN Purwokerto

Yulia,Rachma,Anifah, 2017” Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Pemediasi (studi kasus pada KJKS BMT EI Mentari Kabupaten Banyumas)”,*Skripsi*.Purwokerto:IAIN Purwokerto

The logo of IAIN Purwokerto is a large, stylized yellow star with a white outline, centered on the page. Below the star, the text "IAIN PURWOKERTO" is written in a bold, teal-colored, sans-serif font.

IAIN PURWOKERTO