

**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**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Shifa Nur Azizah**

NIM : **1522203088**

Jenjang : **DIII**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Jurusan : **Perbankan Syariah**

Program Studi : **Manajemen Perbankan Syariah**

Judul TA : **Analisis Strategi BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas
Bumiayu Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan “iB BAS”**

Menyatakan bahwa naskah tugas akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 28 Mei 2018

Yang menyatakan,



Shifa Nur Azizah
NIM. 1522203088

IAIN PURWOKERTO

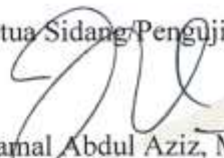
PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul

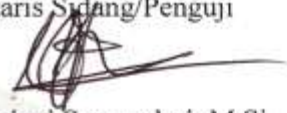
ANALISIS STRATEGI BPRS BINA AMANAH SATRIA
KANTOR KAS BUMIAYU DALAM UPAYA MENJAGA LOYALITAS NASABAH
PADA PRODUK TABUNGAN IB BAS

Yang disusun oleh Saudari **Shifa Nur Azizah** (NIM. 1522203088) Program Studi **D-III Manajemen Perbankan Syariah**, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **07 Agustus 2018** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Ahli Madya (A.Md.)** dalam Ilmu Manajemen Perbankan Syariah oleh Sidang Dewan Penguji Tugas Akhir.

Ketua Sidang/Penguji


Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 197309212002121004

Sekretaris Sidang/Penguji


Sofia Yustiani Suryandari, M.Si.
NIP. 197807162009012006

Pembimbing/Penguji


Chandra Warsito, SE., S.TP., M.Si.
NIP. 197903232011011007

Purwokerto, 15 Agustus 2018

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan




Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 19680403 1994031004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto

Di-

Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tugas akhir dari saudara Shifa Nur Azizah NIM. 1522203088 yang berjudul :

Analisis Strategi BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan “iB BAS”

Saya berpendapat bahwa tugas akhir tersebut di atas sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Ahli Madya dalam Ilmu Manajemen Perbankan Syariah (MPS).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 28 Mei 2018

Pembimbing

IAIN PURWOKERTO



Chandra Warsito S. TP M. Si
NIP. 197903232011011007

MOTTO

“Hari Ini Berjuang, Besok Raih Kemenangan !”



PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya karya tulis yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah SAW.

Penulis ingin mempersembahkan sebuah karya sederhana ini kepada orang-orang yang sangat penulis kasihi dan sayangi, karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Teristimewa untuk Ibunda tercinta Yuni Kristiani dan Ayahanda tersayang Bapak Haris Budiarto. Terimakasih atas kasih sayang yang telah diberikan kepada ananda. Segala doa, kesabaran, pengorbanan dan nasihat yang senantiasa memberi semangat sehingga ananda dapat menyelesaikan studi di IAIN Purwokerto. Tiada kata yang pantas ananda ucapkan selain terimakasih setulus-tulusnya untuk jasmu yang tiada akan pernah terbalaskan.

2. Kepada Bapak Chandra Warsito, S.TP., M.Si yang telah membimbing saya selama penyelesaian tugas akhir ini. Saya ucapkan terima kasih atas ilmu, nasihat yang telah Bapak berikan. Terima Kasih atas kesabaran Bapak selama masa bimbingan saya walau saya banyak kekurangan dan kelalaian.

3. Seluruh Bapak Ibu dosen FEBI khususnya prodi manajemen perbankan syariah. Terimakasih banyak atas ilmunya, semoga bermanfaat di dunia dan di akhirat. Amin.

4. Untuk Teman-teman D3 Manajemen Perbankan Syariah 2015 yang selalu membantu, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terimakasih banyak.

Permohonan maaf penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis namun sampai saat ini penulis belum mampu untuk membalasnya. Semoga Allah SWT meridhoi segala kebaikan yang diberikan. Amin.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Analisis Strategi BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan “iB BAS”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, Sang revolusioner Umat Islam.

Dalam penulisan tugas akhir ini tidak lepas dari adanya bimbingan, bantuan, dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag, Rektor IAIN Purwokerto.
2. Dr. H. Munjin, M. Pd.I., Wakil Rektor I IAIN Purwokerto.
3. Drs. Asdlori, M. Pd.I., Wakil Rektor II IAIN Purwokerto
4. Dr. H. Supriyanto, Lc., M.Si, Wakil Rektor III IAIN Purwokerto.
5. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I, Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto.
7. Chandra Warsito, S.E., STP., M.Si, Pembimbing, terima kasih karena telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan tugas akhir ini.
8. Segenap Dosen dan staf administrasi IAIN Purwokerto.

9. Ayahanda dan Ibunda terima kasih atas motivasi dan bimbingannya, do'a dukungannya serta terimakasih atas semua perhatiannya dan kasih sayangnya yang telah diberikan selama ini.
10. Kepala Kantor Kas BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu dan segenap karyawan yang sudah mengizinkan untuk melakukan penelitian ini
11. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan motivasi dan bantuan sehingga terwujud tugas akhir ini.

Semoga Allah berkenan membalas semua kebaikan yang telah kalian berikan kepada penulis. Dengan terselesaikannya tugas akhir ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kesalahan maupun kekurangan dalam tugas akhir ini. Namun, besar harapan penulis untuk mendapatkan masukan agar apa yang tertulis dalam tugas akhir ini dapat memberikan sumbangan, menjadi bahan masukan dan memberikan manfaat bagi semua pihak. *Amiin ya robbal 'alamiin.*

Purwokerto, 28 Mei 2018

Penulis,



Shifa Nur Azizah

NIM. 1522203088

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tugas akhir ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	Š	es (dengan titik di bawah)
ض	d'ad	d'	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ža	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	gain	g	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	qaf	q	Qi

ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	‘el
م	mim	m	‘em
ن	nun	n	‘en
و	wawu	w	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	‘	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

متعددة	ditulis	Muta’addiah
عدة	ditulis	‘iddah

Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	ditulis	Hikmah
جزية	ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diertukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sanadang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	Karamah al-auliya’
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta’marbutoh hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan

زكاة لفطر	ditulis	Karamah al-auliya’
-----------	---------	--------------------

Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	A
ِ	Kasrah	ditulis	I
ُ	Dammah	ditulis	U

Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	A
	جاهلية	ditulis	Jahiliyah
2.	Fathah + ya'	ditulis	A
	تانس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	Karim
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	U
	فروض	ditulis	furud

Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	Ai
	بينكم	ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	Au
	قول	ditulis	qaul

Vokal yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	ditulis	a'antum
-------	---------	---------

أعدت	ditulis	u'iddat
تن شكرتم	ditulis	la'in syakartum

c. Kata sandng alif + lam

1. Bila diikuti huruf qomariyyah

القرآن	ditulis	a'antum
القياس	ditulis	u'iddat

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggnukan harus syamsiyyah yag mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	ditulis	a'antum
الشمس	ditulis	u'iddat

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	ditulis	Zawi al-furud
أهل السنة	ditulis	Ahl as-sunnah

IAIN PURWOKERTO

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

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Produk Tabungan IB BAS	7
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Ilustrasi dan Simulasi Proyeksi Bagi Hasil Investasi BASIRAH...	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Blangko Bimbingan Tugas Akhir

Lampiran 2 Formulir Pembukaan Tabungan

Lampiran 3 Brosur Produk-produk BPRS Bina Amanah Satria

Lampiran 4 Sertifikat BTA dan PPI

Lampiran 5 Sertifikat Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Lampiran 6 Sertifikat Pengembangan Bahasa

Lampiran 7 Sertifikat Komputer

Lampiran 8 Sertifikat OPAK



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

Shifa Nur Azizah

NIM. 1522203088

Program Studi DIII Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Bank berdasarkan prinsip syariah belum lama berkembang di Indonesia namun perkembangannya sudah sangat pesat . Salah satu bukti nyata perkembangan perbankan syariah di Indonesia adalah makin banyaknya jumlah perbankan syariah baik bank umum syariah maupun bank pembiayaan rakyat syariah. Salah satunya yaitu BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu. Dalam menjalankan sistem operasionalnya BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu menjalankan sistem dengan menggunakan kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana . Dalam penghimpunan dana BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu menyediakan produk dalam bentuk Tabungan , Deposito dan Giro , sedangkan pada penyaluran dana BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu menyediakan produk Pembiayaan . Dalam persaingan dengan lembaga perbankan yang lain Bank Umum Syariah BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu memiliki strategi khusus yang berbeda dengan lembaga keuangan yang lain terutama pada produk Tabungan “iB BAS” dalam meningkatkan loyalitas nasabahnya, 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. Dengan demikian menjaga serta memberikan pelayanan yang efektif kepada nasabah diharapkan nasabah akan merasa puas dan loyal khususnya terhadap produk Tabungan “iB BAS”.

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan “iB BAS” dengan tujuan agar nasabah dapat loyal terhadap BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu khususnya pada produk tabungan “iB BAS”.

Dengan demikian kesimpulan dari upaya BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu dalam menjaga loyalitas nasabahnya yaitu pertama dengan menjalin hubungan baik dengan nasabah kemudian peduli terhadap nasabah , menjaga loyalitas nasabah dengan cara lewat promosi seperti pemberian hadiah dan yang terakhir yaitu harus selalu menjaga hubungan baik setiap harinya dengan nasabah supaya nasabah senang dan tetap terjalin komunikasi antara pihak bank dengan nasabah , hal ini dapat mempengaruhi tingkat kelayakan nasabah terhadap bank khususnya pada produk tabungan iB BAS

Kata Kunci : Strategi Loyalitas, Tabungan iB BAS , BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu

STRATEGY ANALYSIS BPRS BINA AMANAH SATRIA BUMIAYU IN ATTEMPTS TO MAINTAIN CUSTOMER LOYALTY IN “iB BAS” SAVINGS PRODUCTS

Shifa Nur Azizah
NIM. 1522203088

DIII Program of Management of Islamic Banking
Faculty of Economics and Islamic Business
State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Bank based on sharia principles has not been developed in Indonesia but its development has been very rapid. One of the real evidence of the development of Islamic banking in Indonesia is the increasing number of Islamic banks both sharia banks and Islamic finance banks. One of them is BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu. In running its operational system, BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu runs the system using fund raising and fund disbursement activities. In the collection of funds BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu provide products in the form of Savings, Deposits and Giro, while the channeling of funds BPR Bina Amanah Satria Bumiayu provide products Financing. In competition with other banking institutions Sharia BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu has a special strategy different from other financial institutions, especially in the product of Savings "iB BAS" in increasing the loyalty of its customers, by implementing effective and efficient services in managing and raising funds which is in the community expected customers will feel satisfied with the existence of such services. Thus maintaining and providing effective services to customers is expected customers will feel satisfied and loyal, especially to the product Savings "iB BAS".

The purpose of this study is to find out how the strategy undertaken by BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu in an effort to maintain customer loyalty on savings products "iB BAS" with the purpose that customers can be loyal to BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu especially on savings products "iB BAS".

Thus the conclusion of the efforts of BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu in maintaining customer loyalty is first by establishing good relationships with customers and then caring for customers, maintaining customer loyalty by way of promotion such as gift giving and the last is to always maintain good relations with customers so that customers are happy and keep communication between the bank and customers, this can affect the level of customer loyalty to the bank, especially in iB BAS savings products.

Keywords: Loyalty Strategy, Savings iB BAS, BPR Bina Amanah Satria Bumiayu.

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 / nasabah ¹. 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
• TabunganKU 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), hal 13.

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 berikut ²⁰:

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 II

TELAAH PUSTAKA

I. Kajian Pustaka

Dalam penyusunan ini, beberapa literatur pustaka menjadi rujukan untuk mendasari beberapa dasar pijakan berfikir. Sebuah organisasi baik itu bersifat *profit oriented* (mencari keuntungan) maupun *non profit oriented* (tidak mencari keuntungan) senantiasa mempunyai visi misi yang tergambar sebagai landasan kedepannya. Salah satunya melalui strategi yang implementasinya terlihat dari program yang dilaksanakan.

A. STRATEGI

1. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani Strategia (*stratos* = militer, dan *Ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu yang menjadi seorang jendral. Konsep ini relevan pada zaman dahulu yang sering terjadi perang, dimana jendral dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana agar pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Strategi militer berdasarkan pada pemahaman akan kekuatan dan penempatan posisi lawan, karakteristik fisik, medan perang, kekuatan dan karakter sumber daya yang tersedia, sikap orang-orang yang menempati wilayah, serta antisipasi terhadap setiap perubahan yang mungkin terjadi.

Menurut Stoner, Freeman dan Gilbert Jr, konsep Strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda. Berdasarkan perspektif yang pertama, strategi didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna dalam strategi yang pertama ini adalah bahwa manajer

memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Berdasarkan perspektif yang kedua,

strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi²¹.

Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu²². Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Definisi umumnya yaitu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut tercapai.

2. Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah kedepan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik. Beberapa langkah yang perlu dilakukan dalam perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu :

- Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan dimasa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan
- Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya.

²¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2002), hlm. 3.

²² <http://pengertian-strategi.blogspot.com/>, diakses pada tanggal 13 April 2018 pukul

- Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.
- Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi sebagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
- Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

3. Strategi meningkatkan loyalitas nasabah

Berikut strategi meningkatkan loyalitas nasabah adalah sebagai berikut²³ :

a. Berikan lebih dari yang diharapkan

Pertama dan terpenting adalah memenuhi kebutuhan nasabah. Kemudian susun strategi dan berikan layanan yang lebih baik. Entah itu memberikan pengiriman yang lebih cepat dari waktu yang ditentukan, memberikan bonus kejutan atau menyenangkan mereka dengan fitur baru yang keren.

b. Perlakukan mereka seperti anda ingin diperlakukan mereka

Berdayakan karyawan untuk membantu nasabah. Dukung dialog dan pemecahan masalah yang intuitif . Nasabah ingin diperlakukan seperti manusia, bukan angka penjualan.

c. Tulus dan serius

Loyalitas pelanggan dibangun dan diperkuat dengan kejujuran. Namun lebih dari sebuah kejujuran itu adalah tentang ketulusan. Nasabah tau bahwa semua yang anda katakan dan lakukan mencerminkan siapa anda. Oleh karena itu, mereka tahu bahwa mereka dapat mempercayai anda , dan itu yang membuat mereka setia.

²³ Smallbiztrends.com/, diakses pada tanggal 24 April 2018 pukul 18.00 WIB

d. Beri penghargaan

Buat pelanggan merasa istimewa dengan pemberian penghargaan dari loyalitas mereka. Misalnya ucapan terimakasih atau penawaran khusus , mereka pasti akan senang.

e. Usahakan mereka tetap tertarik

Cara terbaik untuk meningkatkan loyalitas adalah dengan menawarkan apa yang mereka ingin dan butuhkan.

f. Mendidik pelanggan

Anda dapat memberikan nilai yang besar dan mengembangkan loyalitas nasabah yang kuat dengan cara meluangkan waktu anda untuk mendidik mereka tentang apa yang mereka butuhkan. Tentukan apa yang ingin anda komunikasikan kemudian mengatur jadwal untuk interaksi rutin guna menutup masalah yang penting bagi mereka.

g. Transparan

Jika berbuat salah, cobalah mengakuinya secara terbuka dan mempertanggungjawabkannya. Tampilkan keinginan yang tulus untuk memperbaiki masalah bahkan jika anda melakukan kesalahan sesuatu yang besar atau benar dalam melayani nasabah. Nasabah akan sangat menghargainya.

h. Nasabah loyal jika anda juga loyal

Jika ingin nasabah setia, jangan lupa untuk setia kepada mereka . Fokuslah pada nasabah inti, karena mereka akan selalu bersama anda dalam situasi apapun. Buatlah nasabah senang, karena loyalitas diganjar dengan loyalitas juga.

i. Membangun hubungan yang bagus dengan Nasabah

Jika anda berbicara dengan nasabah hanya ketika mereka melakukan transaksi dalam Bank , anda tidak akan menjadi favorit mereka, maka dari itu buatlah hubungan yang lebih luas . Buatlah diri anda seperti orang yang mereka cari . Sesuatu yang kecil seperti meneruskan sebuah artikel yang relevan cukup untuk

menciptakan hubungan yang positif. Tapi tetap jaga visi anda jauh ke depan guna melihat peluang yang lebih besar.

Untuk melakukan analisis terhadap strategi perusahaan yang sedang dijalankan pada saat ini, pertama-tama yang perlu diketahui adalah pendekatan strategi bersaingnya. Juga perlu diketahui apakah perusahaan memusatkan usahanya pada layanan pelanggan dengan spectrum pasar yang luas, selain dari itu juga perlu dianalisis mengenai strategi fungsional yang meliputi antara lain : produksi, marketing, keuangan, SDM, teknologi informasi, inovasi produk baru dan lain-lainnya yang menjadi karakteristik strategi perusahaan²⁴. Perencanaan strategis memerlukan tiga kegiatan kunci. Pertama, pengelolaan unit-unit bisnis perusahaan sebagai suatu portofolio investasi. Kedua, pengevaluasian kekuatan masing-masing unit bisnis secara tepat dengan mempertimbangkan tingkat pertumbuhan pasar secara tepat dengan mempertimbangkan tingkat pertumbuhan pasar dan posisi serta kesesuaian masing-masing perusahaan dipasar tersebut. Ketiga, untuk masing-masing unit bisnisnya, perusahaan harus mengembangkan suatu rencana dalam bentuk pengandaian untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Masing-masing perusahaan harus menentukan strategi²⁵

B. LOYALITAS

1. Pengertian Loyalitas

Pemahaman loyalitas sebenarnya tidak hanya dilihat dari transaksinya saja atau pembelian berulang. Ada beberapa ciri sebuah pelanggan bisa dianggap loyal, antara lain (1) Pelanggan yang melakukan pembelian ulang secara teratur, (2) Pelanggan yang membeli untuk produk yang lain ditempat yang sama, (3) Pelanggan yang mereferensikan kepada orang lain, (4) Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah. Terciptanya loyalitas

²⁴ Sampurno, *Manajemen Strategik*. (Yogyakarta: GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS, 2013), hal. 119

²⁵ Khaerul umam, *Manajemen Perbankan Syariah*. (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2013), hal. 261.

nasabah bermanfaat untuk mengurangi biaya pemasaran, mendapatkan manfaat pasar, menarik pelanggan baru dan waktu untuk merespon ancaman dari pesaing²⁶.

Menurut *Dick* dan *Basu* loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek dan pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian berulang yang konsisten²⁷.

Dan adapun menurut *Oliver* loyalitas pelanggan suatu keadaan dimana terdapat komitmen yang kuat dalam pembelian ulang dan penggunaan kembali barang dan jasa perusahaan²⁸

Untuk membangun loyalitas pelanggan, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut *Akbar* dan *Parvez* dalam *Seffy et.al* faktor-faktor pembentuk loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan²⁹. Sedangkan menurut *Robinette* diantaranya adalah perhatian, kepercayaan, perlindungan perusahaan dan kepuasan akumulatif pelanggan³⁰.

2. Faktor – faktor yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah pada produk Tabungan “iB BAS”

Berikut ini adalah faktor-faktor untuk meningkatkan loyalitas nasabah diantaranya sebagai berikut³¹:

a. Menghubungi konsumen secara berkala

Komunikasi membuat segalanya lebih mudah. Buatlah jadwal untuk menghubungi nasabah secara berkala. Berikanlah

²⁶ Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah : Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010). hlm. 130.

²⁷ Umar, Husein. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2003). hlm. 16

²⁸ Sumarwan, Ujang dkk. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. (Bogor: IPB Press, 2011) hlm. 232.

²⁹ <http://chanwr93.blogspot.com/2012/10/loyalitas-pelanggan.html>

³⁰ <http://economicsjurnal.blogspot.com/2011/12/faktor-faktor-yang-mempengaruhi.html>

³¹ Rocco Baldassare, "10 ways PR Pros Can Make Clients Happy", (<http://www.prdaily.com>)

informasi mengenai bagaimana keadaan serta seberapa puas mereka terhadap pelayanan yang ditawarkan oleh marketing .

b. Berikan sentuhan personal

Tambahkan sentuhan personal kepada hubungan anda seperti misalnya mengirim ucapan Selamat Hari Raya menggunakan tulisan tangan. Hal ini menunjukkan bahwa anda peduli dan membuat brand anda menjadi pilihan pertama bagi konsumen

c. Jelas dan transparan

Ungkapkan secara jelas apa yang anda lakukan, bagaimana anda menghantarkan pelayanan serta apa yang dapat diharapkan oleh konsumen dari anda . Loyalitas konsumen dapat meningkat berdasarkan bagaimana anda mengatasi kesalahan. Studi menunjukkan bahwa 70% konsumen yang tidak puas akan bertransformasi menjadi konsumen loyal jika masalah mereka diselesaikan, terutama bila melebihi ekspektasi mereka.

d. Memberikan *point rewards*

Point rewards merupakan strategi yang ampuh untuk membuat nasabah membeli dan menggunakan produk kita. Nasabah senang dengan program pemberian hadiah atau program bonus. *Point rewards* dapat diterapkan dengan cara memberikan point kepada nasabah yang melakukan transaksi atau menabung dengan jumlah tertentu . Kemudian point dikumpulkan dapat ditukarkan dengan hadiah tertentu sesuai dengan jumlah point nasabah.

e. Identifikasi kesempatan-kesempatan secara proaktif

Jangan menunggu konsumen anda untuk bertanya apa saja yang dapat dilakukan untuk meningkatkan performa. Datanglah dengan ide-ide dan strategi baru untuk secara proaktif mengatakan kepada konsumen tentang apa yang dapat mereka miliki dengan *budget* mereka. Ini akan menunjukkan pada konsumen bahwa anda

peduli terhadap mereka, terutama memastikan bahwa investasi mereka diperusahaan anda akan membantu mereka untuk tumbuh dari waktu ke waktu.

f. Menghargai sudut pandang konsumen

Dengarkan ide dan masukan dari konsumen karena mereka telah bekerja dengan konsumen mereka lebih lama dibandingkan anda. Hal ini dapat membuat usaha-usaha anda lebih efisien . Jika anda menyediakan jasa kepada konsumen dari konsumen anda , dengarkan kebutuhan mereka dan personalisasi pelayanan anda sesuai dengan keinginan mereka.

g. Memberikan pelayanan yang memuaskan

Layanan merupakan salah satu hal yang mendukung penjualan kita. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen adalah langkah yang perlu dilakukan agar konsumen datang lagi untuk membeli produk kita . Jadi, konsumen harus merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

II. Penelitian Terdahulu

Penelitian Putri Lestari dalam Skripsinya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Financing Di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu Kab.Brebes” , menjelaskan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah financing . Adapun yang membedakan penelitian Putri Lestari dengan penelitian ini adalah pada pokok pembahasannya yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah financing , sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang usaha bank dalam menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan iB BAS. Adapun persamaan

dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang loyalitas nasabah pada BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu³².

Penelitian dari Ayu Lestari dalam skripsinya yang berjudul “Analisis strategi BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu dalam meningkatkan loyalitas nasabah financing” , menjelaskan mengenai strategi bank dalam meningkatkan loyalitas nasabah financing . Adapun yang membedakan penelitian Ayu Lestari dengan penelitian ini adalah pada pokok pembahasannya yaitu tentang meningkatkan loyalitas nasabah financing , sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi BPRS BAS menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan iB BAS . Adapun persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi bank dalam menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan di BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu³³.

Penelitian dari Nisfi Fatimah dalam Tugas Akhirnya yang berjudul “Strategi Peningkatan Mutu Layanan dalam Usaha Mempertahankan Loyalitas Nasabah di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap” , menjelaskan mengenai strategi meningkatkan mutu layanan dalam usaha mempertahankan loyalitas nasabah . Adapun yang membedakan penelitian Nisfi Fatimah dengan penelitian ini adalah pada pokok pembahasannya yaitu tentang upaya bank dalam meningkatkan mutu layanan , sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang strategi bank dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan iB BAS . Adapun persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama

³² Putri Lestari, 2015 “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Financing Di BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu Kab.Brebes” , *Skripsi* . Purwokerto : IAIN Purwokerto

³³ Ayu Lestari,2015” Analisis strategi BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu dalam meningkatkan loyalitas nasabah financing”, *Skripsi* . Purwokerto : IAIN Purwokerto

membahas tentang usaha bank dalam mempertahankan loyalitas nasabah³⁴.

Penelitian dari Anifah Rachma Yulia dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Pemediasi (studi kasus pada KJKS BMT EI Mentari Kabupaten Banyumas” , menjelaskan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota dengan kepuasan anggota sebagai variabel pemediasi. Adapun yang membedakan penelitian Anifah Rachma Yulia dengan penelitian ini yaitu tentang kepuasan anggota sebagai variabel pemediasi , sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang strategi bank dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan iB BAS di BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu. Adapun persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang loyalitas³⁵ .

Penelitian dari Sofia Anjarini dalam skripsinya yang berjudul “Manajemen Kualitas Produksi dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen (studi di Wage’s *Production* Bukateja, Jawa Tengah)”, menjelaskan mengenai manajemen kualitas produksi dalam meningkatkan loyalitas konsumen . Adapun yang membedakan penelitian Sofia Anjarini dengan penelitian ini yaitu tentang manajemen kualitas produksi , sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang strategi bank dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan iB BAS di BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu. Adapun persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang meningkatkan loyalitas³⁶ .

³⁴ Nisfi Fatimah,2016” Strategi Peningkatan Mutu Layanan dalam Usaha Mempertahankan Loyalitas Nasabah di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap”, *Tugas Akhir*.Purwokerto:IAIN Purwokerto

³⁵ Anifah Rachma Yulia,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

³⁶ Sofia Anjarini,2015” Manajemen Kualitas Produksi dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen (studi di Wage’s *Production* Bukateja, Jawa Tengah)”,*Skripsi*,Purwokerto:IAIN Purwokerto

Jurnal penelitian dari Rizky Khaisar Maulana, Mukhlis Yunus yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah dan Kepercayaan Nasabah Tabungan Bank BRI Syariah” , menjelaskan mengenai pengaruh pemasaran relasional terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah dan kepercayaan nasabah tabungan . Adapun yang membedakan jurnal penelitian Rizky Khaisar Maulana dengan penelitian ini yaitu tentang pengaruh pemasaran relasional dan kepercayaan nasabah tabungan bank BRI Syariah , sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang strategi bank dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan iB BAS di BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu. Adapun persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai loyalitas nasabah³⁷.

Agar memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai beberapa teori dan hasil penelitian terdahulu yang ada, dibawah ini akan dipaparkan mengenai persamaan dan perbedaan dari beberapa teori dan penelitian terdahulu yang dapat disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Table 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu

JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1. Skripsi dari Putri Lestari dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Financing Di BPRS Bina Amanah Satria	membahas mengenai layanan Bank dalam usaha	Penulis lebih merujuk kepada pengaruh kualitas

³⁷ Rizky Khaisar Maulana, Mukhlis Yunus,2018” Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah dan Kepercayaan Nasabah Tabungan Bank BRI Syariah”,*Jurnal Penelitian*,Aceh:Banda Aceh

Kantor Kas Bumiayu Kab.Brebes” tahun 2015 IAIN Purwokerto.	meningkatkan loyalitas nasabah	pelayanan terhadap loyalitas nasabah financing.
2. Skripsi dari Ayu Lestari dengan judul “ Analisis strategi BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu dalam meningkatkan loyalitas nasabah financing” tahun 2015 IAIN Purwokerto.	membahas mengenai analisis strategi dalam meningkatkan loyalitas nasabah	Penulis lebih merujuk pada meningkatkan loyalitas nasabah financing.
3. Tugas Akhir dari Nisfi Fatimah dengan judul “Strategi Peningkatan Mutu Layanan dalam Usaha Mempertahankan Loyalitas Nasabah di	membahas mengenai loyalitas nasabah	penulis lebih merujuk tentang strategi peningkatan mutu layanan

PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap” tahun 2016 IAIN Purwokerto.		terhadap kepuasan nasabah
4. Skripsi dari Anifah Rachma Yulia dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Pemediasi (studi kasus pada KJKS BMT EI Mentari Kabupaten Banyumas” tahun 2017 IAIN Purwokerto.	membahas mengenai loyalitas nasabah	penulis lebih merujuk ke pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota dengan kepuasan anggota sebagai variabel pemediasi
5. Skripsi dari Sofia Anjarini dengan judul “Manajemen Kualitas Produksi dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen (studi di Wage’s <i>Production</i> Bukateja, Jawa Tengah)” tahun 2015 IAIN Purwokerto.	membahas tentang meningkatkan loyalitas konsumen	penulis lebih merujuk kepada manajemen kualitas produksi
6. Jurnal Penelitian dari Rizky Khaisar Maulana, Mukhlis Yunus dengan judul “Pengaruh Pemasaran Relasional	membahas tentang pengaruh pemasaran terhadap	penulis merujuk kepada pengaruh pemasaran

Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah dan Kepercayaan Nasabah Tabungan Bank BRI Syariah di Kota Banda Aceh” tahun 2018 di Unsyiah (Syiah Kuala University) Banda Aceh.	loyalitas nasabah	relasional melalui kepuasan nasabah dan kepercayaan nasabah tabungan Bank BRI Syariah.
---	--------------------------	---



BAB III

PEMBAHASAN

A. Sejarah BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu

1. Sejarah BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria atau dikenal dengan Bank Syariah BAS adalah salah satu BPR yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, yang kedua berdiri di kota Purwokerto Kabupaten Banyumas. Pendirian BPR Syariah Bina Amanah Satria merupakan cerminan aspirasi dan keinginan dari para profesional (notaris, dokter, pengusaha, pendidik) putra daerah untuk memiliki alternatif perbankan dengan sistem syariah yang diwarnai oleh prinsip-prinsip transparansi, berkeadilan, seimbang dan beretika dalam bertransaksi, sebagai bagian dari dakwah ma'alah, untuk mengembangkan usaha ekonomi masyarakat kecil – mikro di wilayah kabupaten Banyumas. Menyadari kebutuhan akan layanan transaksi perbankan secara syariah oleh masyarakat muslim di wilayah Purwokerto semakin berkembang sementara jumlah bank syariah yang ada pada waktu itu (tahun 2005) hanya ada 1 (satu) Bank Syariah yaitu Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto, di tengah-tengah ramai dan luasnya layanan transaksi perbankan konvensional,, baik bank umum konvensional maupun bank perkreditan rakyat.

Keberadaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria ini diharapkan akan dapat semakin memperluas dan menjadi komplemen layanan transaksi perbankan secara Syariah bagi masyarakat yang tidak terakses oleh Bank Umum Syariah, khususnya kalangan masyarakat pengusaha kecil – mikro (UMKM). Sebagaimana dikehendaki oleh Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan dan Undang – Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah serta Peraturan Bank Indonesia yang secara khusus mengatur tentang BPR Syariah. Pendirian BPR Syariah Bina Amanah Satria bertujuan tidak semata-mata berorientasi bisnis untuk mencari keuntungan finansial di sektor

perbankan, melainkan terutama menjalankan dakwah di bidang ekonomi (Maaliah) secara syariah yang berpihak kepada rakyat kecil agar kemampuan usaha dan ekonominya dapat tumbuh dan berkembang berdasarkan prinsip syariah Islam. Adalah TAZKIA sebagai lembaga konsultan di Jakarta yang memberikan konsultasi dan memfasilitasi pendirian BPR Syariah Bina Amanah Satria. Konsultasi yang diberikan meliputi penyelenggaraan Pelatihan Dasar Perbankan Syariah bagi calon pesaham, pelatihan teknis bagi calon pengelola, penyusunan draft Standar Prosedur Operasi, serta pengadaan *hardware* dan *software*.

Badan hukum yang dipilih dalam pendirian BPR Syariah Bina Amanah Satria adalah Perseroan Terbatas (PT), dibuat di hadapan Bambang. W. Sudrajat, SH, Notaris di Purwokerto, dengan Akta Nomor 19 Tanggal 23 Desember 2003, dirubah dengan Akta Nomor 29 Tanggal 21 Februari 2005, kemudian dirubah lagi dengan Akta nomor 14 Tanggal 14 Maret 2005. Proses pengurusan legalitas hukum mulai ijin prinsip, pengesahan badan hukum dari Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia dan izin operasi dari Gubernur Bank Indonesia membutuhkan waktu yang cukup lama dan cukup melelahkan, sekitar 13 bulan. Legalitas berupa Pengesahan Akta Perseroan dari Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia dengan Nomor: C-07940/HT.01.01. diperoleh pada tanggal 24 Maret 2005.

Izin Prinsip dari Bank Indonesia No. 7/27/DPbS, diperoleh pada tanggal 10 Januari 2005, sedangkan izin operasi dengan Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 7/37/KEP.GBI/2005 tanggal 01 Juli 2005, yang salinannya diperoleh pada tanggal 12 Juli 2005. BPR Syariah Bina Amanah Satria awalnya berkantor pusat di Jl. Pramuka 219 Purwokerto diresmikan beroperasi pada tanggal 23 Juli 2005 dan secara efektif beroperasi pada bulan Agustus 2005. Terhitung sejak 07 Juli 2014, kantor pusat BPR Syariah Bina Amanah Satria telah berpindah di Jl. Pramuka 124 Purwokerto.

Saat ini BPR Syariah Bina Amanah Satria telah memiliki 1 Kantor Kas di Kecamatan Bumiayu, Kabupaten Brebes dan 1 Kantor Cabang di Kebumen. Pengelolaan BPR Syariah Bina Amanah Satria harus tetap istiqomah memenuhi harapan para pendirinya. Dikelola oleh pengurus dan manajemen yang profesional memiliki integritas, kejujuran dan mampu bekerja secara ihsan, sehingga tumbuh dan berkembang menjadi lembaga keuangan mikro syariah yang unggul dan memberikan maslahat kepada masyarakat secara luas.

2. Tujuan Pendirian BPRS Bina Amanah Satria

Adapun tujuan berdiri BPR Syariah Bina Amanah Satria :

- a. Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia, sehingga semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi, dan dengan demikian akan melestarikan pembangunan nasional, antara lain melalui:
 - 1) Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha
 - 2) Meningkatkan kesempatan kerja.
 - 3) Meningkatkan penghasilan masyarakat banyak
- b. Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomi, berperilaku bisnis dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

3. Visi dan Misi BPRS Bina Amanah Satria

a. Visi

Menjadi lembaga keuangan Mikro Syariah terpercaya yang sangat dibutuhkan masyarakat sebagai mitra berinvestasi dan berusaha secara syariah.

b. Misi

1. Menyelenggarakan operasional berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan standar perbankan yang sehat.
2. Menjalankan transaksi perbankan yang sehat, cepat, aman dan berkeadilan, dalam penghimpunan dana dan dalam penyaluran memfokuskan dana kepada pengusaha mikro dan kecil (UMKM).

3. Mengembangkan fungsi perusahaan dalam kewajiban sosial melalui pendayagunaan pemanfaatan dan pengalokasian dana-dana zakat, infaq, sodaqoh serta dana-dana sosial lainnya.
4. Mengembangkan dakwah maaliah dengan mensosialisasikan keunggulan layanan perbankan syariah, bersinergi dengan lembaga-lembaga ekonomi syariah lainnya.

c. Ikon Perusahaan

Amanah dan Menentramkan

d. Budaya Perusahaan

Melayani secara ihsan (integritas, kejujuran, profesional, optimal) dan menghargai prestasi kerja.

e. Motto Manajemen

Adil

Halal

Sehat

Aman

Nyaman

f. Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Amanah Satria , atau disingkat Bank Syariah BAS

Akta Pendirian : Nomor 19 Notaris Bambang Sudrajat. W. SH, Purwokerto

Modal Dasar : Rp 8.000.000.000,- (delapan milyar rupiah)

Modal Disetor : Rp 4.556.000.000,- (empat milyar lima ratus lima puluh enam juta rupiah)

Legalitas

TDP : 11.07.1.65.00451

NPWP : 02.258.254.8-521-0000

Ijin Prinsip : DPbS Bank Indonesia No.7/27/DPbS,
Tanggal 10 Januari 2005

Pengesahan PT : Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia
Nomor.C-07940/HT.01.01.TH 2005
Ijin Usaha : Dewan Gubernur Bank Indonesia
N.7/37/KEP.GBI/2005 Tanggal 01 Juli 2005

Pengurus :

Dewan Komisaris

Komisaris Utama : Yuris Syarifudin, ST

Komisaris : dr. H. Widodo Hardjosoewito

Dewan Pengawas Syariah

Ketua : Drs. Atabik Yusuf Zuhdi

Anggota : Dr .H. Chariri Shofa, M.Ag
Prof. Drs. M. Daelamy SP

Direksi :

Direktur Utama : Anggoro Wignyo Saputra, SE

Direktur : Erna Damayanti, SP

Pemegang Saham : H. Achmad

dr. H. Aendah Susanto

dr. H. Haedar Alatas, SpPd

dr. H. Widodo Hardjowoewito

Drs. Bahrodin, M.M

Yurif Syarifudin, ST

PT Uempe Insan Mulia

Alamat Kantor : Jl. Pramuka No.124 Purwokerto 53147,
Telpon/fax(0281)642302

E-Mail :

bprsbaspwt@yahoo.co.id, bprsbaspwt@gmail.com

4. Struktur Organisasi

Berikut akan dijelaskan mengenai ringkasan pekerjaan, tugas, wewenang dan tanggungjawab dari masing-masing jabatan di atas.

a. *Marketing Funding (Relationship Manajer)*

Tugas dan Wewenang:

- 1) Memobilisasi dari masyarakat seoptimal mungkin
- 2) Berusaha mencari dan mengumpulkan sebanyak mungkin deposit-deposit yang potensial.
- 3) Memasarkan produk penghimpunan dana
- 4) Mementens/menjaga hubungan baik dengan nasabah
- 5) Mencari nasabah baru baik dari nasabah lama yang sudah ada atau nasabah diinstansi lain.

b. *Marketing Financing (Account Manajer)*

Tugas dan Wewenang:

- 1) Bertanggung jawab atas penyaluran pembiayaan
- 2) Menjaga pembiayaan yang teralirkan tetap lancar
- 3) Menyelesaikan pembiayaan yang kurang lancar atau macet
- 4) Memasarkan produk pembiayaan
- 5) Mementens/menjaga hubungan baik dengan nasabah
- 6) Mencari nasabah baru baik dari nasabah lama yang sudah ada atau nasabah diinstansi lain.

c. *Customer Servis*

Tugas dan tanggung jawab :

- 1) Menjelaskan produk & jasa kepada calon nasabah/nasabah yang datang ataupun melalui telepon, sehingga nasabah merasa puas sejalan dengan standar mutu pelayanan yang ditetapkan perusahaan
- 2) Melayani hal-hal yang berhubungan dengan rekening nasabah, mulai dari pembukaan, penutupan dan perubahan atas rekening tersebut, dari saat pemrosesan sampai administrasi kelengkapan dokumen untuk memastikan bahwa semuanya telah sesuai prosedur yang digariskan perusahaan

- 3) Menawarkan kepada nasabah untuk memanfaatkan produk/jasa lain atau melakukan *cross selling* untuk mengoptimalkan kepuasan nasabah terhadap produk & jasa bank sesuai dengan tujuan yang ditargetkan perusahaan
- 4) Menangani keluhan / *complain* nasabah atas hal-hal yang berhubungan dengan transaksi rekeningnya, apabila tidak bisa ditangani sendiri akan diserahkan kepada pihak atasan untuk diselesaikan, agar nasabah tidak kecewa & merasa puas dengan pelayanan kita.
- 5) Melakukan koordinasi dengan unit lain yang terkait, seperti bagian teller dan bagian transfer, untuk memastikan bahwa transaksi sudah dilaksanakan sesuai instruksi, sehingga nasabah merasa puas atas pelayanan tersebut sesuai dengan standar layanan yang telah ditetapkan oleh perusahaan
- 6) Membuat perencanaan dan *report sales activity* (*Sales Tracking System*) sehingga kegiatan sales lebih terencana dan memberikan hasil yang optimal.
- 7) Menjaga kerahasiaan Bank dan nasabah.
- 8) Melaksanakan tugas sesuai dengan instruksi internal dan instruksi operasional.
- 9) Melaksanakan tugas yang diberikan oleh *Supervisor*.

Wewenang :

- 1) Menolak pembukaan rekening apabila tidak sesuai dengan POBM dan PPOBM
- 2) Menolak konfirmasi nasabah untuk melakukan transfer/pemindahbukuan ke rekening lain dan konfirmasi penutupan rekening melalui telepon/fax
- 3) Menolak nasabah untuk melakukan “ *Stop Payment Order*” dan pemesanan Check/BG, apabila saldo yang bersangkutan tidak ada (dibawah minimum saldo yang ditentukan).

d. Teller

Tugas dan tanggung Jawab:

- 1) Membuka pintu Khasanah Utama serta mengeluarkan box Teller.
- 2) Mencocokkan kembali sisa uang di Khasanah secara garis besar.
- 3) Memonitor jumlah fisik uang dalam box Teller setelah bermutasi sesuai instruksi internal.
- 4) Mempersiapkan dan memeriksa uang yang akan disetor ke BI.
- 5) Melakukan pengisian uang dalam ATM dan membuat laporannya (termasuk koreksi bila perlu).
- 6) Memeriksa tiket-tiket transaksi.
- 7) Mencatat penerimaan dan pengeluaran Teller dalam bloter
- 8) Membuat denominasi atas phisik uang dalam khasanah utama dan mencocokkan dengan sistem.
- 9) Mencatat mutasi khasanah utama dalam *buku cash vault* register.
- 10) Melakukan *cash count* atas saldo khasanah utama bersama-sama dengan *second custody*-nya.
- 11) Memastikan pintu khasanah utama telah ditutup dengan baik.
- 12) Membuat Laporan *Cover Over Limit* Asuransi CIS maupun CIT bila ada.
- 13) File bloter-bloter Teller per tanggal.
- 14) Laporan Asuransi CIT, CIS, dan Cash Management.
- 15) Mengunci pintu ruang teller.
- 16) Melakukan *cash pick up*
- 17) Mengoptimalkan tugas untuk menjaga *cash ratio* terhadap *asset* sesuai peraturan.
- 18) Melaksanakan tugas sesuai dengan instruksi *intern*/operasi.
- 19) Melaksanakan tugas yang diberikan oleh supervisornya.
- 20) Menjaga kerahasiaan bank dan nasabah.

Wewenang :

- 1) Melakukan transaksi tunai maupun non tunai nasabah, sesuai dengan POBM dan PPOBM.

2) Melakukan transaksi operasional lainnya.

e. Bagian operasi

Tugas dan wewenang:

- 1) Melakukan pembukuan atas transaksi tabungan, giro dan deposito
- 2) Bertanggung jawab atas transaksi *transfer, inkaso, kliring*, dan jasa perbaikan lainnya
- 3) Melakukan laporan mingguan atau bulanan tentang *likuiditas* bank kepada Bank Indonesia

f. Bagian Sarana *Logistic*

Tugas dan wewenang:

- 1) Melakukan inventaris atas semua barang
- 2) Bertanggung jawab atas pengadaan barang atau perlengkapan kantor
- 3) Bertanggung jawab atas transaksi kas kecil

g. Bagian operasional pembiayaan

Tugas dan Wewenang:

- 1) Melakukan pembiayaan atas transaksi yang ada kaitannya dengan pembiayaan
- 2) Mengidentifikasi status nasabah lancar, kurang lancar dan macet.
- 3) Menolak dropping restruktur, pelunasan yang tidak sesuai dengan peraturan perusahaan

5. Sistem Operasional dan Produk-Produk Bank Syariah

A. Konsep Operasional

BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto mempunyai 3 kantor layanan yang terdiri dari: Kantor Pusat Purwokerto, Kantor Kas Bumiayu, dan Kantor Cabang Kebumen. Sistem operasional yang diterapkan BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu adalah sistem, yakni Jemput Bola yaitu suatu sistem yang diterapkan oleh suatu perbankan dengan cara mendatangi langsung kepada para nasabahnya baik di rumah nasabah maupun ditempat mereka kerja. Biasanya sistem ini

digunakan dalam penarikan tabungan, penarikan angsuran, pembayaran rekening listrik sesuai dengan produk yang ada di bank BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu.

Adapun dalam menjalankan operasionalnya BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu mengikuti tata cara berusaha dan perjanjian sesuai dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits namun juga mengacu pada UU No.21 Tahun 2008 dan Fatwa MUI tentang Perbankan Syariah. Berbeda dengan bank konvensional, BPRS Bina Amanah Bumiayu tidak menggunakan sistem bunga, melainkan menggunakan sistem bagi hasil, jual beli dan sewa menyewa..

Bidang usaha yang dilakukan oleh BPRS Bina Amanah Satria yaitu :

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito, dan tabungan.
- b. Memberikan pembiayaan kepada masyarakat.
- c. Menempatkan dana, meminjam dana, atau meminjamkan dana kepada bank lain.
- d. Menerima pembayaran dari tagihan rekening listrik, PAM, dan telephone.
- e. Melakukan penempatan dana dari nasabah untuk kepentingan pihak lain.
- f. Membeli atau menjual sebagian atau seluruh agunan, baik melalui pelelangan maupun diluar pelelangan berdasarkan kuasa untuk menjual di luar lelang dari pemilik agunan.
- g. Melakukan kegiatan penyertaan modal kepada pihak yang membutuhkan sesuai prinsip syariah.
- h. Melakukan kegiatan jasa keuangan sesuai prinsip syariah.
- i. Melakukan kegiatan usaha berdasarkan ketentuan Bank Indonesia dan peraturan perundang-undangan.

B. Produk-Produk BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu

a. Produk Penghimpunan Dana

1. Tabungan berakad Titipan

a. Tabungan iB BAS

Menurut Undang-undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan, tabungan ialah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau lainnya yang dipersamakan dengan itu. Untuk sarana penarikan tabungan ini hanya bisa dilakukan melalui : buku tabungan, slip penarikan, ATM, Slip transfer, layanan internet & *Mobile Banking*, dan sejenisnya. Praktik pendanaan (*funding*) bank syariah pada dasarnya diadopsi dari produk tabungan atau simpanan serta deposito pada bank konvensional. Akan tetapi terdapat perbedaan mendasar, bank syariah melandasi setiap transaksi dalam tabungan dan deposito dengan akad yang sesuai dengan syariah, undang-undang atau peraturan lainnya. Sedangkan bank konvensional setiap produk tabungan hanya mengacu pada undang-undang dan peraturan yang berlaku. Dalam tabungan, bank syariah mengembangkan dua akad yaitu wadiah dan mudharabah. Dalam tabungan yang menggunakan akad wadiah, bank syariah mengkomodifikasi transaksi tabungan wadiah biasa dan tabungan wadiah dalam bentuk giro³⁸.

Tabungan “iB BAS” adalah 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 tabungan. Tabungan dijamin Pemerintah (LPS). Dengan persyaratan yang sangat mudah yaitu diantaranya³⁹:

³⁸ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah*. (Yogyakarta: Teras, 2012), hal. 136

³⁹ Brosur BAS

- Membawa KTP atau SIM atau Paspor asli berserta fotocopy.
- Mengisi formulir pembukaan rekening Tabungan Satria iB.
- Setoran awal minimal Rp. 25.000,00
- Setoran berikutnya minimal Rp. 5.000,00
- Biaya penutupan rekening Rp. 5.000,00

Deskripsi tentang wadiah

Wadiah itu diambil dari lafazh wad'al-sya'i (menitipkan sesuatu) dengan makna meninggalkannya. Dinamakan sesuatu yang dititipkan seseorang kepada yang lain untuk menjaganya bagi dirinya dengan wadiah karena ia meninggalkannya pada pihak yang dititipi. Oleh karena itu secara bahasa wadiah berarti sesuatu yang diletakkan pada selain pemiliknya agar dipelihara atau dijaga . Wadiah ini merupakan nama yang berlawanan antara memberikan harta untuk dipelihara dengan penerimaan yang merupakan mashdar dari awda'a yang berarti titipan dan membebaskan atas barang yang dititipkan⁴⁰. Jadi wadiah adalah akad penitipan dana dengan ketentuan penitip dana mengizinkan kepada bank untuk memanfaatkan dana yang dititipkan tersebut dan bank wajib mengembalikan apabila penitip mengambil sewaktu-waktu dana tersebut⁴¹.

Tabungan berdasarkan akad dibagi menjadi 3 diantaranya yaitu :

1. Tabungan wadiah

Tabungan wadiah yaitu produk yang bersumber dari nasabah yang sering disebut dana titipan pihak ketiga (DPK) dalam bentuk tabungan. Landasan hukum tabungan wadiah mengacu pada⁴² ;

- Fatwa DSN-MUI

⁴⁰ Yadi Janwari, *Lembaga Keuangan Syariah*. (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2015), hal.2

⁴¹ Muhamad, *Audit & Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2011), hal.43.

⁴² Ibid Hal.137

Fatwa DSN No:02/DSN-MUI/IV/2000, menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah.

- Peraturan Bank Indonesia (PBI)

Penjelasan pasal 3 peraturan Bank Indonesia Nomor 9/19/PBI/2007, wadiah adalah transaksi penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu.

- Pasal 1 angka 21 UU No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah

Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

2. Tabungan giro wadiah

Giro wadiah adalah produk rekening tabungan giro dengan akad wadiah yang tertuang dalam dewan syariah nasional (DSN) Fatwa Nomor 01/DSN-MUI/IV/2000.

DALAM PASAL 1 ANGKA 13 uu No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan giro adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindahbukuan⁴³.

3. Tabungan Mudharabah

Tabungan mudharabah dipergunakan oleh bank dalam mengelola kasa simpanan dari nasabah yang ingin menitipkan dananya untuk tujuan-tujuan tertentu. Tujuan yang dimaksud

⁴³ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah*. (Yogyakarta: Teras, 2012), hal. 138

biasanya berkaitan dengan hajat beribadah yang dibutuhkan dana besar dan tidak terjangkau, seperti ibadah qurban, ibadah haji, atau pendidikan. Atas dasar tujuan tersebut tabungan mudharabah sering disebut jenis tabungan berjangka. Berbeda dengan wadiah yang bersifat tabungan biasa⁴⁴.

b. Tabunganku iB

Tabunganku iB adalah tabungan perorangan untuk pelajar dan mahasiswa dengan persyaratan mudah dan ringan guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat .

Persyaratan :

- Tanpa biaya administrasi bulanan
- Setoran awal pembukaan rekening minimum Rp. 20.000
- Setoran selanjutnya minimum Rp.5000
- Saldo minimum rekening (setelah penarikan) adalah Rp. 20.000
- Biaya penutupan rekening Rp.5000
- Saldo tidak bermutasi selama 6bulan dan jumlahnya dibawah ketentuan saldo minimum akan ditutupnsecara otomatis.

c. Tabungan Berakad Bagi Hasil

Tabungan Berakad Bagi Hasil merupakan tabungan khusus yang dikelola berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah mutlaqah). Tabungan diperlakukan sebagai investasi yang dikelola secara profesional, halal, aman dan menguntungkan berdasarkan syariat Islam. Tabungan khusus hanya dapat diambil pada waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan dan setiap bulan mendapatkan porsi bagi hasil dari hasil usaha (revenue) bank sesuai yang disepakati diawal membuka tabungan. Semua produk tabungan khusus berakad bagi hasil dijamin pemerintah (LPS).

⁴⁴ Ibid Hal.146

a. Tabungan iB Pendidikan

Tabungan iB Pendidikan khusus dipersiapkan untuk membiayai pendidikan, dapat diambil sekurang-kurangnya dalam waktu 6 bulan. setiap bulan akan mendapatkan porsi bagi hasil sesuai dengan kesepakatan diawal membuka tabungan.

Persyaratan :

- Mengisi formulir pembukaan rekening tabungan.
- Membawa KTP / SIM / Paspor / KP / KTM asli beserta fotocopy.
- Setoran awal minimal Rp. 25.000,00
- Setoran berikutnya fleksibel
- Pengambilan tabungan sekurang-kurangnya selama 6 bulan.
- Biaya penutupan rekening Rp. 5.000,00

b. Tabungan iB Qurban

Tabungan iB Qurban khusus untuk mempersiapkan pembelian hewan Qurban, hanya dapat diambil pada waktu menjelang hari raya idul adha. Setiap bulan akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan pada awal pembukaan tabungan.

Persyaratan :

- Mengisi formulir pembukaan rekening tabungan.
- Membawa KTP / SIM / Paspor asli beserta fotocopy.
- Setoran awal minimal Rp. 25.000,00
- Setoran berikutnya minimal Rp. 10.000,00
- Pengambilan tabungan selambatnya pada 3 hari sebelum tanggal 10 Dzulhijjah atau berdasar kesepakatan pada waktu membuka tabungan.

c. Tabungan iB Haji dan Umrah

Tabungan Haji dan Umrah adalah tabungan yang secara khusus dipersiapkan untuk membiayai perjalanan ibadah haji atau umrah dalam jangka waktu tertentu, khusus untuk tabungan iB Haji akan didaftarkan pada SISKOHAT melalui Bank Umum Syariah koresponden sebagai BPSH, Nomor SPPH. Setiap bulan penabung akan mendapatkan porsi bagi hasil sesuai kesepakatan waktu awal membuka tabungan. BAS dapat memberikan dana talangan untuk memenuhi jumlah setoran guna mendapatkan porsi dan nomor SPPH.

Persyaratan :

- Mengisi formulir pembukaan rekening tabungan.
- Membawa KTP / SIM / Paspor asli beserta fotocopy.
- Setoran awal minimal Rp. 500.000,00
- Setoran berikutnya minimal Rp. 100.000,00
- Biaya penutupan rekening Rp. 5.000,00

d. Tabungan iB THR

Tabungan iB THR merupakan tabungan khusus dengan jangka waktu tertentu untuk persiapan pembayaran THR karyawan. Pengambilan tabungan pada saat menjelang Hari Raya Idul Fitri, penabung akan mendapatkan bagi hasil dari usaha bank setiap bulan.

Persyaratan :

- Setoran awal minimal Rp.100.000
- Dan setoran selanjutnya jumlah dan waktu fleksibel.
- Bagi hasil tabungan diberikan setiap bulan yang secara otomatis akan menambah saldo rekening tabungan. Tabungan dapat diambil pada waktu pembayaran THR oleh perusahaan bersangkutan.

e. Tabungan iB BASIRAH

Tabungan Bina Amanah Satria Investasi teRencana secara syariaH (BASIRAH) adalah produk tabungan khusus sebagai investasi masa depan yang multiguna. Dikelola secara profesional, halal, aman, dan lebih menguntungkan sesuai syariat islam. Pendapatan (revenue) investasi akan dibagi secara transparan dan adil sesuai proporsi (nisbah) yang telah disepakati diawal perjanjian membuka tabungan.

Karakteristik dan manfaat :

- Bersifat multiguna sebagai investasi untuk jaminan masa depan dan jaminan hari tua.
- Jumlah setoran tabungan tetap (minimal Rp 50.000)
- Waktu setoran ditentukan sendiri secara berkala (mingguan, bulanan, atau triwulanan)
- Jangka waktu disepakati pada waktu membuka tabungan (minimal investasi 3 tahun)
- Bagi hasil diperoleh dapat dilihat setiap bulan yang secara otomatis menambah saldo Tabungan BASIRAH.
- Tabungan hanya bisa ditutup setelah jangka waktu berakhir.
- Penutupan tabungan sebelum jatuh tempo kesepakatan tidak mendapatkan bagi hasil selama 1 tahun (12 bulan).

Persyaratan:

- Mengisi formulir pembukaan rekening tabungan.
- Membawa KTP / SIM / Paspor asli beserta fotocopu.
- Setoran awal minimal Rp. 100.000,00

Tabel 3.1**Ilustrasi dan Simulasi Proyeksi Bagi Hasil Investasi BASIRAH**

Thn	Setoran Per Bulan	Akum ulasi Setoran	Proyek Bagi Hasil	Saldo
1	100.00 0	1.200. 000	52.131	1.252.1 31
2	100.00 0	2.400. 000	197.45 7	2.649.5 88
3	100.00 0	3.600. 000	335.21 3	4.184.8 01
4	100.00 0	4.800. 000	494.76 0	5.879.5 61
5	100.00 0	6.000. 000	672.76 0	7.751.7 85
6	100.00 0	7.200. 000	868.27 0	9.820.0 55
7	100.00 0	8.400. 000	1.083.9 69	12.104. 024
8	100.00 0	9.600. 000	1.324.0 06	14.625. 030
9	100.00 0	10.80 0.000	1.588.3 03	17.416. 333

10	100.00	12.00	1.880.2	20.496.
	0	0.000	74	608

f. Deposito “iB BAS”

Produk deposito BPR Syariah Bina Amanah Satria adalah Deposito Satria iB, yaitu jenis simpanan berjangka pihak ketiga perorangan dan atau lembaga (*shahibul maal*) pada bank (*mudharib*), yang hanya dapat ditarik kembali oleh *shahibul maal* setelah jangka waktu tertentu sesuai perjanjian yang disepakati dengan Bank (*mudharib*), yaitu (1,3,6,12) bulan. Akad penerimaan deposito adalah *mudharabah mutlaqah*, dimana Bank (*mudharib*) menerima dana dari nasabah (*shahibul maal*) untuk diikutkan sebagai penyertaan sementara pada usaha Bank yang aman, halal dan menghasilkan keuntungan yang optimal. Pada deposito iB Satria antara pihak Bank (*mudharib*) dan deposan (*Shahibul Maal*) menyepakati terlebih dahulu proporsi (*nisbah*) bagi hasilnya. Dan perolehan nominal riil bagi hasilnya akan dibagikan setiap bulan oleh bank. Deposan (*shahibul maal*) dapat menentukan jangka waktu investasinya secara *Automatic Role Over* (ARO).

Keunggulan :

- Bagi hasil setiap bulannya lebih besar dari pada tabungan.
- Dapat di gunakan sebagai jaminan pembiayaan.
- Dijamin oleh pemerintah atau LPS
- Nisbah bagi hasil mulai 35-50%

Persyaratan :

- Mengisi formulir aplikasi pembukaan deposito.

- Melampirkan fotocopy identitas diri.
- Jumlah minimal Rp. 1.000.000,00
- Membayar biaya materai.
- Sebagai bukti investasi akan diberikan bilyet deposito.

Keutamaan Layanan produk tabungan dan deposito :

- Sesuai syariah, halal
- Dijamin pemerintah (LPS)
- Aman dan lebih menguntungkan
- Multiguna
- Bebas biaya administrasi
- Layanan jemput antar

g. Gadai Emas Syariah

Melayani kebutuhan dana cepat dengan sistem gadai emas syariah , dengan biaya titipan murah.

Keunggulan dan Kemudahan :

- Pencairan dana hanya dalam waktu 30 menit
- Biaya gadai murah
- Pinjaman mulai Rp. 250.000
- Jaminan diasuransikan sehingga aman
- Jangka waktu fleksibel 1-4 bulan bisa diperpanjang
- Bisa diangsur.

h. Layanan produk Penyaluran Dana

Terdiri dari :

- Pembiayaan iB kepemilikan barang (rumah, kendaraan bermotor, elektronik, meubel, dll)
- Pembiayaan iB modal kerja
- Pembiayaan iB investasi
- Pembiayaan iB sewa, sewa beli dan transaksi multi jasa
- Pembiayaan iB multiguna

- Pinjaman Qardh beragunan emas

Persyaratan Umum :

Usia 21-55 tahun

Lama berusaha / masa bekerja minimal 2 tahun

Fotocopy KTP suami istri 2 lembar

Fotocopy surat nikah

Surat persetujuan suami/istri

Rekening bank 3 bulan terakhir bagi perusahaan

SIUP, TDP, NPWP bagi perusahaan

Rekomendasi dari instansi / perusahaan bagi pegawai / karyawan

Membuka rekening tabungan

b. Produk Penyaluran Dana

1. Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan Modal Kerja adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan modal kerja usaha Anda sehingga kelancaran operasional dan rencana pengembangan usaha Anda akan terjamin. Dalam produk pelayanan dana ini menggunakan akad murabahah, biasanya dalam pembiayaan modal kerja ini digunakan untuk penambahan barang dagangan.

2. Pembiayaan Investasi

Pembiayaan Investasi adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan investasi usaha Anda sehingga mendukung rencana *ekspansi* yang telah Anda susun. Akad yang digunakan dalam pembiayaan ini adalah Murabahah. Dalam investasi ini biasanya dananya digunakan untuk pembelian emas batangan.

3. Pembiayaan Konsumsi

Pembiayaan konsumsi adalah kegiatan pembiayaan pengadaan barang berdasarkan kebutuhan nasabah dengan pembayaran

secara angsuran. Dengan pembiayaan konsumsi kebutuhan nasabah akan terpenuhi seperti pembelian kendaraan dan renovasi rumah. Akad yang digunakan dalam pembiayaan ini adalah Murabahah.

4. Pembiayaan Multijasa

Pembiayaan Multijasa adalah penyediaan dana atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berupa transaksi multijasa dengan menggunakan akad ijarah berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan nasabah pembiayaan untuk melunasi hutang / kewajibanya sesuai dengan akad.

5. Pembiayaan Kepemilikan Emas (PKE)

Harga emas yang terus menaik dari tahun ke tahun sangat menguntungkan sebagai investasi jangka pendek tanpa inflasi. Bank Syariah BAS menyediakan layanan pembiayaan kepemilikan emas dengan akad jual – beli (murabahah) baik untuk emas lantakan dan / atau emas perhiasan.

Persyaratan dan kemudahan :

- Mengsisi formulir pembelian emas disertai fotocopy KTP
- Membayar uang muka secara tunai sebesar 20% untuk pembelian emas lantakan dan 30% untuk emas perhiasan.
- Pembelian sampai dengan nilai Rp 150.000.000,00
- Jangka waktu 24 bulan sampai 60 bulan
- Bebas biaya penyimpanan atau penitipan
- Emas yang dibeli sebagai jaminan diikat secara gadai

C. Strategi Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan iB BAS

Berikut ini Strategi BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan “iB BAS” diantaranya sebagai berikut ⁴⁵:

e. Menjalin hubungan baik dengan nasabah

Menjalin hubungan baik dengan nasabah misalnya jika nasabah sedang mempunyai acara seperti pernikahan , syukuran atau yang lainnya kita ikut berpartisipasi dalam acara tersebut contohnya dengan kita datang kerumah nasabah sebagai suatu bentuk kebersamaan dan rasa kekeluargaan kita dalam hal yang positif .

f. *Care* terhadap nasabah

Care atau peduli terhadap nasabah contohnya apabila nasabah sehabis pulang Umroh atau Haji kita berikan ucapan selamat dan doa sehingga nasabah merasa senang dan bahagia . Contoh lainnya juga seperti apabila ada salah satu nasabah yang sedang sakit maka sebagai bentuk rasa saling peduli dan kekeluargaan kita menjenguknya serta kita berikan support supaya lekas sembuh dan membaik .

g. Menjaga loyalitas nasabah dengan cara lewat promosi

contohnya pemberian hadiah kemudian bonus untuk yang punya dana lebih , selain rajin menabung juga pada jumlah saldo yang dimiliki serta perputaran mutasinya, jika dalam satu bulan prosentase menabungnya lebih banyak dibanding penarikan tentu itu lebih baik . Biasanya dari pihak bank memberikan reward untuk mereka yang memiliki saldo banyak tetapi mengendap di tabungan, padahal itu tabungan iB yang secara sifatnya bisa di ambil sewaktu waktu. Adapun persyaratan nasabah untuk mendapat hadiah dari tabungan yaitu nasabah yang mempunyai saldo diatas 10 juta

⁴⁵ Wawancara dengan Teller di BPRS BAS Bumiayu.

hadiah tersebut berupa gelas, payung, dompet, tas slempang, kemudian untuk nasabah yang mempunyai tabungan dibawah 5 juta hadiahnya berupa bolpoin , gantungan kunci . Untuk penentuan bonus tersebut harus memakai prosentase dan tergantung saldo , semakin banyak saldo maka semakin banyak bonusnya

h. *Maintenance* / menjaga hubungan baik dengan nasabah

Salah satu sistem marketing yang diterapkan pada BPRS BAS ini yaitu sistem jemput bola, dimana para collector mendatangi langsung kerumah-rumah atau tempat kerja para nasabah . setiap hari para collector mendatangi nasabah secara langsung untuk menghimpun uang dari nasabah , apabila ada salah satu nasabah yang tidak ingin menabung maka collector tetap datang ke nasabah tersebut walaupun nasabah tidak ingin menabung , fungsinya supaya tetap terjalin hubungan baik setiap harinya dengan nasabah. Jadi kita harus datang setiap hari ke nasabah tersebut supaya nasabah merasa senang dan nyaman.

i. Strategi Jemput Bola

Dewasa ini persaingan dalam dunia perbankan sangat ketat, maka dari itu salah satu strategi yang diterapkan pada BPRS BAS dalam melakukan kegiatan menghimpun dana dari masyarakat yaitu dengan cara strategi jemput bola, strategi jemput bola yaitu suatu sistem yang diterapkan oleh suatu perbankan dengan cara mendatangi langsung kepada para nasabahnya baik di rumah nasabah maupun di tempat mereka kerja, dan dengan salah satu cara inilah juga bank menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan, artinya nasabah tidak perlu datang langsung ke bank untuk menabung karena para collectorlah yang akan turun langsung kelapangan menemui nasabah yang hendak menabung.

j. Silaturahmi atau Kunjungan kepada Nasabah

Menjaga loyalitas nasabah dengan cara selalu menjalin tali silaturahmi dengan nasabah , hal ini dapat berpengaruh langsung

kepada nasabah sehingga nasabah merasa dihormati dan dihargai sebagai nasabah , dengan melakukan kunjungan langsung ke rumah nasabah bisa terjalin hubungan serta komunikasi yang baik sehingga nasabah merasa nyaman dan tidak berfikir untuk berpindah bank serta selalu loyal dengan produk tabungan iB BAS tersebut.

k. Letak dan Posisi Kantor yang Mudah di Jangkau atau Strategis

Salah satu faktor utama nasabah setia dengan bank tersebut yaitu kondisi eksternal atau dalam arti disini yaitu tata letak dan posisi bank yang strategis dan mudah dijangkau oleh nasabah sehingga nasabah merasa nyaman dan tidak kesulitan untuk datang langsung ke bank, BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu terletak didepan jalan raya dan bertepatan langsung dengan perkotaan Bumiayu sehingga para nasabah yang hendak melakukan transaksi dengan datang ke bank langsung menjadi sangat mudah dan tidak sulit .

l. Memberikan Pelayanan Prima

Pelayanan yang prima menjadi faktor yang sangat berpengaruh pada tingkat kelayakan nasabah pada bank , contohnya apabila nasabah tidak di layani dengan semaksimal dan se efisien mungkin maka nasabah akan merasa tidak nyaman dan terganggu dengan pelayanan yang kita berikan , sehingga nasabah mungkin akan berpindah ke bank lain , tetapi apabila kita melayani nasabah dengan sikap sopan santun ramah tamah dan ber etika maka nasabah akan merasa senang , nyaman serta merasa dihargai dengan pelayanan kita , dan hal tersebut menjadikan si nasabah tidak akan berpindah ke bank lain serta setia pada produk tabungan iB BAS , dimana tabungan iB BAS yaitu salah satu produk tabungan yang paling banyak nasabahnya.

D. Analisis Strategi Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan iB BAS

Diantaranya sebagai berikut :

- a. Menghubungi konsumen atau nasabah secara berkala

Maksudnya yaitu komunikasi itu sangatlah penting dan memudahkan nasabah jika ingin menyampaikan masalah-masalah tertentu mengenai keuangannya . Dengan demikian nasabah akan merasa nyaman dalam berkomunikasi dengan pihak bank tentang permasalahannya.

- h. Memberikan sentuhan personal kepada nasabah

Contohnya mengirim ucapan selamat pada hari-hari besar seperti Hari Raya Idul Fitri dengan menggunakan tulisan tangan , hal ini menunjukkan bahwa pihak bank peduli terhadap para nasabahnya

- i. Komunikasi dengan jelas dan transparan pada nasabah

Maksudnya yaitu pihak bank dalam menyampaikan sesuatu harus dengan jelas hal ini memudahkan nasabah pada BPRS Bina Amanah Satria KK Bumiayu dalam menerima apa yang disampaikan pihak bank dengan baik

- j. Memberikan *point rewards* kepada nasabah

Point rewards merupakan strategi yang ampuh untuk membuat nasabah membeli dan menggunakan produk kita. Nasabah senang dengan program pemberian hadiah atau program bonus. *Point rewards* dapat diterapkan dengan cara memberikan point kepada nasabah yang melakukan transaksi atau menabung dengan jumlah tertentu, kemudian point dikumpulkan dapat ditukarkan dengan hadiah tertentu sesuai dengan jumlah point nasabah. Pada BPRS Bina Amanah Satria sendiri cara menerapkan sistem bonus untuk nasabahnya yaitu dengan cara apabila nasabah pada produk tabungan khususnya produk tabungan “iB BAS” setiap hari rajin menabung maka dari itu bank akan memberikan

bonus setiap bulannya sesuai dengan pendapatan dari bank tersebut.

k. Menghargai sudut pandang nasabah

Dengarkan ide dan masukan dari nasabah . Hal ini dapat membuat kegiatan yang dilakukan nasabah terhadap bank lebih efisien , serta dengarkan kebutuhan nasabah dan personalisasi pelayanan anda sesuai dengan keinginan nasabah, dengan adanya hal tersebut dapat meningkatkan rasa percaya diri nasabah terhadap bank sehingga dapat memunculkan rasa setia atau loyal nasabah pada produk tabungan “iB BAS”

l. Memberikan pelayanan yang memuaskan

Layanan merupakan salah satu hal yang mendukung kegiatan pada bank. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah adalah langkah yang perlu dilakukan agar nasabah mau datang lagi ke bank . Jadi, nasabah harus merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh bank karena suatu pelayanan prima merupakan salah satu faktor utama bank agar para nasabah tetap setia dan nyaman bertransaksi di BPRS Bina Amanah Satria Bumiayu tersebut .

IAIN PURWOKERTO

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

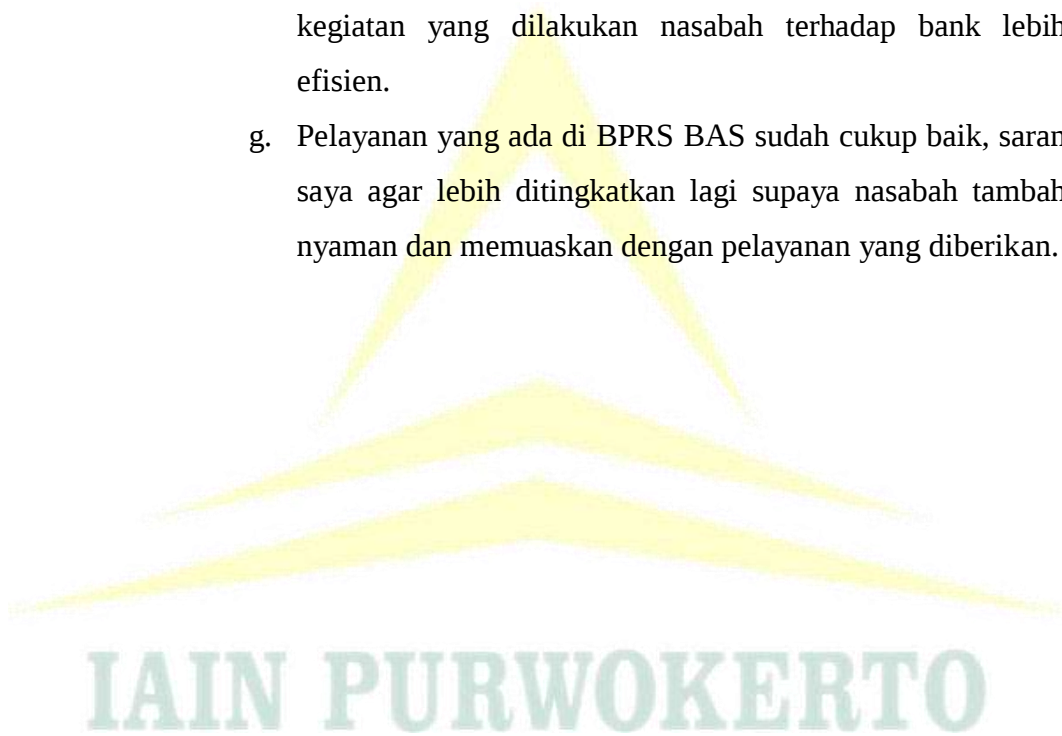
B. Saran

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.



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

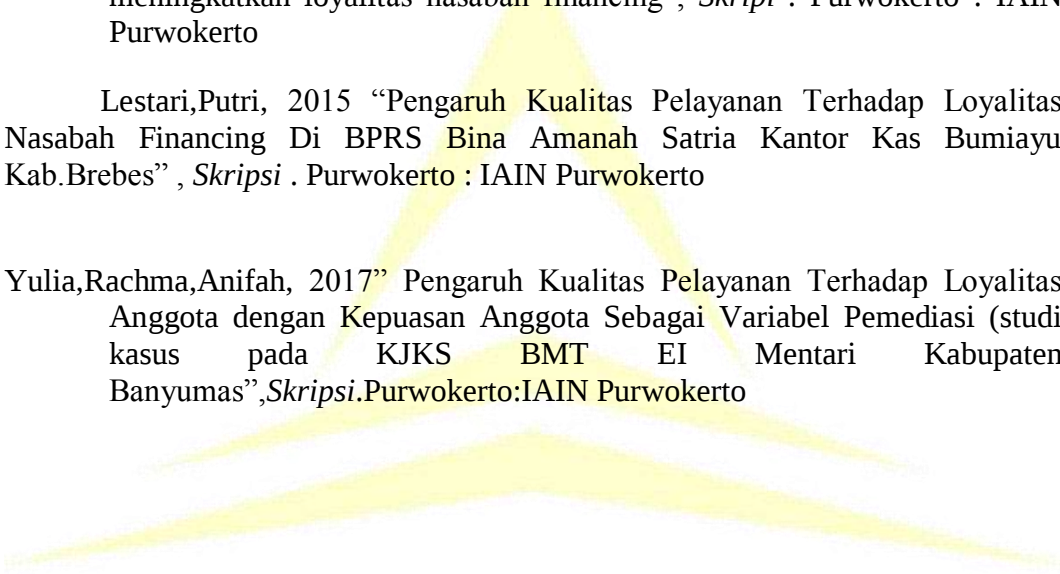
Anjarini,Sofia, 2015” Manajemen Kualitas Produksi dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen (studi di Wage’s *Production* Bukateja, Jawa Tengah)”,*Skripsi*,Purwokerto:IAIN Purwokerto

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



IAIN PURWOKERTO