

**STRATEGI PELAYANAN PRIMA
OLEH *CUSTOMER SERVICE*
UNTUK MEMBANGUN LOYALITAS NASABAH
DI BANK SYARIAH MANDIRI KCP PURBALINGGA**



TUGAS AKHIR

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

**Oleh:
DIAN AMALIA FARHAH
NIM: 1522203054**

**PROGRAM DIPLOMA III
MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PURWOKERTO
2018**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi suatu negara memerlukan program yang terencana dan terarah serta membutuhkan modal atau dana pembangunan yang tidak sedikit. Tidaklah mengherankan apabila pemerintah dalam suatu negara terus menerus melakukan upaya peningkatan pertumbuhan ekonomi melalui perbaikan dan peningkatan kinerja bank sebagai lembaga keuangan dan lokomotif pembangunan ekonomi. Lembaga keuangan bank mempunyai peranan yang strategis dalam membangun suatu perekonomian negara.¹

Didalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syari'ah disebutkan bahwa, bank syari'ah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syari'ah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syari'ah dan bank pembiayaan rakyat syari'ah.² Dalam perekonomian masyarakat saat ini tidak dapat terhindar dari adanya lembaga perbankan, Di Indonesia bank dibagi menjadi dua yaitu bank konvensional dan bank syari'ah. Bank konvensional adalah bank yang menggunakan sistem bunga atau yang sering kita kenal dengan riba, sedangkan bank syari'ah adalah lembaga keuangan yang menggunakan prinsip bagi hasil.. Mayoritas penduduk Indonesia sebagian besar adalah orang muslim, Menurut orang islam bunga sama saja dengan riba mereka beranggapan bahwa riba hukumnya haram. Orang muslim di Indonesia menyadari akan pentingnya lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat islam dan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits. Hal ini yang menunjang perbankan syariah berkembang sangat pesat dalam dunia perbankan di Indonesia.

¹ Muhammad, Bank Syariah Problem Dan Prospek Perkembangan Di Indonesia (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm. 1.

² Undang-undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syari'ah, Pasal 1 Ayat 7.

Sebuah bank syariah selayaknya memiliki lingkungan kerja yang sejalan dengan syariah. Dalam hal etika, misalnya sifat *amanah* dan *shiddiq*, harus melandasi setiap karyawan sehingga tercermin integritas eksekutif muslim yang baik. Di samping itu, karyawan bank harus *skillful* dan profesional (*fathanah*), dan mampu melakukan tugas secara *team-work* di mana informasi merata di seluruh fungsional organisasi (*tabligh*). Selain itu, cara berpakaian dan tingkah laku dari para karyawan merupakan cerminan bahwa mereka bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang membawa nama besar Islam. Demikian pula menghadapi nasabah, akhlak harus senantiasa terjaga. Nabi SAW mengatakan bahwa senyum adalah sedekah.³

Produk di bank syari'ah dibedakan menjadi dua yaitu *funding* dan *landing*. *Funding* adalah kegiatan menghimpun dana sedangkan *landing* adalah kegiatan penyaluran dana. Di dalam perbankan tidak hanya menjual produk saja akan tetapi lebih mengutamakan pelayanan yang diberikan perusahaan untuk nasabah dan calon nasabah. Karena pada dasarnya pelayanan yang baik akan memberikan kesan yang baik pula terhadap nasabah dan nasabah akan merasa dihargai. Dengan adanya pelayanan yang terkesan baik, nasabah akan merasa puas dengan pelayanan tersebut. Pada umumnya, jika nasabah sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perbankan dengan sendirinya nasabah akan terus menerus menggunakan produk dari perbankan tersebut atau bisa dikatakan nasabah tersebut sudah loyal.

Perasaan yang puas dan rasa bahagia yang dirasakan oleh nasabah karena pelayanan yang diberikan sangat baik, nasabah akan menceritakan kepuasannya kepada orang lain. Tidak menutup kemungkinan mereka akan menjadi nasabah baru bagi bank tersebut. Pelayanan yang didasari dengan setulus hati akan menjadikan hubungan antar nasabah dengan perusahaan semakin baik. Selain memberikan pelayanan yang baik, perusahaan harus menyusun strategi guna meningkatkan kepuasan nasabah dan membangun

³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 34.

loyalitas nasabah. Seperti kita ketahui membangun kelayakan nasabah tidaklah mudah. Sehingga perlunya kepedulian kepada nasabah agar bisa dikembangkan menjadi suatu layanan yang terbaik yang disebut sebagai pelayanan prima.. Strategi pelayanan prima inilah yang membuat nasabah menjadi betah dan setia untuk bermitra. Bukan hanya memberikan pelayanan yang standart atau sesuai dengan SOP yang ada, tetapi setidaknya memberikan pelayanan lebih baik dari apa yang diharapkan oleh nasabah sebelumnya. Maka diperlukan adanya strategi pelayanan prima yang digunakan untuk mewujudkan ekspektasi dari pemikiran nasabah. Menurut Jhonson dan Scholes yang dimaksud strategi ialah arah dan ruang lingkup dari sebuah organisasi atau lembaga dalam jangka panjang yang mencapai keuntungan melalui konfigurasi dari sumber daya dalam lingkungan yang menantang, demi memenuhi kebutuhan pasar dan suatu kepentingan.⁴

Pelayanan Prima (*Customer Care*) berarti memelihara dan mempertahankan pelanggan serta menambah pelanggan baru sehingga kepuasan pelanggan dan tujuan perusahaan dapat tercapai. Pelayanan Prima (*Customer Care*) yang baik dibutuhkan oleh semua anggota perusahaan jika berhubungan langsung atau tidak langsung dengan pelanggan serta melaksanakan tugas dalam bekerja bersama orang lain, sehingga dibutuhkan rasa percaya diri untuk menyesuaikan dan mempertimbangkan kepercayaan dan rahasia pelanggan.⁵

Mewujudkan layanan prima sangatlah tidak mudah seperti membalikan tangan. Ada beberapa hal yang harus dipahami dan dicermati oleh perusahaan, karena nasabah sekarang ini semakin pintar dan kritis. Sehingga perusahaan diuntut untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan para nasabah.

Dalam perusahaan jasa khususnya perbankan, *frontliner* sangat berperan penting dalam memberikan pelayanan prima, pada awal nasabah

⁴ Bobsusanto, www.Seputarpengetahuan.Com/2015/02/10-Pengertian-Strategi-Menurut-Para-Ahli-Lengkap.Html. Diakses Pada Tanggal 22 Maret 2018, pukul 19:04.

⁵ Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), hlm. 289-290.

berinteraksi dengan perusahaan pasti bertemu dengan *frontliner* seperti satpam, *customer service*, dan *teller*. Pada dasarnya tugas *frontliner* sangatlah penting terutama pada *customer service*. *Customer service* sebagai penghubung antara bank dengan nasabah atau calon nasabah. *Customer service* harus mempunyai pengetahuan yang luas tentang perbankan, mampu memahami dan mengetahui produk dan prosedur didalam perbankan. *Customer service* yang mengantarkan calon nasabah untuk mengenal lebih dalam produk-produk dari perbankan dan mampu meyakinkan calon nasabah untuk membeli produk tersebut dan bermitra dengan perusahaan.

Customer service di tuntutan untuk memberikan pelayanan yang prima. Dalam melayani nasabah harus mampu memahami dan mengerti perilaku nasabah atau sifatnya. Hal ini disebabkan adanya berbagai macam karakter baik sifat maupun perilaku nasabah yang berbeda-beda. Setelah kita memahami sifat dan perilaku nasabah tersebut, kita dapat menyusun strategi bagaimana memenuhi kebutuhan nasabah dan memuaskan harapan nasabah. Secara umum, peranan *customer service* bank adalah:⁶

1. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih baik akrab dengan nasabah.
2. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.

Menghargai adalah sikap “memanusiakan” dan “menempatkan” diri pelanggan sebagai orang yang paling penting bagi kelangsungan hubungan antara organisasi/perusahaan dengan mereka. Menempatkan dirinya sebagai orang penting, seperti “raja atau ratu” adalah hal yang utama dalam bisnis. Pelayanan adalah menghargai melalui “pengabdian” untuk mewujudkan layanan prima, tetapi bukan untuk menempatkan diri kita sebagai hamba sahayanya. Sikap menghargai kepada pelanggan adalah salah satu sikap yang harus ditonjolkan untuk keberhasilan membina hubungan baik dengan para

⁶ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hlm 181.

pelanggan, agar mereka menjadi senang dan puas dengan layanan yang diberikan, sehingga mereka menjadi loyal kepada organisasi/perusahaan kita.⁷

Jika *customer service* memberikan pelayanan yang buruk, maka nasabah akan merasa kecewa. Tetapi sebaliknya jika *customer service* memberikan pelayanan yang terbaik yang mereka miliki, maka membuat nasabah merasa senang dan puas dengan layanan yang diberikan. Sehingga nasabah akan loyal kepada perusahaan dengan sendirinya, karena loyalitas nasabah akan tercipta setelah adanya kepuasan nasabah. Menurut Oliver, *loyalty* (kesetiaan) adalah suatu komitmen mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali sebuah produk atau jasa yang disukai pada masa depan, walaupun situasi memengaruhi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan pengalihan perilaku.⁸

PT Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan salah satu bank syariah terbesar di Indonesia yang telah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dalam melayani nasabahnya. BSM berhasil menjadi bank syariah dengan raupan keuntungan terbesar yaitu Rp 805,6 miliar. BSM juga merupakan bank syariah dengan aset terbesar pertama yaitu Rp 54,2 triliun.⁹ Dunia perbankan menyadari betapa pentingnya mempertahankan kepercayaan nasabahnya. Dengan memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan salah satu strategi untuk mempertahankan nasabah lama dan mendapatkan nasabah baru. Persaingan yang semakin ketat dalam perbankan, setiap perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik yang mereka miliki.

Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Purbalingga adalah salah satu bank yang terletak di wilayah Masjid Agung Purbalingga dan Alun-Alun Purbalingga merupakan lokasi yang strategis. Nasabah memperoleh kemudahan akses jalan. Hal ini menjadi alasan utama nasabah memilih

⁷ Atep Adya Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo Gramedia, 2003), hlm. 226-227.

⁸ Herry Sutanto, Khaerul Umam *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm.287

⁹ <https://www.google.com/amp/amp.kontan.co.id/news/lima-bank-syariah-dengan-laba-terbesar-espv=1>. Diakses Pada Tanggal 21 Agustus 2018. Pukul 11:24.

menggunakan jasa BSM KCP Purbalingga. Pelayanan prima yang di berikan oleh *customer service* BSM KCP Purbalingga juga sangat mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal tersebut menjadikan nasabah betah dan loyal. Pelayanan yang diberikan oleh *frontliner* di BSM KCP Purbalingga semuanya penting. Namun pelayanan yang diberikan oleh *customer service* yang paling berpengaruh oleh nasabah dan calon nasabah. *Customer service* yang pertama kali berkomunikasi memberikan informasi dan mengenalkan produk-produk lebih detail dengan nasabah dan calon nasabah.¹⁰

Berdasarkan data dari Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga, berikut penulis sajikan data jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga selama 9 bulan terakhir.¹¹

NO	BULAN	JUMLAH	%
1	Juni 2017	172	1,72
2	Juli 2017	185	1,85
3	Agustus 2017	224	2,24
4	September 2017	129	1,29
5	Agustus 2017	331	3,31
6	November 2017	110	1,1
7	Desember 2017	115	1,15
8	Januari 2018	168	1,68
9	Februari 2018	131	1,31
JUMLAH		1.565	15,65

Tabel 1. Jumlah Nasabah bulan Juni 2017 – Februari 2018

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa jumlah nasabah mengalami penurunan. Hal tersebut dikarenakan faktor yaitu kekurangan sumber daya manusia seperti halnya kurangnya pengetahuan, gangguan

¹⁰ Hasil Wawancara Dengan Ibu Dhayu Primadinni selaku *General Support Staff* Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga, Tanggal 28 Februari 2018.

¹¹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Umar Lutfi selaku *Customer Service* Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga. Tanggal 16 Agustus 2018.

sistem, dan kurangnya fasilitas. Para nasabah Bank Syariah mandiri KCP Purbalingga semuanya belum bisa dikategorikan sebagai nasabah yang loyal. Dengan demikian pelayanan yang harus di berikan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purbalingga harus prima. Apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tidak prima, kemungkinan pelanggan akan merasa kecewa dan pelanggan akan merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan. Hal ini menimbulkan kesan yang kurang baik dimata nasabah. Selain itu juga dapat mengakibatkan nasabah beralih dari Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purbalingga ke lembaga keuangan bank lain yang menurut nasabah dapat memebrikan pelayanan yang lebih prima.¹²

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis teraik untuk mengkaji lebih dalam bagaimana peran pelayanan prima dapat membangun loyalitas nasabah. Maka melalui penelitian Tugas Akhir ini, penulis tertarik dengan judul **“Strategi Pelayanan Prima Oleh *Customer Service* Untuk Membangun Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga”**. Dari uraian latar belakang diatas maka penulis merumuskan permasalahnya sebagai berikut: “Bagaimana strategi pelayanan prima oleh *customer service* untuk membangun loyalitas nasabah di bank syariah mandiri kantor cabang pembantu purbalingga?”.

B. Maksud dan Tujuan Penulisan Tugas Akhir

1. Maksud

Maksud dari penulisan tugas akhir adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Pelayanan Prima Oleh *Customer service* Untuk Membangun Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga?” serta penulis juga ingin mengetahui teori-teori yang diajarkan dalam perkuliahan sama seperti yang di terapkan dalam praktiknya ataukah tidak.

¹² Hasil Wawancara Dengan Bapak Ari Kristiyanto Merrenda selaku *Brunch Manager* Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga, Tanggal 28 Februari 2018.

2. Tujuan

Tujuan penyusunan Tugas Akhir adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan prima oleh *customer service* untuk membangun loyalitas nasabah yang dilakukan di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga.

C. Metode Penelitian Laporan Tugas Akhir

1. Jenis Penelitian

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

D. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Peneliti meneliti di Bank Mandiri Syariah KCP Purbalingga, yang beralamat Jl. Jendral Sudirman Timur No. 95, Purbalingga Lor, Kec. Purbalingga, Jawa Tengah 5331. Peneliti tertarik meneliti di BSM karena lokasi yang strategis dan mudah dicari.

2. Waktu

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 22 Februari – 02 Maret 2018.

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

E. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data tidak lain dari suatu proses pengadaan data primer untuk keperluan penelitian. pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting diperoleh dalam metoda ilmiah, karena pada umumnya, data yang dikumpulkan digunakan, kecuali untuk penelitian eksploratif, untuk menguji hipotesa yang telah dirumuskan. Data yang dikumpulkan harus cukup valid untuk digunakan.

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Perlu dijelaskan bahwa pengumpulan data dapat dikerjakan berdasar pengalaman. Memang dapat dipelajari metode-metode pengumpulan data yang lazim digunakan, tetapi bagaimana mengumpulkan data dilapangan, dan bagaimana menggunakan teknik tersebut dilapangan atau dilaboratorium, berkehendak akan pengalaman yang banyak (Nazir, 1988:211).

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

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. ¹⁵

Observasi yang dilakukan penulis yaitu, penulis terjun langsung ke lapangan, yakni Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga untuk mendapatkan informasi langsung, khususnya tentang strategi pelayanan prima oleh *customer service* untuk membangun loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga.

2. Wawancara (interview)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan interview pada suatu atau beberapa orang yang bersangkutan. ¹⁶

Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara kepada beberapa karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga, baik secara

¹⁴ Ahmad Tanzeh, *Metodologi penelitian praktis* (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 83.

¹⁵ *Ibid*, hlm. 84.

¹⁶ *Ibid*, hlm. 89.

terstruktur maupun tidak terstruktur. Serta mewawancarai nasabah guna mengetahui tingkat loyalitas nasabah dalam pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga.

3. Dokumentasi

Mengumpulkan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia.¹⁷

Peneliti menganalisis dokumen-dokumen yang mendukung penelitian berupa bukti-bukti yang riil. Seperti halnya dokumen-dokumen resmi, formulir-formulir, browsur, arsip-arsip, buku-buku, majalah BSM dan lainnya yang dimiliki oleh BSM KCP Purbalingga

F. Metode Analisis Data

Proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar (patton,1980:268). Analisis data ini dilakukan setelah data yang diperoleh dari sample melalui instrument yang dipilih dan akan digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian atau untuk menguji hipotesa yang diajukan melalui penyajian data.¹⁸

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya dari eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.¹⁹ Oleh sebab itu penulis memilih data pokok yang telah di dapat dari penelitian yaitu “Strategi Pelayanan Prima Oleh *Customer service* Untuk Membangun Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga.”

¹⁷ *Ibid*, hlm. 92.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 95-96.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung:ALVABETA, 2015) hlm. 9.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi yang digunakan oleh *customer service* Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga sangat beragam. Antara lain *cross selling* dan *up selling* untuk menjual produk yang terdapat di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga. Kartu ATM BSM *priority* digunakan untuk memberikan pelayanan yang berbeda dengan nasabah biasa, salah satu fungsinya adalah tempat pelayanannya diruangan khusus. *Role play* digunakan untuk mencari tahu kekurangan dan mengembangkan kemampuan yang terdapat pada *customer service*.

Berdasarkan strategi yang telah diterapkan di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga diperoleh data bahwa selama 9 bulan terakhir kurang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan perubahan jumlah nasabah yang fluktuatif, tapi cenderung menurun. Sehingga strateginya harus lebih ditingkatkan kembali agar dapat membangun loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga.

B. Saran

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

1. Bagi Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga

Berdasarkan penelitian yang telah diteliti Bagi Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga memperhatikan waktu pelayanan agar bisa dipercepat, supaya nasabah tidak bosan karena pelayanannya terlalu lama terutama pelayanan *customer service*. Tingkatkan selalu *role play*, agar semua karyawan terutama karyawan pada *back office* bisa menggantikan peran *customer service* ketika berhalangan hadir atau saat pergantian pada jam istirahat. Hubungan baik antara nasabah dan Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga hendaknya dijaga dan dipertahankan. Semoga dalam perjalanan Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga bisa bekerja dan

beribadah untuk membantu sesama yang berprinsip tolong menolong dengan menerapkan sistem bagi hasil yang menguntungkan kedua belah pihak serta selalu meningkatkan kualitas pelayanan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

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



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press. 2001.
- Adam, Muhammad. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta. 2015.
- Adya Brata, Atep. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Gramedia. 2003.
- Bobsusanto, www.spengetahuan.Com/2015/02/10-Penegrtian-Strategi-Menurut-Para-Ahli-Lengkap.Html. Diakses Pada Tanggal 22 Maret 2018, pukul 19:04.
- Brosur BSM Purbalingga 2018.
- Buku Harian BSM Purbalingga.
- Buku Tahunan BSM Purbalingga.
- Dokumen BSM Purbalingga.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto, *Panduan Penyusunan Tugas Akhir Program DIII Manajemen Perbankan Syari'ah* 2017.
- Fandy, Tjiptono. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: C.V Andi Offest. 2005.
- _____. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: C.V Andi Offest. 2006.
- _____. *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: C.V Andi Offest. 2013.
- Haryono, Budi. *How To Manage Customer Voice*. Yogyakarta: C.V Andi Offest. 2013.
- Herry Sutanto, Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2013.

Kasmir. Pemasaran Bank. Jakarta: Pustaka Media. 2005.

_____. Etika Customer Service. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2006.

Moleong, Lexy J. Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2014.

Muhammad. Bank Syariah Problem Dan Prospek Perkembangan Di Indonesia. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2008.

Nur Rianto, Muhammad. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta. 2012.

Rangkuti, Freddy. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: PT Gramedia. 2014.

_____. Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2016.

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta. 2015.

Tanzeh, Ahmad . Metodologi Penelitian Praktis. Yogyakarta: Teras. 2011.

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

<http://definisimu.blogspot.co.id/2012/11/definisi-strategi.html>. Diakses Pada Tanggal 10 April 2018, Pukul 11:59.

<https://www.binrohrsij.wordpress.com> . Diakses Pada Tanggal 18 Agustus 2018. Pukul 22:51 WIB.

<http://www.pandagila.com/teknik-cross-selling-up-selling/>. Diakses Pada Tanggal 13 Maret 2018, Pukul 11:11.

<https://www.google.com/amp/amp.kontan.co.id/news/lima-bank-syariah-dengan-laba-terbesar-espv=1>. Diakses Pada Tanggal 21 Agustus 2018. Pukul 11:24.

[www.djajendra-motivator .com](http://www.djajendra-motivator.com), *role play* untuk pelatihan, diakses pada tanggal 13 April 2017, pukul 19:48.

