

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan kehidupan dunia yang semakin berkembang, transaksi serta kegiatan ekonomi masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan keuangan. Maka dari itu banyak masyarakat lebih selektif dalam memilih lembaga-lembaga keuangan yang menurut mereka memberikan manfaat antara kedua belah pihak. Pilihan akan lembaga keuangan tersebut pastinya menurut mereka adalah yang terbaik, peran karyawan ataupun seorang pelayan dalam dunia perbankan hendaknya memberikan dampak positif dalam perkembangan dunia perbankan dan untuk selanjutnya menjadi penopang kemajuan perbankan. Lebih banyaknya masyarakat pastinya jasa perbankan harus menggunakan pelayanan yang baik. Karena pelayanan yang baik akan menciptakan masyarakat untuk bekerja sama dengan jasa perbankan.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, bank memberikan jasa pelayanan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit), dan jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya. Kepercayaan sangat penting, karena tanpa kepercayaan mustahil bank dapat hidup dan berkembang.¹ Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya bagi bank, bank harus bersikap positif didepan masyarakatnya, sehingga citra positif bank bagi nasabah bisa dikatakan lebih baik. Membangun citra positif bagi nasabah yang perlu diperhatikan ialah kualitas keamanan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Tanpa adanya citra positif bagi

¹ Kasmir. 2005. Pemasaran Bank. Jakarta:Kencana. Hal.201.

nasabah, bank tidak akan berkembang maupun tidak efektif. Karena kepercayaan nasabah sudah luntur.

Sebuah bank syariah seharusnya memiliki sikap etika atau akhlak dengan lingkungannya yang sejalan dengan syariat-syariat Islam. Dalam hal ini bank harus memiliki pondasi-pondasi khususnya etika, misalnya Siddiq dan Amanah, dan itulah yang harus di pegang setiap pegawai-pegawai sehingga tercermin integritas eksekutif kaum muslim yang baik di mata masyarakat. Disamping itu, pegawai atau penjual jasa dari bank syariah harus profesional (*fathanah*) dan bekerja keras ataupun skillful, dan mampu melakukan tugas secara kerja sama maupun *team-work* dimana informasi merata diseluruh fungsional organisasi (*Tabliq*). Selain itu, cara berpakaian dan tingkah laku dari para pegawai merupakan cermin bahwa mereka bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang membawa nama besar agama Islam, sehingga tidak ada aurat yang terbuka dan tingkah laku yang kasar. Ketika dalam melayani konsultasi nasabah, akhlak lebih dikedepankan untuk profesionalitas pegawai. Nabi Muhammad SAW mengatakan bahwa senyum adalah sedekah.²

Pelayanan nasabah atau *customer service* (CS) penjual jasa maksudnya adalah pelayanan nasabah yang mempunyai tugas memberikan informasi-informasi tentang produk dan memasarkan produknya kepada nasabahnya. Hal ini bisa menarik nasabah karena dengan adanya informasi-informasi secara terperinci sehingga ada kesesuaian dengan apa yang diharapkan nasabah dan bisa menunjang kelancaran-kelancaran hubungan anatar nasabah dengan bank. Oleh karena itu pelayanan kepada nasabah ini merupakan pokok utama dalam bersaing bisnis antar bank, juga merupakan bagian perusahaan yang tidak bisa dipisahkan, oleh karena itu pelayanan

² Muhammad Syafi'i Antonio. 2001. Bank Syari'ah Dari Teori Kepraktik, Jakarta:Gema Insani. hal.34

nasabah sangatlah penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah atau menarik nasabah baru bagi perusahaan.

Peranan *customer service* juga merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh suatu perusahaan. Dalam melakukan peranan pelayanan terhadap *customer service* yang berhubungan langsung dengan pilihan konsumen, maka diperlukan *customer service* yang profesional. Pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.³ *Customer service* memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak bank dalam menghadapi nasabah. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *Customer Service* yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.⁴

Customer service itu ibarat wajah terdepan sebuah bank. Seorang *customer service* mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan nasabah, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi bank dengan detail. Cara *customer service* dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sesungguhnya sikap bank tersebut dalam memberikan layanan kepada nasabahnya. Pelayanan yang baik maupun buruk akan mempengaruhi nasabah bagi bank tersebut. Perusahaan pasti memperhatikan nasabah dengan baik sehingga perusahaan menciptakan nasabah harus diperahankan selamanya. Oleh karena itu, nasabah yang loyal memberikan keuntungan yang lebih atau asset yang besar bagi perusahaan. Untuk mendapatkan konsumen yang loyal perusahaan harus menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen, berbagai keinginan dan kebutuhan konsumen harus dipenuhi.

³ Kasmir. 2005. Pemasaran Bank, Jakarta:Kencana. hal.202

⁴ Kasmir, Kewirausahaan., Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2007, hal. 275-276

Sehubungan pentingnya *customer service* bagi perusahaan, yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu pelayanan nasabah yang maksimal apalagi perusahaan yang mengatasnamakan di bidang jasa perbankan Islam. Dalam upaya untuk lebih menarik jumlah nasabah, serta menciptakan kelayakan nasabah ke perusahaan supaya tidak berpindah tempat ke bank lainnya, maka upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan *customer service* yang mampu memberikan pelayanan di bawah tekanan-tekanan yang diharapkan nasabahnya. Oleh karena itu untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perbankan lainnya maka perlu diciptakan hubungan yang baik dengan para nasabah, baik nasabah lama maupun calon nasabah.

Salah satu cara bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya. Perusahaan akan lebih maju kalau perusahaan tersebut bisa memberi kepuasan terhadap nasabahnya melalui pelayanan yang baik atau yang diharapkan nasabah. Timbulnya kepuasan nasabah lebih jelasnya memberikan manfaat terhadap perusahaan. contohnya hubungan antara nasabah dan perusahaan menjadi lebih harmonis, memberikan kesan-kesan yang diharapkan nasabah, lebih jelasnya nasabah akan merekomendasi dari nasabah ke nasabah yang lain yang dapat menguntungkan bagi perusahaan dan timbul kelayakan nasabah. Karena nasabah yang loyal (setia) atas sikap pelayanan dari pegawai perusahaan akan memberikan peluang untuk mendapatkan nasabah baru.

Pelayanan yang diberikan oleh *customer service* haruslah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabah. Hal ini dilakukan dengan sikap menolong, bersahabat dan profesional (*fathanah*) yang memuaskan nasabah agar nasabah tersebut datang kembali untuk berbisnis dengan bank kita. Cara seperti ini seorang *customer service* dapat menikmati pekerjaannya dan memajukan karirnya pada bank tersebut. Pelayanan nasabah yang bermutu menuntut adanya upaya dari keseluruhan karyawan bukan hanya yang bertugas di *front office*,

yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga para karyawan di *back office* yang menghasilkan pelayanan di belakang layar yang tidak kelihatan oleh nasabah.

Bank Syariah X merupakan salah satu lembaga keuangan yang dalam menjalankan kegiatan usahanya selalu mengutamakan kepuasan nasabah diantaranya melayani masyarakat yang ingin menabung dan juga memberikan fasilitas pinjaman kepada masyarakat yang ingin membutuhkan. Strategi pelayanan yang diterapkan meliputi tiga komponen, yaitu mencakup *people* (karyawan bank), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik).

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah X.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, diharapkan pembahasan selanjutnya dapat dituangkan secara rinci mengenai hal-hal yang berkaitan dengan “Pelayanan *Customer Service* Terhadap Nasabah Dalam Perspektif Islam di Bank Syariah X”. Maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

Bagaimana Pelayanan *Customer Service* terhadap Nasabah dalam Perspektif Islam di Bank Syariah X ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

Untuk mengetahui perkembangan pelayanan *customer service* yang berada di Bank Syariah X dalam menggunakan perspektif Islam terhadap nasabah.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang terkait, yaitu:

1) Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu instrumen pelatihan intelektual dan pengasah daya pikir ilmiah untuk menerapkan seluruh teori dan pengetahuan yang telah didapat di bangku kuliah untuk memecahkan suatu permasalahan empiris melalui sistematika dan metode berpikir yang dapat dipertanggung jawabkan.

2) Bagi Bank Syariah

Sebagai bahan masukan atau pertimbangan oleh perusahaan perbankan khususnya pelayanan *customer service* dalam menggunakan perspektif Islam terhadap nasabah atau pun masyarakat umum di Bank Syariah X.

3) Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah pelayanan *customer service* terhadap nasabah dalam perspektif Islam.

1.5 Batasan Penelitian

Dari permasalahan di atas, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini, yaitu pada:

Bagaimana Pelayanan *Customer Service* terhadap nasabah dalam
Perspektif Islam di Bank Syariah X.





~Halaman ini sengaja dikosongkan~