

**STRATEGI STAF MARKETING MIKRO DALAM  
MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH PEMBIYAAAN  
MUDHARABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA  
KC S PARMAN 1 BENGKULU**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat penulisan Skripsi  
Dalam Bidang Perbankan Syariah (S.E)

OLEH:

**BELLA AYU YULIASNI UTAMI**  
**NIM. 1611140042**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI  
SUKARNO  
BENGKULU 2022 M/ 1444 H**

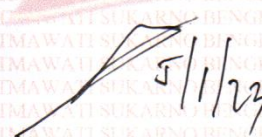
## PERSETUJUAN PEMBIMBING

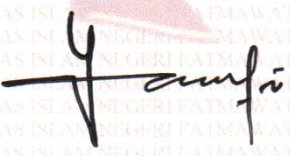
Skripsi yang ditulis oleh Bella Ayu Yuliasni Utami, NIM 1611140042 dengan judul "strategi Staf Mikro Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Mudharabah* Pada Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu". Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *Munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, Juni 2022 M  
Rabiul Awal 1444 H

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Prof. Andang Sunarto, Ph. D**  
**NIP.197611242006041002**

  
**Yenti Sumarni, M.M**  
**NIP.197904162007012020**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO**  
**BENGKULU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon (0736) 51171, 51172

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul **“Strategi Staf Mikro Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu”**, oleh Bella Ayu Yuliasni Utami, NIM: 1611140042, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam. Telah diuji dan dipertahankan di depan tim Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 15 Desember 2022

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, Desember 2022 M

Jumadil Awal 1444 H

**TIM SIDANG MUNAQASYAH**

Ketua

**Idwal B, MA**

**NIP. 1983070920091221005**

Sekretaris

**Aan Shar, M.M**

**NIP. 198908062019031008**

Penguji I

**Idwal B, MA**

**NIP. 1983070920091221005**

Penguji II

**Faisal Muttaqin, SE., M SM**

**NIP.1987012820190331007**

Mengetahui,  
Dekan

**Dr. H. Supardi, M.Ag**

**NIP.196504101993031007**

## **Motto**

- ❖ Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum jikalau bukan kaum itu sendiri yang mengubah keadaan pada diri mereka (QS. Ar-Ra'd: 11)
- ❖ Bumi tuhan adalah bumi pertarungan dan taruhan terbaik adalah kematian “menangkan”
- ❖ Yang penting dalam hidup tidak diburu waktu, tidak dapat di ukur, tidak segan untuk menyapa dan mempercayai segala kemungkinan itu ada walau hanya 0,1%

## ***Persembahan***

*Alhamdulillah atas izin mu ya Allah dan atas do'a ke dua orang tua ku serta atas dukungan semua pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi ku ini, dengan ini aku persembahkan skripsi ini kepada :*

- 1. Terkhusus kepada kedua orang tua ku yang sudah mendukung dalam setiap langkah yang ku ambil, skripsi ini ku persembahkan untuk kalian Bapak dan Ibu.*
- 2. Terkhusus untuk sahabat-sahabat ku.*
- 3. Untuk kedua pembimbing ku terimakasih tanpa kalian aku tak akan pernah bisa menyelesaikan skripsi ini, terimakasih untuk koreksi dan masukan yang selalu kalian berikan untuk ku.*
- 4. Untuk Agamaku dan Almamater tercinta.*

## **SURAT PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Strategi Staf Mikro Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Mudharabah* Pada Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam Skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan

ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Juni 2022 M  
Rabiul Akhir 1443 H

Mahasiswa yang  
menvatakan



Bella Ayu Yuliasni Utami  
NIM 1611140042

## ABSTRAK

Strategi Staf Marketing Mikro dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu  
Oleh Bella Ayu Yuliasni Utami, NIM 1611140042

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui peran staf mikro pada Bank Syariah Indonesia KC Bengkulu terhadap peningkatan loyalitas nasabah pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KCP Bengkulu. 2) Untuk mengetahui strategi staf mikro pada Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu untuk meningkatkan loyalitas para nasabah pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KCP Bengkulu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Informan dalam penelitian ini 3 orang karyawan Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu yaitu 1 orang kepala divisi bagian mikro dan 2 orang staf *marketing* mikro. Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis paparkan maka dapat diambil kesimpulan, bahwa 1) Staf marketing mikro Bank Syariah Indonesia (BSI) KC S Parman 1 Bengkulu juga berperan memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan nasabahnya. Staf marketing mikro bertanggung jawab atas suksesnya sebuah pelayanan, dimulai dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah serta menjaga hubungan perusahaan dengan nasabahnya. Hal tersebut tentu untuk mendapatkan kepuasan nasabah dan mencapai kelayakan nasabah. 2) Kendala yang dihadapi staf marketing mikro Bank Syariah Indonesia (BSI) KC S Parman 1 Bengkulu secara garis besar yaitu gangguan sistem dari pusat seperti offlinenya jaringan internet, sehingga menghambat masuknya data-data nasabah yang masuk. Bahasa yang dipergunakan nasabah berbeda-beda, tidak semua nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC S Parman 1 Bengkulu menggunakan bahasa



indonesia, ada pula orang yang lanjut usia yang tidak bisa menggunakan bahasa indonesia dengan baik.

*Kata Kunci :Employee Empowerment, Meningkatkan, Kinerja Karyaw*

### **ABSTRACT**

*Implementation of Employee Empowerment in Improving Employee Performance at pt. Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu*

*By Bella Ayu Yuliasni Utami, NIM 1611140042*

*The objectives of this study were 1) To determine the role of micro staff at Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu in increasing customer loyalty for mudharabah financing at Bank Syariah Mandiri KCP Bengkulu. 2) To find out the strategy of micro staff at Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu to increase the loyalty of mudharabah financing customers at Bank Syariah Mandiri KCP Bengkulu. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. The informants in this study were 3 employees of Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu, namely 1 head of the micro division and 2 micro marketing staff. Based on the results of the research that the author has described, it can be concluded that 1) Micro marketing staff of Bank Syariah Indonesia (BSI) KC S Parman 1 Bengkulu also plays a role in providing services and fostering good relationships with customers. The micro marketing staff is responsible for the success of a service, starting from the beginning to the completion of a customer service and maintaining the company's relationship with its customers. This is of course to get customer satisfaction and achieve customer loyalty. 2) Constraints faced by the micro marketing staff of Bank Syariah Indonesia (BSI) KC S Parman 1 Bengkulu in outline, namely system disturbances from the center such as offline internet networks, thus preventing the entry of incoming customer data. The language used by customers is different, not all customers of Bank Syariah*

*Indonesia (BSI) KC S Parman 1 Bengkulu use Indonesian, there are also elderly people who cannot use Indonesian well.*

*Keywords: Employee Empowerment, Improve, Employee Performance*

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, Puji dan syukur penulis atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, taufik dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Strategi Staf Mikro Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia Kc S Parman 1 Bengkulu”**. Untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Shalawat dan salam selalu tercurahkan untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk menuju jalan yang benar sesuai syariat islam.

Penulis juga menyadari tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka Skripsi ini tidak mungkin terlaksana. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. DR. KH. Zulkarnain Dali, M. Pd selaku Rektor UINFAS Bengkulu.
2. Dr. H. Supardi, M.A, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu
3. Yenti Sumarni, M.M Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu (UINFAS).
4. Debby Arisandi, MBA Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS).
5. Dosen pembimbing, Prof Andang Sunarto, Ph.D. Selaku pembimbing I dan Yenti Sumarni, M.M. Selaku pembimbing II yang telah sabar memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan untuk menyelesaikan Proposal ini.

6. Kedua orang tuaku tercinta yang selalu mensupport serta memberikan do'a, semangat, dan kasih sayang yang luar biasa.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang telah memberikan ilmunya.
8. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan Skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak, demi perbaikan Skripsi ini dimasa yang akan datang. Penulis juga berharap semoga karya ini dapat memberi manfaat bagi penulis khususnya serta para pembaca pada umumnya.

Bengkulu,      Juni 2022 M  
Rabiul Awal 1444 H  
Penulis

Bella Ayu Yuliasni Utami  
Nim. 1611140042

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kegunaan Penelitian .....	10
E. Penelitian Terdahulu .....	10
F. Metode Penelitian.....	20

## **BAB II. KAJIAN TEORI**

A. Perbankan Syariah .....	27
B. Pembiayaan Murabahah .....	34
C. Loyalitas Nasabah .....	49

### **BAB III. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

A. Sejarah Bank Syariah Indonesia KC Bengkulu .....	57
B. Visi dan Misi .....	58
C. Struktur Organisasi .....	60
D. Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia .....	61

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. HASIL PENELITIAN**

1. <i>Peran</i> Staf Mikro terhadap Peningkatan Loyalitas Nasabah Pembiayaan <i>Mudharabah</i> di Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu.....	69
2. <i>Strategi</i> Staf Mikro terhadap Peningkatan Loyalitas Nasabah Pembiayaan <i>Mudharabah</i> di Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu.....	80

#### **B. PEMBAHASAN**

1. Peran Staf Mikro terhadap Peningkatan Loyalitas Nasabah Pembiayaan <i>Mudharabah</i> di Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu .....	83
--	----

2. Strategi staf mikro pada Bank Syariah Indonesia KC Bengkulu untuk meningkatkan loyalitas para nasabah pembiayaan <i>mudharabah</i> di Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu .....	91
--	----

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	95
B. Saran .....	96

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Lembar Pengajuan Judul

Lampiran 2 : Lembar Plagiarism Judul

Lampiran 3 : Lembar Daftar Hadir Seminar Proposal

Lampiran 4 : Lembar Catatan Perbaikan Proposal

Lampiran5: Lembar Halaman Pengesahan Penunjukan  
Pembimbing

Lampiran 6 : Surat Penunjukan Pembimbing

Lampiran 7 : Lembar Pedoman Wawancara

Lampiran 8 : Lembar Pengesahan Pengajuan Surat Izin Penelitian

Lampiran 9 : Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 10 : Surat Rekomendasi Penelitian

Lampiran 11 : Lembar Surat Selesai Penelitian

Lampiran 12 : Lembar Bimbingan Skripsi

Lampiran 13 : Lembar Foto Dokumentasi Wawancara



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada zaman seperti sekarang ini, banyak sekali permasalahan ekonomi yang melanda di kalangan masyarakat di berbagai kegiatan dan di berbagai macam kebutuhan masyarakat yang terus meningkat setiap tahunnya. Sementara batas kemampuan untuk mencapai setiap keinginan tersebut sangat terbatas. Sehingga terjadilah kesejangan antara kemampuan dan keinginan yang ingin di didapatkan atau di miliki. Manusiis selalu membutuhkan segala macam keinginan baik dari sandang dan pangan, maka Bank menjadi tempat salah satu lembaga keuangan untuk membantu masyarakat memecahkan permasalahannya yang ada. Bank yang kita ketahui saat ini tidak hanya berfungsi sebagai lembaga yang menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan, tetapi juga dapat menjadi tempat wadah bagi masyarakat yang memiliki

kelebihan dana dengan masyarakat yang memerlukan atau yang kekurangan dana.

Dunia perbankan pada saat ini sangat penting bagi masyarakat, apa lagi di Indonesia mayoritas masyarakatnya adalah muslim, maka sangat tidak mungkin pada masa sekarang seperti ini kita membutuhkan lembaga keuangan yang berbasis syariah atau sesuai syariat Islam.

Perbankan adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana kepada masyarakat atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat dan membantu untuk mensejahterakan masyarakat.<sup>1</sup>

Sebagai lembaga keuangan Bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), pembiayaan, serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya karena tanpa kepercayaan masyarakat mustahil bank dapat hidup berkembang. Maka bank perlu menjaga

---

<sup>1</sup>Muhamad, *Audit dan Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2017), h.9

citra positif dimata masyarakat. Tanpa citra yang positif, maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif. Untuk meningkatkan citra perbankan, maka bank perlu menyipakan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya.<sup>2</sup>

Semakin meningkatnya pertumbuhan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa membuat perusahaan khususnya bank untuk lebih pintar dalam menentukan strategi apa yang akan digunakan jasa atau produk yang ada di bank tersebut. Ada beberapa faktor lain yang memengaruhi seperti kebutuhan nasabah yang mendesak, nasabah yang menginginkan transaksi yang terhindar dari adanya unsur ribawi (bunga) di dalamnya dan sebagainya.

Saat ini bank-bank syariah telah banyak beroperasi di berbagai wilayah Indonesia termasuk di wilayah kota Bengkulu salah satunya PT. Bank Syariah Mandiri.

---

<sup>2</sup>Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h.298

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. PT. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*Merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB. Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk

mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha PT. BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999.

Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri Cabang Bengkulu yang beralamat di Jalan Semangka No.49 Lingkar Timur Bengkulu pertama kali berdiri pada tahun 2005. Bank Syariah Cabang Bengkulu tercatat telah empat kali berganti pimpinan hingga sekarang Bank Syariah Mandiri Cabang Bengkulu di bawah pimpinan Bapak Adjitomo. Dalam menjalankan aktivitasnya, Bank Syariah Mandiri Cabang Bengkulu terus melakukan inovasi dan pelayanan prima kepada konsumen serta profesionalisme. Bank Syariah Mandiri Cabang Bengkulu memiliki empat kantor cabang pembantu, yaitu KCP Curup dibuka pada tahun 2008, KCP S. Parman tahun 2012 dan KCP Ketahun pada tahun 2013. Unit ATM yang tersedia di

Bengkulu saat ini ada empat anjungan yaitu berada pada KC Utama, KCP S. Parman, Bengkulu Ekspres dan Bengkulu Indah Mall. PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik. Dalam menjalankan tugas dan fungsi kesehariannya Bank Syariah Mandiri memberlakukan sistem-sistem tentang Visi dan Misi, dengan tujuan untuk diketahui, dipahami, dan dihayati serta dilaksanakan oleh seluruh karyawan di lingkungan Bank Syariah Mandiri. Adapun Produk-produk yang dihasilkan BSM dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu pendanaan, pembiayaan dan jasa.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti dengan melakukan wawancara kepada karyawan BSM adalah bapak Andi Pranata Dalam menciptakan kepuasan

nasabah, bank harus dapat meningkatkan nilai nasabah maupun keunggulan produknya. Pelayanan dalam dunia perbankan saat ini begitu pesat baik inovasi teknologi, produk dan pelayanan. Seperti di bank terdapat bidang mikro atau bidang pembiayaan usaha yang salah satu produknya ialah Pembiayaan *Mudharabah* BSM adalah pembiayaan di mana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati. Walaupun bank sudah memberikan segala fasilitasnya tersebut dalam pembiayaan *mudharabah*, tetapi kenyataannya di Bank Syariah Mandiri masih banyak nasabah yang tidak loyal sehingga di sini para staf sangat berperan penting dalam melaksanakan semua kegiatan pembiayaan yang di ajukan oleh para nabah dan calon nasabah.<sup>3</sup>

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka pneliiti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Strategi Analisis Para Staf Mikro Dalam Meningkatkan Loyalitas Para

---

<sup>3</sup> Andi Pranata, Karyawan Bank mandisi Syariah, wawancara tanggal 5 Agustus 2019



Nasabah Pembiayaan *Mudharabah* Pada Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu”.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran staf mikro terhadap peningkatan loyalitas dalam pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu?
2. Bagaimana strategi staf mikro untuk meningkatkan loyalitas para nasabah pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui peran staf mikro terhadap peningkatan loyalitas nasabah pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu.
2. Untuk mengetahui strategi staf mikro untuk meningkatkan loyalitas para nasabah pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu.

## **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoritis
  - a. Acuan atau dasar teoritis bagi penelitian selanjutnya dalam melakukan pembahasan mengenai masalah peran penting para staf mikro dalam meningkatkan loyalitas nasabah.
  - b. Untuk mengembangkan penelitian di perbankan Syariah, terutama di bidang peran penting dan kinerja para staf Bank Syariah.
  - c. Untuk pembendaharaan perpustakaan di UINFAS Bengkulu.
2. Secara Praktis
  - a. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan oleh Bank tentang kinerja para staf.
  - b. Sebagai bahan masukan pengetahuan kepada masyarakat umum terhadap pelayanan Bank Syariah Mandiri.

## **E. Penelitian Terdahulu**

1. Yayang Marentisna Sina Boci, 2019. Penelitian ini berjudul “*Strategi Pelayanan Pegawai Frontliner Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Cibinong*”. Pada era globalisasi persaingan antara perbankan di Indonesia semakin ketat terutama mengenai pelayanan. Kondisi tersebut tentu saja menuntut BSM KC Cibinong untuk dapat menerapkan strategi yang tepat guna menyikapi peluang dan tantangan tersebut, maka hal tersebut membawa dampak positif terhadap eksistensi dan perkembangan BSM KC Cibinong di tengah pesatnya perkembangan industry perbankan di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Peneliti melakukan penelitian untuk menghasilkan data deskriptif terkait dengan strategi pelayanan pegawai frontliner dalam meningkatkan loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri KC Cibinong melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

strategi pelayanan pegawai frontliner dalam meningkatkan loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri. Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa strategi pelayanan pegawai frontliner diterapkan melalui proses formulasi, implementasi dan evaluasi strategi.

Dengan menerapkan strategi tersebut, BSM KC Cibinong telah mengalami peningkatan sebanyak 6.461 nasabah ditahun 2019. Dengan meningkatnya loyalitas nasabah, hal tersebut membawa dampak positif terhadap eksistensi dan perkembangan Bank Syariah Mandiri terutama dalam pelayanan guna meningkatkan loyalitas nasabah di wilayah Jabodetabek.

2. Shifa Nur Azizah, 2018 Penelitian ini berjudul “*Analisis Strategi BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan “IB Bas”*”. 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<sup>4</sup> iB BAS” dalam meningkatkan

---

<sup>4</sup> Shifa Nur Azizah, 2018 Penelitian ini berjudul “*Analisis Strategi Bprs Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan “IB Bas IAIN Purwokerto.*

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.

3. Dicky Marcelino dengan judul “*Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Meningkatkan Pemahaman Tentang Produk Pembiayaan Mudharabah (Studi pada Masyarakat Kelurahan Karanganyar Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebong)*”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi bank syariah mandiri dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk pembiayaan mudharabah (Studi pada masyarakat Kelurahan Karanganyar Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebong) dan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan masyarakat di Kelurahan Karanganyar belum mamahami pembiayaan mudharabah

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer dan data sekunder berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan Model Miles and Huberman. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa strategi dalam meningkatkan pemahaman yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kabupaten Rejang Lebong kepada masyarakat Kelurahan Karanganyar tentang pembiayaan mudharabah yaitu menggunakan cara sosialisasi, edukasi, dan *doorprize*/hadiah dengan media seperti *browsur*, *saleskit*, *telemarketing*. Faktor penyebab kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pembiayaan mudharabah adalah karena masyarakat Kelurahan Karanganyar tergolong kepada masyarakat tradisional yang membutuhkan pendekatan khusus agar masyarakat mudah memahami tentang pembiayaan *mudharabah*.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>Dicky Marcelino, “Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam



4. Riska Hapsari dengan judul “*Analisis Pelayanan Bank Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ungaran*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pelayanan pada nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran dan untuk mengetahui preferensi kepuasan nasabah sehingga nasabah menjadi loyal. Untuk metode penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dokumentasi, observasi, interview, dan koesioner.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian Casual Research yang bertujuan untuk menentukan sebab akibat dan jenis penelitian ini menggunakan data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka-angka seperti data isian koesioner. Berdasarkan hasil analisis data yang ditentukan dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan yang diberikan nasabah BSM KCP Unagaran sudah menempati posisi puas. Rasa puas bagi nasabah tercipta

---

Meningkatkan Pemahaman Tentang Produk Pembiayaan *Mudharabah* (Studi pada Masyarakat Kelurahan Karanganyar Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebong)”, (Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) BENGKULU, 2019 M/ 1440 H

dari pelayanan yang baik yang menciptakan kenyamanan nasabah terhadap fasilitas yang tersedia dari pihak bank.<sup>6</sup>

5. Iim Hilma dengan judul “*The Factors Affecting Mudharabah Deposits of Sharia Banking in Indonesia (International Journal of Business and Management Invention)*”. Deposito *mudharabah* merupakan salah satu sumber dana utama Bank Syariah, oleh karena itu pertumbuhannya haruslah demikian terawat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh tingkat bagi hasil dari *mudharabah* tabungan, suku bunga tabungan di bank konvensional, tingkat pertumbuhan Jakarta Islamic Index (JII), dan Gross Produk Domestik (PDB) dengan jumlah tabungan *mudharabah* di Bank Syariah. Bank Syariah yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua bank umum syariah di Indonesia.

---

<sup>6</sup>Riska Hapsari dengan judul “*Analisis Pelayanan Bank Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ungaran*”, Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga 2015

Metode penelitian ini adalah Biasa *Least Square* (OLS) dengan data panel triwulanan dari 2006 hingga 2015 dari dua belas Bank Syariah yang diamati. Model pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil tabungan *mudharabah*, suku bunga tabungan, tingkat pertumbuhan Indeks Islam Jakarta (JII), dan Produk Domestik Bruto (PDB) memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah tabungan *mudharabah* di Indonesia Bank Syariah. Tingkat bagi hasil tabungan *mudharabah*, tingkat pertumbuhan *Jakarta Islamic Index (JII)*, dan *Gross Produk Domestik (PDB)* berpengaruh positif terhadap jumlah tabungan *mudharabah*, sedangkan bunga Tingkat tabungan di bank konvensional memiliki pengaruh negatif terhadap jumlah tabungan *mudharabah*.<sup>7</sup> Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah

---

<sup>7</sup>Tim Hilma. "The Factors Affecting Mudharabah Deposits of Sharia Banking in Indonesia" (*International Journal of Business and Management Invention*, 2016)

sama-sama membahas tentang *mudharabah* pada Bank Syariah. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah waktu dan lokasi yang berbeda, penelitian terdahulu membahas tentang deposito *mudharabah* sedangkan peneliti membahas tentang pembiayaan *mudharabah*.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian**

#### **a. Jenis Penelitian**

Menurut Sugiyono jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu dengan cara peneliti langsung terjun kelapangan untuk memperoleh data dan informasi dari sumber data.<sup>8</sup>

#### **b. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif ini antara lain didasarkan pada pertimbangan bahwa dengan pendekatan ini dapat

---

<sup>8</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif)*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 196

membantu penelitian dengan menjelaskan kenyataan-kenyataan yang dihadapi di lapangan. Juga dapat membantu penelitian berinteraksi langsung dengan subjek penelitian tentang peran penting staf mikro dalam meningkatkan loyalitas para nasabah pembiayaan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu.

## **2. Waktu dan Lokasi Penelitian**

### **a. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini mulai dari November 2019 sampai dengan Oktober 2020.

### **b. Lokasi Penelitian**

Lokasi yang di ambil dalam penelitian ini adalah Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu, yang beralamat di Jl. S. Parman 1 No. 62, Padang Jati, Bengkulu Kota Bengkulu, Bengkulu – 38227

### 3. Subjek/Informan Penelitian

Informan adalah orang yang di wawancarai, diminta informasi oleh pewawancara.<sup>9</sup> Dalam kegiatan penelitian yang menjadi sumber informasi adalah para informan yang berkompeten dan mempunyai relevansi dengan penelitian. Maka dari itu yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah 3 orang karyawan Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu yaitu 1 orang kepala divisi bagian mikro dan 2 orang staf *marketing* mikro.

### 4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Sumber Data

##### a) Data Primer

Data dapat diperoleh langsung dari lapangan.<sup>10</sup>

Dalam penelitian ini, sumber datanya akan di ambil dari hasil wawancara dari kepala divisi dan salah satu staf mikro.

---

<sup>9</sup> Burhan Bugin, *Penelitian kualitatif*, (Jakarta: kencana Prenada Media Group, 2017), h.108

<sup>10</sup> Nasution, *Metode Research (penelitian ilmiah)*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), h. 143

## b) Data Sekunder

Sedangkan data sekunder yaitu data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, namun dapat di manfaatkan dalam suatu penelitian tertentu.

## 2. Teknik Pengumpulan Data.

Data adalah sebuah urutan informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat di analisis dan relevan dengan problem tertentu. Pada bagian ini, penelitian menentukan metode apa yang akan digunakan dalam merekam dan mengumpulkan seluruh data penelitian. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Interview atau Wawancara

Peneliti akan mewawancarai kepala divisi dan salah satu staf mikro agar memperoleh informasi.

### b. Observasi

Peneliti akan terjun langsung ke lapangan untuk mengali informasi yang ada.

c. Dokumentasi

Peneliti nanti akan menggunakan data dokumentasi berupa rekaman, catatan dan foto dari hasil wawancara.

**5. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah di pahami dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain. Menurut milles dan huberman analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu:<sup>11</sup>

1. Reduksi Data.

Merupakan sebuah hasil dari catatan lapangan dengan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian dan penyederhanaan-penyerdahanaan.

---

<sup>11</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian...*, h. 91



## 2. Penyajian Data

Dengan artian data ini merupakan hasil dari proses penyusunan secara sistematis bertujuan untuk memperoleh kesimpulan sebagai temuan penelitian.<sup>12</sup>

## 3. Penarikan Data

Catatan yang di ambil dari berbagai sumber yang ada dan dari hasil-hasil observasi dapat disimpulkan masalah-masalah yang sesuai dengan fokus penelitian penullis.

---

<sup>12</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian...*, h. 95

## AB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Perbankan Syariah

Kata Bank dari kata *banque* dalam bahasa Perancis, dan dari kata *banco* dalam bahasa Italia yang berarti peti, lemari dan bangku. Pada umumnya yang dimaksud bank syari'ah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu usaha bank akan selalu berkaitan dengan masalah uang sebagai perangkat utamanya.

Perbankan adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dana menyalurkan dana kepada masyarakat atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat dan membantu untuk mensejahterakan masyarakat.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup>Muhamad, *Audit dan Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2017), h.9

Bank syari'ah terdiri dua kata, yaitu bank dan syari'ah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari kedua belah pihak yaitu pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syari'a dalam versi bank syari'ah adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk menyimpan dana dan atas pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai hukum Islam. Maka bank syari'ah dapat diartikan sebagai suatu lembaga keuangan berfungsi menjadi perantara bagi pihak yang berlebihan dan pihak yang membutuhkan dana untuk kegiatan usaha atau kegiatan yang lainnya sesuai hukum Islam.

Dengan demikian, Bank Syari'ah adalah bank yang tidak mengandalkan bunga, dan operasional produknya, baik penghimpunan maupun penyuluhan dananya dan lalu lintas pembayaran serta peredaran uang dari dan untuk debitur berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup>Wangsawidjaya Z, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2012), h.15-16.

Dalam sejarah diketahui bahwa *baitul maal* merupakan lembaga keuangan pertama yang ada pada zaman Rasulullah. Lembaga ini pertama kali hanya berfungsi untuk menyimpan harta kekayaan negara berupa zakat, infak, sedekah, pajak dan harta rampasan perang. Kemudian pada masa pemerintahan sahabat berkembang pula lembaga lain, yaitu *baitutamwil* yang bergerak dalam urusan penampungan dana-dana masyarakat untuk diinvestasikan ke proyek-proyek atau pembiayaan perdagangan yang menguntungkan.

*Baitutamwil* ini pada akhirnya berkembang menjadi berbagai lembaga keuangan Islam yang cukup diperhitungkan di Timur Tengah. Akan tetapi penggunaan nama *baitutamwil* tidak bisa dengan mudah diterapkan di beberapa negara–negara Islam bekas jajahan negara–negara Eropa. Hal itu disebabkan istilah *baitutamwil* tidak dikenal dalam sistem perundang-undangan negara–negara tersebut yang kebanyakan mewarisi undang–undang negara yang menjajahnya. Oleh karena itu

digunakan nama bank Islam untuk menggantikan nama *baitutamwil*.<sup>15</sup>

Tujuan utama pendirian lembaga keuangan berlandaskan syari'ah adalah sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek ekonominya berdasarkan aturan Al-Quran dan *As Sunnah*. Upaya awal penerapan sistem *profit and loss sharing* tercatat di Pakistan dan Malaysia sekitar tahun 1940-an yang memulai eksistensinya dengan mengelola dana-dana jamaah haji dengan cara yang tidak sama dengan yang dilakukan bank konvensional. Rintisan institusional lainnya adalah lahirnya *Mit Ghamr Lokal Saving Bank* pada tahun 1963 di Kairo Mesir yang didirikan oleh Prof. Ahmed Najjar.<sup>16</sup>

Perbankan syariah di Indonesia dimulai ketika Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) didirikan di Bandung pada tahun 1991 dan PT BPRS Heraukat di Nangroe Aceh Darussalam yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui serangkaian lokakarya "Bunga Bank dan

---

<sup>15</sup>Nurul Huda dan Muhamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoretis Dan Praktis*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2013, Hal. 25

<sup>16</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2014, Hal. 18–19.

Perbankan" di Cisarua, Bogor, tanggal 18-20 Agustus 1990. Dari hasil ini kemudian berkembang menjadi PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991 dan mulai beroperasi tahun 1992. Pertumbuhan perbankan syariah masih lambat pada masa itu dan pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit bank syaria'ah. Pada tahun 1998 disahkan UU No. 10 tahun 1998 tentang Unit Usaha Syariah yang memungkinkan bank konvensional membuka Unit Usaha Syariah (UUS). Kemudian pada tahun 2008 disahkan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syaria'ah yang menandai era bangkitnya perbankan syariah di Indonesia. Pada tahun 2005 tercatat jumlah bank umum syaria'ah hanya 304 buah unit usaha, syariah 19 buah, BPRS 92 buah dan pada tahun 2009 meningkat menjadi 643 buah bank umum syaria'ah, 25 buah unit usaha syariah, dan 133 buah BPRS.<sup>17</sup>

Dalam paradigma akuntansi Islam, secara garis besar terdiri atas 4 fungsi utama, hal ini termuat dalam buku "Bank Syariah dari teori ke praktik" karangan Muhamad Syafi'i Antonio, yaitu

---

<sup>17</sup>Latumaerissa, Julius. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 332.

fungsi Bank Syariah sebagai manajemen investasi, fungsi Bank Syariah sebagai investasi, fungsi Bank Syariah sebagai jasa-jasa keuangan, dan fungsi Bank Syariah sebagai jasa sosial.

1. Fungsi Bank Syariah sebagai manajemen investasi

Bank-Bank Syariah dapat melaksanakan fungsi ini berdasarkan kontrak *mudharabah* atau kontrak perwakilan. Menurut kontrak *mudharabah*, bank (dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, yaitu pihak yang melaksanakan investasi dana dari pihak lain) menerima presentase keuntungan hanya dalam kasus untung. Dalam hal terjadi kerugian, sepenuhnya menjadi risiko dana (*shahibu mal*), sedangkan bank tidak ikut menanggungnya.

2. Fungsi Bank Syariah sebagai Investasi

Bank-Bank Syariah menginvestasikan dana yang ditempatkan pada dunia usaha (baik dana modal maupun dana rekening investasi) dengan menggunakan alat-alat investasi yang konsisten dengan syariah. Di antara contohnya adalah kontrak *murabahah*,

*musyarakah, bai' as-salam, bai' al-istisna', ijarah*, dan lain-lain. Rekening investasi menjadi dua yakni rekening investasi tidak terbatas dan terbatas.

a. Rekening investasi tidak terbatas (*general investment*)

Pemegang rekening jenis ini memberi wewenang kepada Bank Syariah untuk menginvestasikan dananya dengan cara yang dianggap paling baik dan *feasible*, tanpa menerapkan pembatasan jenis, waktu, dan bidang usaha investasi.

b. Rekening investasi terbatas

Pemegang rekening jenis ini menerapkan pembatasan tertentu dalam hal jenis, bidang usaha, dan waktu bank menginvestasikan dananya.

3. Fungsi Bank Syariah sebagai jasa keuangan

Bank Syariah dapat juga menawarkan berbagai jasa keuangan lainnya berdasarkan wupah (*fee based*) dalam sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan.



Contohnya, garansi, transfer kawat, L/C, dan sebagainya.

#### 4. Fungsi Bank Syariah sebagai jasa sosial

Konsep perbankan Islam/syari'ah mengharuskan bank Islam melaksanakan jasa sosial, bisa melalui dana qardh (pinjaman kebaikan), zakat, atau dana sosial yang sesuai dengan ajaran Islam. Konsep perbankan syariah juga mengharuskan Bank Syariah memainkan peran dalam pengembangan sumber daya insani dan menyumbang dana bagi pemeliharaan serta pengembangan lingkungan hidup.<sup>18</sup>

### **B. Pembiayaan *Mudharabah***

Kata *Mudharabah* secara etimologi berasal dari kata darb. Dalam bahasa arab, kata ini termasuk diantara kata yang mempunyai banyak arti. Diantaranya memukul, berdetak, mengalir, berenang, bergabung, menghindar berubah, mencampur, berjalan, dan lain sebagainya. Perubahan makna

---

<sup>18</sup><http://www.banksyariah.net/2012/12/fungsi-bank-syariah.html>

tersebut bergantung pada kata yang mengikutinya dan konteks yang membentuknya.

Menurut terminologis, *mudharabah* diungkap secara bermacam-macam oleh para ulama *madzhab*. Diantaranya menurut madzhab Hanafi, “suatu perjanjian untuk berkongsi di dalam keuntungan dengan modal dari salah satu pihak dan kerja (usaha) dari pihak lain.” Sedangkan madzhab Maliki mendefinisikan sebagai penyerahan uang dimuka oleh pemilik modal dalam jumlah uang yang ditentukan kepada seseorang yang akan menjalankan usaha dengan uang tersebut dan imbalan sebagian dari keuntungannya.<sup>19</sup>

Madzhab Syafi'i mendefinisikan bahwa pemilik modal menyerahkan sejumlah uang kepada pengusaha untuk dijalankan dalam suatu usaha dengan keuntungan menjadi milik bersama antara keduanya (Al-Nawawi (6) : (289). Sedangkan madzhab Hambali menyatakan sebagai penyerahan suatu barang atau sejenisnya dalam jumlah yang jelas dan

---

<sup>19</sup>Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h.113.

tertentu kepada orang yang mengusahakannya dengan mendapatkan bagian tertentu dari keuntungannya.

*Mudharabah* adalah akad antar pihak pemilik modal (*shahibul maal*) dengan pengelola (*mudharib*) untuk memperoleh pendapatan atau keuntungan. Pendapatan atau keuntungan tersebut dibagi berdasarkan nisbah yang telah disepakati di awal akad.<sup>20</sup>

Menurut Khotibul Umam, *mudharabah* adalah penanaman dana dari pemelik dana (*shahibulmaal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian menggunakan metode bagi untung dan rugi (*profit and loss sharing*) atau metode bagi pendapatan (*revenue sharing*) antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.<sup>21</sup>

Afzalur Rahman mendefinisikan *mundharabah* sebagai bentuk kontrak kerja sama yang didasarkan pada prinsip *profit sharing*, yang satu sebagai pemilik modal dan yang kedua

---

<sup>20</sup>Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah*...h. 114

<sup>21</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamikam Perkembangannya di Indonesia*, (Jakarta:Rajawali Pres, 2016), h. 131.

menjalankan usaha. Modal disini berupa uang dan tidak boleh berbentuk barang. Pemilik modal dapat disebut *shahibul maal*, *rabbul maal*, atau *proprietor*. Pengelola modal disebut *mundharib*. Modal yang digulirkan disebut *rasul maal*.<sup>22</sup>

Sebagaimana akad lain dalam syariat Islam, akad *mudharabah* menjadi sah, maka harus memenuhi rukun dan syarat *mudharabah*. Menurut madhazab Hanafi, apabila rukun sudah terpenuhi tetapi syarat tidak terpenuhi maka rukun menjadi tidak lengkap sehingga akad tersebut menjadi fasid (rusak).

a. Pengertian *Mudharabah*

*Mudharabah* diambil dari kata “*adh-dhorbu fil ardhi*” yang artinya melakukan perjalanan untuk berdagang.<sup>23</sup> Dalam Al-Qur’an Surah Al-Muzammil (73): (20) disebutkan:

﴿...أَللَّهُ فَضَّلَ مِنْ يَبْتَغُونَ الْأَرْضَ فِي يَضْرِبُونَ وَءَاخِرُونَ﴾

---

<sup>22</sup>Ahmad Dahlan, *Bank Syariah: Teoritik praktik Kritik*, (Yogyakarta: Teras, 2012), h.129.

<sup>23</sup>Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2015), h. 365.

“...Dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah...”<sup>24</sup>

Istilah *mudharabah* dengan pengertian bepergian untuk berdagang digunakan oleh ahli (penduduk) negara Irak. Sedangkan ahli (penduduk) Hijaz menggunakan istilah *qiradh*, yang diambil dari kata *qardh* yang artinya memotong. Dinamakan demikian, karena pemilik modal memotong sebagian dari hartanya untuk diperdagangkan oleh *‘amil* dan memotong sebagian dari keuntungannya.

Dalam pengertian istilah, *mudharabah* didefinisikan oleh Wahbah Zuhaili sebagai berikut: “*Mudharabah* adalah akad penyerahan modal oleh si pemilik kepada pengelola untuk diperdagangkan dan keuntungan dimiliki bersama antara keduanya sesuai dengan persyaratan yang mereka buat”. Sayid Sabiq memberikan definisi *mudharabah* sebagai berikut: “Yang dimaksud dengan *mudharabah* di sini adalah suatu akad antara dua pihak dimana salah satu pihak memberikan

---

<sup>24</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Mushaf Al-Qur’an dan Terjemah*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2019), h. 453.

uang (modal) kepada pihak lain untuk diperdagangkan dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi di antara mereka berdua sesuai dengan kesepakatan mereka”<sup>25</sup>

Dari definisi tersebut dapat dipahami bahwa *mudharabah* adalah suatu akad atau perjanjian antara dua orang atau lebih, dimana pihak pertama memberikan modal usaha, sedangkan pihak lain menyediakan tenaga dan keahlian, dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi di antara mereka sesuai dengan kesepakatan yang mereka tetapkan bersama. Dengan perkataan lain dapat dikemukakan bahwa *mudharabah* adalah kerja sama antara modal dengan tenaga atau keahlian. Dengan demikian, dalam *mudharabah* ada unsur *syirkah* atau kerja sama, hanya saja bukan kerja sama antara harta dengan harta atau tenaga dengan tenaga, melainkan antara harta dengan tenaga. Di samping itu, juga terdapat unsur *syirkah* (kepemilikan bersama) dalam keuntungan. Namun apabila terjadi kerugian maka kerugian tersebut ditanggung oleh

---

<sup>25</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat ...*, h. 366.

pemilik modal, sedangkan pengelola tidak dibebani kerugian, karena ia telah rugi tenaga tanpa keuntungan. Oleh karena itu, beberapa ulama memasukkan *mudharabah* ke dalam salah satu jenis *syirkah*, seperti yang dikemukakan oleh Hanabilah.

b. Rukun *Mudharabah*

Rukun akad *mudharabah* menurut Hanafiah adalah ijab dan qabul, dengan menggunakan lafal yang menunjukkan kepada arti *mudharabah*. Lafal yang digunakan untuk ijab adalah lafal *mudharabah*, *muqaradhah*, dan *mu'amalah*, serta lafal-lafal lain yang artinya sama dengan lafal-lafal tersebut. Sebagai contoh, pemilik modal mengatakan: “Ambillah modal ini dengan *mudharabah*, dengan ketentuan keuntungan yang diperoleh dibagi di antara kita berdua dengan *nisbah* setengah, seperempat, atau sepertiga”. Adapun lafal qabul yang digunakan oleh *'amil mudharib* (pengelola) adalah lafal “Saya ambil”, atau “saya terima”, atau “saya setuju”

dan sebagainya. Apabila ijab dan qabul telah terpenuhi maka akad *mudharabah* telah sah.<sup>26</sup>

Menurut jumhur ulama, rukun *mudharabah* ada 3 (tiga), yaitu:

- 1) *'Aqid*, yaitu pemilik modal dan pengelola (*'amil/mudharib*),
- 2) *Ma'qud 'alaih*, yaitu modal, tenaga (pekerjaan) dan keuntungan, dan
- 3) *Shighat*, yaitu ijab dan qabul.

c. *Macam-Macam Mudharabah*

*Mudharabah* terbagi kepada 2 (dua) bagian, yaitu:

1) *Mudharabah Muthlaq*

*Mudharabah mutlak* adalah akad *mudharabah* dimana pemilik modal memberikan modal kepada *'amil* (pengelola) tanpa disertai dengan pembatasan (*qaid*). Contohnya seperti kata pemilik modal: “Saya berikan modal ini kepada Anda dengan *mudharabah*, dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi dua atau

---

<sup>26</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat ...*, h. 370.



dibagi tiga”. Didalam akad tersebut tidak ada ketentuan atau pembatasan mengenai tempat kegiatan usaha, jenis usaha, barang yang dijadikan objek usaha, dan ketentuan-ketentuan yang lain.

## 2) *Mudharabah Muqayyad*

*Mudharabah muqayyad* adalah suatu akad *mudharabah* dimana pemilik modal memberikan ketentuan atau batasan-batasan yang berkaitan dengan tempat kegiatan usaha, jenis usaha, barang yang menjadi objek usaha, waktu, dan dari siapa barang tersebut dibeli. Pembatasan dengan waktu dan orang yang menjadi sumber pembelian barang dibolehkan menurut Abu Hanifah dan Ahmad, sedangkan menurut Malik dan Syafi’i tidak dibolehkan. Demikian pula menyandarkan akad kepada waktu yang akan datang dibolehkan menurut Abu Hanifah dan Ahmad, dan tidak dibolehkan menurut Imam Malik dan Syafi’i.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat ...*, h. 372.

#### d. Syarat-Syarat *Mudharabah*

Untuk keabsahan *mudharabah* harus dipenuhi beberapa syarat yang berkaitan dengan *'aqid*, modal, dan keuntungan.<sup>28</sup>

##### 1) Syarat yang berkaitan dengan *'aqid*

Adapun syarat-syarat yang berkaitan dengan *'aqid* adalah bahwa *'aqid* baik pemilik modal maupun pengelola (*mudharib*) harus orang yang memiliki kecakapan untuk memberikan kuasa dan melaksanakan wakalah. Hal itu dikarenakan *mudharib* melakukan *tasarruf* atas perintah pemilik modal, dan ini mengandung arti pemberian kuasa. Akan tetapi, tidak disyaratkan *aqidain* harus muslim. Dengan demikian, *mudharabah* bisa dilaksanakan antara muslim dan *dzimmi* atau *musta'man* yang ada di negeri Islam. Di samping itu juga disyaratkan *aqidain* harus cakap melakukan *tasarruf*. Oleh karena itu, *mudharabah* tidak sah dilakukan oleh anak yang

---

<sup>28</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat ...*, h. 370.

masih di bawah umur, orang gila, atau orang yang dipaksa.

## 2) Syarat yang berkaitan dengan modal

Syarat-syarat yang berkaitan dengan modal adalah sebagai berikut:

- a) Modal harus berupa uang tunai, seperti dinar, dirham, rupiah, atau dolar dan sebagainya, sebagaimana halnya yang berlaku dalam *syirkah 'inan*. Apabila modal berbentuk barang, baik tetap maupun bergerak, menurut jumhur ulama *mudharabah* tidak sah. Akan tetapi, Imam Ibnu Abi Layla dan Auza'i membolehkan akad *mudharabah* dengan modal barang. Alasan jumhur ulama adalah apabila modal *mudharabah* berupa barang maka akan ada unsur penipuan (*gharar*), karena dengan demikian keuntungan menjadi tidak jelas ketika akan dibagi, dan hal ini akan menimbulkan perselisihan di antara pemilik modal dan pengelola. Akan tetapi, apabila barang

tersebut dijual dan uang hasil penjualannya digunakan untuk modal *mudharabah*, menurut Imam Abu Hanifah, Malik dan Ahmad hukumnya dibolehkan, karena modal sudah bukan barang lagi melainkan uang harga barang. Sedangkan menurut mazhab Syafi'i, hal itu tetap tidak dibolehkan karena dianggap tetap ada ketidakjelasan dalam modal.

- b) Modal harus jelas dan diketahui ukurannya. Apabila modal tidak jelas maka *mudharabah* tidak sah.
- c) Modal harus ada dan tidak boleh berupa utang, tetapi tidak berarti harus ada di majelis akad.
- d) Modal harus diserahkan kepada pengelola, agar dapat digunakan untuk kegiatan usaha. Hal ini dikarenakan modal tersebut merupakan amanah yang berada di tangan pengelola. Syarat ini disepakati oleh jumah ulama, yakni Hanafiah,

Malikiyah, Syafi'iyah, Auza'i, Abu Tsaur, dan Ibnu Al-Mundzir, kecuali Hanabilah.

2) Syarat yang berkaitan dengan keuntungan

Adapun syarat-syarat yang berkaitan dengan keuntungan adalah sebagai berikut:

1) Keuntungan harus diketahui kadarnya

Tujuan diadakannya akad *mudharabah* adalah untuk memperoleh keuntungan. Apabila keuntungannya tidak jelas maka akibatnya akad *mudharabah* bisa menjadi *fasid*. Apabila seseorang menyerahkan modal kepada pengelola sebesar ..... Rp 10.000.000 dengan ketentuan mereka bersekutu dalam keuntungan, maka akad semacam ini hukumnya sah, dan keuntungan dibagi rata setengah-setengah. Hal tersebut dikarenakan *syirkah* atau persekutuan menghendaki persamaan, sesuai dengan firman Allah Swt dalam QS. An-Nisa (4): (12), sebagai berikut:

﴿الثُّلُثِ فِي شُرَكَاءِ فَهُمْ ذَٰلِكَ مِنْ أَكْثَرِكُمْ وَأُولَٰئِكَ﴾

“Tetapi jika saudara-saudara seibu itu lebih dari seorang, maka mereka bersekutu dalam yang sepertiga itu...”<sup>29</sup>

Apabila dibuat syarat yang menyebabkan ketidakjelasan dalam keuntungan maka *mudharabah* menjadi *fasid*, karena tujuan akad yaitu keuntungan tidak tercapai. Akan tetapi, jika syarat tersebut tidak menyebabkan keuntungan menjadi tidak jelas maka syarat tersebut batal, tetapi akadnya tetap sah. Misalnya, pemilik modal mensyaratkan kerugian ditanggung oleh *mudharib* atau oleh mereka berdua maka syarat tersebut batal, tetapi akad *mudharabah* tetap sah, sedangkan kerugian tetap ditanggung oleh pemilik modal.

Apabila disyaratkan dalam akad *mudharabah* bahwa keuntungan semuanya untuk *mudharib*, maka menurut Hanafiah dan Hanabilah, akad berubah menjadi

---

<sup>29</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Mushaf Al-Qur'an ...*, h. 278.

*qardh* (utang piutang) bukan *mudharabah*. Sedangkan menurut Syafi'iyah *mudharabah* semacam itu adalah *mudharabah* yang *fasid*. Dalam hal ini 'amil diberi upah/imbalan sesuai dengan pekerjaannya. Menurut Malikiyah, apabila disyaratkan keuntungan semuanya untuk *mudharib* atau untuk pemilik modal maka hal itu dibolehkan, karena ini merupakan *tabarru'* atau sukarela.

Keuntungan harus merupakan bagian yang dimiliki bersama dengan pembagian secara nisbah atau persentase, misalnya setengah-setengah, sepertiga dan dua pertiga atau 40% : 60%, 35% : 65%, dan seterusnya. Apabila keuntungan dibagi dengan ketentuan yang pasti, seperti pemilik mendapat Rp.100.000 dan sisanya untuk pengelola (*mudharib*), maka syarat tersebut tidak sah, dan *mudharabah* menjadi *fasid*. Hal ini oleh karena karakter *mudharabah* menghendaki keuntungan dimiliki bersama, sedangkan penentuan syarat dengan pembagian yang pasti menghalangi kepemilikan bersama tersebut

## C. Loyalitas Nasabah

### 1. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas adalah kesetiaan atau loyalitas konsumen merupakan dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcomes*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidak setiaan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen”.<sup>30</sup>

Loyalitas pelanggan merupakan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi pelanggan dari perusahaan tersebut. Contohnya Jika produk tidak mampu memuaskan pelanggan, pelanggan akan bereaksi dengan cara *exit* (pelanggan menyatakan berhenti membeli mereka atau produk) dan *voice* (pelanggan menyatakan ketidak puasan langsung pada perusahaan).

Loyalitas berhubungan erat dengan pelayanan yang baik dan kepuasan. Dalam dunia perbankan, nasabah akan menjadi

---

<sup>30</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), h.46



loyal apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan maupun produk bank tersebut. Loyalitas muncul karena kebutuhan dan keinginan terpenuhi. Kebutuhan adalah sebuah kondisi dimana seseorang merasa kekurangan atas satu barang tertentu dan ada sebuah dorongan untuk memenuhinya. Sedangkan keinginan merupakan kebutuhan manusia yang sudah dibentuk oleh budaya dan kepribadian individu.<sup>31</sup>

Loyalitas konsumen memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. Mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan, untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.<sup>32</sup>

Loyalitas nasabah merupakan salah satu komitmen nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi

---

<sup>31</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* Jilid 1, (Jakarta: Prenhalindo, 2012), h. 55

<sup>32</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran ...*, h. 23

untuk menyebabkan perilaku.<sup>33</sup>

“Dari beberapa pendapat tersebut penulis menyimpulkan pengertian loyalitas nasabah ialah suatu keputusan nasabah dalam mencapai puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan berdasarkan potensi untuk menyebabkan perilaku, sehingga nasabah akan puas dan setia serta bertahan secara lama terhadap produk bisnis perbankan”.

Terdapat ciri-ciri pelanggan yang loyal terhadap suatu produk atau jasa, yaitu:<sup>34</sup>

- a. Melakukan pembelian ulang secara teratur
- b. Melakukan pembelian lini produk yang lainnya dari perusahaan
- c. Memberikan referensi kepada orang lain
- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing atau tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing lain.<sup>35</sup>

Dalam menjaga loyalitas pelanggan, perusahaan dapat

---

<sup>33</sup>Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 129

<sup>34</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran ...*, h. 109

<sup>35</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran...*, h. 127

mempertahankan pelanggan tersebut agar pelanggan tidak beralih kepada pesaing dengan cara sebagai berikut:

1) Meriset Pelanggan

Tujuan diadakannya riset yang teratur adalah untuk memahami tentang apa yang pelanggan inginkan.

2) Membuat hambatan agar pelanggan tidak berpindah. Ada tiga macam hambatan yang dapat dilakukan agar pelanggan tidak berpindah ke perusahaan lain, yaitu<sup>36</sup>: a) Hambatan fisik, yaitu dengan menyediakan layanan fisik yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan, b) Hambatan ekonomis, yaitu dengan memberikan insentif bagi yang mengunungkan secara ekonomis, misalnya dengan memberikan hadiah bagi pelanggan, c) Hambatan Psikologis, yaitu dengan menciptakan persepsi dalam pikiran pelanggan supaya bergantung pada produk atau jasa perusahaan.

3) Melatih dan memotivasi staff atau karyawan untuk Loyal

---

<sup>36</sup>Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* Edisi Revisi dan Terbaru, (Jakarta: Erlangga, 2015), h. 141

Karyawan atau Staff merupakan faktor penting untuk membangun loyalitas pelanggan, mengikut sertakan mereka dalam proses tersebut dan beri pelatihan, dukungan, dan imbalan agar mereka mau melakukan hal itu.

#### 4) Pemasaran untuk loyalitas

Maksudnya adalah pemasaran menggunakan program-program yang memberikan nilai tambah pada perusahaan dan produk atau jasa dimata konsumen. Program-program tersebut antara lain: (a). *Relationship marketing* Yaitu pemasaran yang bertujuan untuk membangun hubungan baik dengan karyawan. *Relationship marketing* adalah pertumbuhan, pengembangan, dan pemeliharaan dalam jangka panjang yang menimbulkan hubungan biaya efektif dengan pelanggan, pemasok, karyawan, dan rekan-rekan lain yang saling menguntungkan, (b). *Frequency marketing* Yaitu pemasaran yang bertujuan membangun komunikasi dengan pelanggan. Perusahaan secara berkala membuat pertanyaan-pertanyaan seputar produk atau jasa yang

digunakan oleh pelanggan, (c). *Membership marketing*. Yaitu mengorganisir pelanggan ke dalam kelompok keanggotaan atau klub yang dapat mendorong mereka melakukan pembelian ulang dan meningkatkan loyalitas mereka. Keanggotaan biasanya ditandai dengan adanya sebuah kartu anggota atau *membercard*. Dari berbagai pendapat mengenai loyalitas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah adalah suatu komitmen dan kepercayaan nasabah untuk tetap berlangganan dan membeli ulang produk atau jasa suatu perusahaan.

Pengertian loyalitas tidak hanya diartikan dengan pembelian ulang dari suatu perusahaan, akan loyalitas juga dapat dibuktikan dengan cara lain, misalnya ikut mempromosikan produk dan jasa suatu perusahaan kepada teman, keluarga, atau rekan bisnis mereka.<sup>37</sup> Indikator Loyalitas Nasabah adalah sebagai berikut:

1. Melakukan ... pembelian ... secara ... berulang ... dan menunjukkan kekebalan terhadap tarik dan dari pesaing.

---

<sup>37</sup>[www.lp3m.asia.ac.id](http://www.lp3m.asia.ac.id)

2. Merefereasikan kepada orang lain.
3. Membicarakan hal-hal yang positif kepada orang lain.
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup>Burhanuddin, *Aspek Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 320

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

#### **A. Sejarah PT Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu**

PT Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu yang beralamat di Jalan Semangka No.49 Lingkar Timur Bengkulu pertama kali berdiri pada tahun 2005. Bank Syariah Cabang Bengkulu tercatat telah empat kali berganti pimpinan hingga sekarang Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu dibawah pimpinan Bapak Adjitomo. Dalam menjalankan aktivitasnya, Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu terus melakukan inovasi dan pelayanan prima kepada konsumen serta profesionalisme. Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu memiliki empat kantor cabang pembantu, yaitu KCP Curup dibuka pada tahun 2008, KCP S. Parman. tahun 2012 dan KCP Ketahun pada tahun 2013. Unit ATM yang tersedia di Bengkulu saat ini ada empat anjungan yaitu berada pada KC Utama, KCP S. Parman, Bengkulu Ekspres dan Bengkulu Indah Mall. PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan

nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSI hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik. Dalam menjalankan tugas dan fungsi kesehariannya Bank Syariah Indonesia memberlakukan sistem-sistem tentang

## **B. Visi dan Misi**

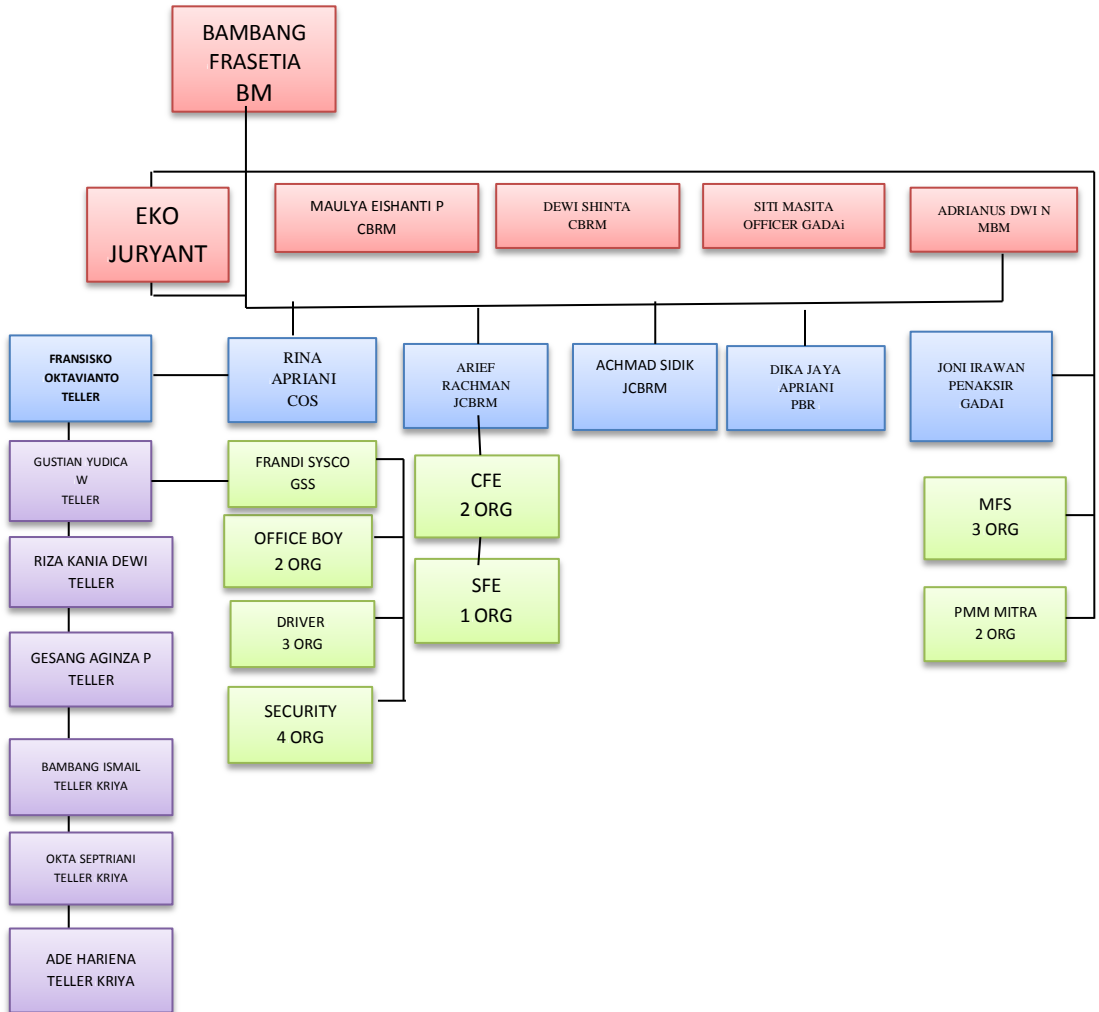
Visi dan Misi, dengan tujuan untuk diketahui, dipahami, dan dihayati serta dilaksanakan oleh seluruh karyawan di lingkungan Bank Syariah Indonesia.

- a. Visi Memimpin pengembangan peradaban ekonomi yang mulia.
- b. Misi
  - 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
  - 2) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.



- 3) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 4) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.
- 5) Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.

### C. Struktur Organisasi



## **D. PRODUK DAN LAYANAN BANK SYARIAH INDONESIA**

### **1. TABUNGAN**

#### **a. BSI Tabungan Bisnis**

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah dalam mata uang rupiah yang dapat memudahkan transaksi segmen wiraswasta dengan limit transaksi harian yang lebih besar dan fitur free biaya RTGS, transfer SKN & setoran kliring masuk melalui Teller dan Net Banking.

Syarat dan ketentuan:

- 1) KTP, NPWP
- 2) Setoran Awal Rp1 juta
- 3) Saldo min harian: Rp10.000 dan saldo min bulanan Rp10.000.000
- 4) Biaya adm : Rp10.000 jika rata-rata saldo bulanan di bawah Rp10.000.000
- 5) Biaya adm bulanan jika saldo dibawah Rp10.000.000: Rp25.000

- 6) Biaya penutupan rekening: Rp50.000
- 7) Biaya Penggantian buku hilang: Rp5.000.

b. BSI Tabungan Classic

Bentuk investasi dana untuk menampung setoran cash collateral/good will Nasabah pada setiap penerbitan Hasana Card Classic yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah..

Syarat dan ketentuan:

- 1) KTP, NPWP
- 2) Disetujui menjadi pemegang Hassanah Classic
- 3) Setoran Awal: 10% dari limit Hassanah Card
- 4) Saldo Minimum: 10% dari limit Hassanah Card
- 5) Biaya Administrasi Bulanan: Gratis

c. BSI Tabungan Easy Mudharabah

Tabungan dalam mata uang Rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM.

Syarat dan ketentuan:

- 1) KTP, NPWP
  - 2) Pembukaan rekening melalui cabang. Mandiri Syariah. Mobile, Website.
  - 3) Setoran Awal: Rp100.000 (perorangan) & Rp1.000.000 (non-perorangan)
  - 4) Setoran minimum berikutnya: Rp50.000 (Via Teller) dan Rp1 (Via E-Channel)
  - 5) Saldo minimum: Rp50.000
  - 6) Biaya penutupan rekening: Rp10.000
  - 7) Biaya Administrasi: Rp10.000
  - 8) Biaya Ganti Kartu Hilang/Rusak: Rp25.000
  - 9) Fasilitas Kartu Debit: GPN dan VISA
  - 10) Biaya Dormant Account: Rp5.000
- d. Tabungan Easy Wadiah

Tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *Wadiah Yad Dhamanah* yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM.

Syarat dan ketentuan:

- 1).KTP, NPWP
- 2) Setoran Awal:Rp100.000 (perorangan) & Rp1.000.000(non-perorangan)
- 3) Setoran minimum berikutnya:Rp50.000 (Via Teller) danRp1 (Via E-Channel)
- 4).Saldo minimum:Rp50.000
- 5).Biaya penutupan rekening:Rp20.000
- 6).Biaya Administrasi:Gratis
- 7).Biaya Ganti Kartu Hilang/Rusak: Rp25.000
- 8).Fasilitas Kartu Debit: GPN dan VISA
- 9).Biaya Dormant Account:Rp5.000.

e. BSI Tabungan Haji Indonesia

Tabungan perencanaan hajidan Umroh yang berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan pilihan akad *WadiahYah Dhamanah* atau *Mudharabah Muthlaqah*. Tabungan ini dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas *e-Banking* apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi).

Syarat dan ketentuan:

- 1) Perorangan usia 17 tahun ke atas atau sudah menikah.
  - 2) Kartu Identitas Diri (KTP).
  - 3) NPWP (Nasabah yang tidak menyampaikan NPWP wajib mengisi surat pernyataan (terlampir)).
  - 4) Mengisi dan menandatangani formulir pembukaan rekening secara lengkap dan benar
  - 5) Bebas Biaya Administrasi bulanan.
- a. BSI Tabungan Mahasiswa

Tabungan dengan akad wadiah dari para mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri/Perguruan Tinggi Swasta (PTN/PTS) atau pegawai/anggot Perusahaan/Lembaga/Asosiasi/Organisasi Profesi yang bekerjasama dengan Bank.

Syarat dan ketentuan:

- 1) KTP, NPWP
- 2) Saldo Minimum dan Biaya Administrasi sesuai PKS
- 3) Biaya penutupan Rekening: Rp 20.000
- 4) Biaya Ganti Buku Rusak/Hilang: Rp 5.000

b. Tabungan Pensiun.

Tabungan dengan pilihan akad *wadiah Yad Dhamanah* atau Mudharabah Muthlaqah diperlukan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di lembaga pengelola pension yang bekerjasama dengan bank.

Syarat dan ketentuan:

- 1) KTP, PNWP
- 2) Setoran Awal minimum: a. Rp50.000
- 3) Saldo Minimum: Rp50.000
- 4) Biaya Administrasi: Rp6000
- 5) Biaya Penutupan Rekening: Rp20.000
- 6) Biaya Penggantian buku karena rusak & hilang:  
Rp5.000

c. BSI Tabungan Simpanan Pelajar

Tabungan dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah* untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka



edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

Syarat dan Ketentuan.:

- 1) Satu Siswa hanya diperkenankan memiliki 1 (satu)
- 2) Rekening Simpanan Pelajar iB pada 1 (satu) Bank.

Syarat Pembukaan.:

- 1) Perorangan Warga Negara Indonesia (WNI) dengan status Siswa PAUD/TK/SD/SMP/SMA/Madrasah (MI, MTS, MA) atau sederajat.
- 2) Akta Kelahiran/KK/KIA/NISN yang mencantumkan NIK

Syarat Khusus Dokumen.:

- 1) Surat Pernyataan dan Persetujuan Orang Tua/Wali.
- 2) Tanda tangan pembukaan rekening dilakukan oleh Orang tua/wali bagi siswa dengan jenjang pendidikan PAUD/TK/SD/MI atau sederajat.
- 3) Tanda tangan pembukaan rekening dapat dilakukan oleh mahasiswa terkait untuk jenjang pendidikan SMP/SMA/MTs/MA atau sederajat ditandatangani.

- 4) Setoran Awal Rp1.000
- 5) Saldo minimum.:Rp1.000
- 6) Biaya adm.:Tidak ada
- 7) Biaya Penutupan Rekening.:Rp1000
- 8) Biaya Kartu.:Rp2.000.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup>Brosur Bank Syariah Indonesia

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Peran Staf Marketing Mikro terhadap Peningkatan Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu

Staf marketing mikro adalah suatu bagian dari unit organisasi atau bank, yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan dan produk-produk bank. Bentuk pelayanan staf marketing mikro tidak hanya pada pemberian informasi pada nasabah, tetapi juga menerima keluhan dari nasabahnya, serta mencari jalan keluar dari setiap permasalahan yang dihadapi oleh nasabahnya, serta mencari jalan keluar dari setiap permasalahan yang dihadapi oleh nasabahnya, dengan sikap ramah, sopan, tidak memotong pembicaraan nasabah. bertanya setelah selesai berbicara, serta mau mendengarkan setiap keluhan nasabahnya dengan empati, kemudian memberikan jalan keluar untuk setiap masalah yang dihadapi

oleh nasabahnya. Berdasarkan hasil wawancara kepada staf marketing mikro mengenai sistem pelayanan yang diberikan pada nasabah, beliau menjelaskan sebagai berikut:

“Kami selaku staf marketing mikro dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dan ramah dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Kami juga* juga harus bisa menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah”<sup>40</sup>

Menurut staf marketing mikro, beliau sudah memberikan pelayanan terbaik dan maksimal untuk nasabah. Berikut adalah hasil wawancaranya:

“Kami harus memberikan pelayanan yang terbaik dan maksimal. Dalam memberikan pelayanan yang baik, bank telah menetapkan standar yang didukung dengan sarana dan prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi. Bank ini menggunakan kriteria untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik yang didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan”<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> A. Agung., *Staf Marketing*. Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022

<sup>41</sup> A. Agung., *Staf Marketing*. Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022

Informan lainnya yaitu nasabah juga memberikan tanggapan mengenai pelayanan yang diberikan kepada nasabah sebagai berikut:

“Lebih cepat dan ramah dan sesuai SOP”

Adapun peran staf marketing mikro dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman sebagai berikut:

“Peran kami sebagai staf marketing mikro dalam mengkomunikasikan pemasaran bank kepada nasabah atau calon nasabah disaat proses pra transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi. Kami dituntut harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik didukung dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi kepuasan nasabah”<sup>42</sup>

Adapun cara penyampaian informasi yang diberikan oleh staf marketing mikro kepada nasabah adalah sebagai berikut:

“Kami harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Selain itu, kami harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Komunikasi harus dapat membuat nasabah senang sehingga jika nasabah mempunyai masalah, nasabah tidak segan-segan mengemukakannya kepada

---

<sup>42</sup> A. Agung., *Staf Marketing*. Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022

kami. Mampu berkomunikasi dengan baik juga akan membuat setiap permasalahan menjadi jelas sehingga tidak timbul salah paham”<sup>43</sup>

Informan lainnya yaitu nasabah juga memberikan tanggapan mengenai penyampaian informasi yang dilakukan oleh bagian Staf Marketing Mikro, maka hasil wawancara kepada nasabah sebagai berikut:

“Detail, misalnya orang yang kurang paham bisa koita sampaikan lagi secara langsung ataupun via telepon jika nasabahnya jauh”<sup>44</sup>

Informan lainnya yaitu nasabah juga memberikan tanggapan mengenai staf marketing mikro apakah sudah sesuai dengan bidangnya. Hasil wawancara sebagai berikut:

“Sudah Sesuai karena sudah ada bagian-baian tertentu jadi pelayanannya lebih cepat dengan bidang dan sesuai dengan pembiayaan dan anggaran yang dibutuhkan dan sudah sesuai dengan bidang masing-masing”

Adapun tingkat loyalitas nasabah pada bank Syariah Indonesia (BSI) KC S. Parman Bengkulu dijelaskan oleh customer service berikut:

---

<sup>43</sup> A. Agung., *Staf Marketing*. Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022

<sup>44</sup> A. Agung., *Staf Marketing*. Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022

“Harus dilihat dari segi masing-masing misalnya nasabah ingin menabung nah itu berarti bank yang harus meloyalkan nasabah karena bank minta nasabah menyimpan ke kita seperti memberikan hadiah atau reward akan tetapi tidak semua nasabah misalnya seperti yang menabung sekitar 500.000.000 maka pelayanannya itu khusus dia tidak perlu mengantri bahkan pihak bank sendiri yang datang apa bila si nasabah menelpon”<sup>45</sup>

Sebagai seorang *staf marketing mikro* yang bertugas memberikan pelayanan yang terbaik untuk memberikan kepuasan kepada nasabah agar semakin loyal, maka *staf marketing mikro* pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman ini mempunyai cara tersendiri untuk membuat nasabah semakin loyal, yaitu dengan cara menganggap nasabah tersebut sebagai keluarga atau teman, maksudnya yaitu agar tidak terasa canggung dan tidak merasa ada batasan antara nasabah dan pegawai bank. Dengan hal tersebut maka akan menjadi lebih akrab. Adapun cara kedua, yaitu dengan menyapa nasabah, walaupun nasabah sedang tidak ingin bertemu dengan *staf marketing mikro*, tetapi tetap menyapa seperti bertanya apa kabar atau bertanya “belum nambah deposito pak atau buk”,

---

<sup>45</sup> A. Agung., *Staf Marketing*. Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022

intinya tidak sombong sehingga nasabah merasa senang dan tetap loyal menjadi nasabah kita. Peranan *staf marketing mikro* dalam meningkatkan loyalitas nasabah yaitu membuat kesan yang baik, berpakaian yang rapi, dan komunikasi lancar.

Peneliti menanyakan kepada informan bahwa apakah akan selalu menggunakan produk di BSI jika BSI mengalami penurunan pelayanan maka informan menjawab:

“Dilihat juga, kalau memang sudah benar-benar menurun mungkin saya tidak akan lagi menggunakan BSI karena bagi saya penayanan itu yang nomor satu. Jika BSI ini tidak melenceng dari syariat Islam, saya akan tetap menggunakan produknya karena saya mencari yang Islamnya dan tidak ragu.”<sup>46</sup>

Berdasarkan keterangan dari informan, maka dapat dilihat bahwa nasabah akan tetap menggunakan BSI walaupun sedikit mengalami penurunan kualitas selama BSI tidak melenceng dari syariat Islam.

---

<sup>46</sup> Reniy Rahma, *Nasabah*. Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022



Peneliti juga bertanya apakah nasabah juga menggunakan secara lini roduk yang ada di BSI ini, maka informan mengatakan bahwa:

“Iya, sering juga menggunakan produk lainnya secara lini atau secara berkala. Produk yang ada di BSI itu banyak macamnya itulah sebabnya nasabah menggunakannya secara berkala”<sup>47</sup>

Nasabah juga akan berbagi pengalaman ketika menggunakan produk BSI kepada rekan dan juga akan mempromosikan kepada saudara.

“Jelas, karena apa yang menjadi pengalaman kita sebaiknya disampaikan dengan orang terdekat agar mereka juga tidak ikut ketika kita mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan”<sup>48</sup>

Peneliti juga menanyakan pendapat nasabah mengenai pesaing dari BSI apakah nasabah kebl terhadap pesaing yang ingin menarik nasabah tersebut, maka informan memberikan penjelasan sebagai berikut:

---

<sup>47</sup> Reniy Rahma, *Nasabah*. Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022

<sup>48</sup> Santi, *Nasabah*. Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022

“Bagi saya jika BSI ini sudah sesuai dengan kehendak saya, bahkan agak lebih dibandingkan dengan bank lain maka saya tidak akan terpengaruh oleh bank lainnya yang mengajak saya menjadi nasabah”<sup>49</sup>

Loyalitas konsumen memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. Mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan, untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.<sup>50</sup> Loyalitas nasabah merupakan salah satu komitmen nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku.<sup>51</sup>

“Dari beberapa pendapat tersebut penulis menyimpulkan pengertian loyalitas nasabah ialah suatu keputusan nasabah dalam mencapai puncak pencapaian

---

<sup>49</sup> Reniy Rahma, *Nasabah*. Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022

<sup>50</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran ...*, h. 23

<sup>51</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 129

pelaku bisnis perbankan berdasarkan potensi untuk menyebabkan perilaku, sehingga nasabah akan puas dan setia serta bertahan secara lama terhadap produk bisnis perbankan”.

Setiap perusahaan yang mendirikan suatu usaha tentu menginginkan usahanya dapat hidup terus-menerus tanpa dibatasi oleh waktu. Hal ini merupakan tujuan didirikannya suatu perusahaan. Namun untuk mencapai hal itu tidaklah mudah, banyak sekali kendala-kendala yang harus dihadapi untuk mencapai tujuan tersebut. Sebuah jalan tidaklah selalu mulus, ada saja kendala yang harus dihadapi, ketika sebuah perusahaan bisa menghadapi kendala-kendala tersebut maka tujuannya akan tercapai. Sama halnya dengan seorang staf marketing mikro, dalam memberikan pelayanan dan menghadapi nasabah tentu tidaklah selalu mudah dan mulus jalannya, banyak kendala yang harus dihadapi. Kendala-kendala itu juga dirasakan oleh staf marketing mikro Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman. Adapun kendala staf marketing mikro dalam meningkatkan loyalitas nasabah adalah

sebagai berikut:

“Kendala yang saya hadapi biasanya berkenaan dengan sistem, gangguan secara teknis pada teknologi yang digunakan, dan dari pengetahuan nasabah yang berbedabeda mengenai istilah-istilah perbankan. Kendala lain yang saya hadapi yaitu penggunaan bahasa nasabah yang berbeda-beda dan gangguan sistem dari pusat.”<sup>52</sup>

Hal yang sudah dilakukan dalam melayani nasabah sampai tuntas disaat nasabah mengalami kesulitan informasi, maka berikut keterangan dari informan:

“Harus tau dulu tujuan dan kebutuhan nasabah, setelah tahu tujuan nasabah baru kita selesaikan dan kita kasih solusi untuk nasabah sampai tujuan dari nasabah tersebut tercapai”<sup>53</sup>

Apa saja kendala-kendala dalam menghadapi nasabah yang datang ke Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu, maka berikut adalah jawaban dari informan penelitian:

“Kendala tidak ada karena nasabah datang pasti ada tujuan, salah satu kendala hanya atm yang hilang terblokir, kendala juga dari sistem pusat yang gangguan, dari segi komunikasi juga terkadang sulit

---

<sup>52</sup> A. Agung., *Staf Marketing*. Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022

<sup>53</sup> A. Agung., *Staf Marketing*. Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022

kalau menemukan nasabah yang kurang bisa berbahasa Indonesia”<sup>54</sup>

Kendala yang dihadapi staf marketing mikro Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman sumber secara garis besar yaitu.:

1. Gangguan sistem dari pusat seperti offlinenya jaringan internet, sehingga menghambat masuknya data-data nasabah yang masuk.
2. Bahasa yang dipergunakan nasabah berbeda-beda, tidak semua nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman menggunakan bahasa Indonesia, ada pula orang yang lanjut usia yang tidak bisa menggunakan bahasa Indonesia dengan baik.

Ada yang mengetahui dengan baik istilah-istilah perbankan yang digunakan oleh *staf marketing mikro* Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman, namun ada pula yang tidak mengerti istilah-istilah perbankan yang digunakan oleh staf marketing mikro Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman.

Seorang staf marketing mikro dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan menghadapi nasabah tentu tidaklah selalu

---

<sup>54</sup> A. Agung., *Staf Marketing*. Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022

mudah dan mulus jalannya, banyak kendala-kendala yang harus dihadapi. Kendala-kendala itu juga dirasakan oleh staf marketing mikro Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman ketika menghadapi nasabah. Kendala yang berkenaan dengan gangguan teknis teknologi dari pusat yang mengganggu jalannya proses pelayanan, seperti sistem dari pusat yang offline terkadang membuat ada beberapa transaksi yang harus ditunda dan menunggu beberapa waktu.

Akhirnya akan membuat pekerjaan staf marketing mikro menjadi menumpuk dan ditunda-tunda. Namun perusahaan selalu meminimalisir hal tersebut dengan cara melapor ke pusat bahwa jaringannya offline, dan pusat pun akan merespon dengan cepat dan berusaha memperbaiki.

## **2. Strategi staf mikro untuk meningkatkan loyalitas para nasabah pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCS Parman 1 Bengkulu**

Adapun bentuk strategi yang dilakukan oleh Staf mikro Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu

dalam meningkatkan loyalitas para nasabah pembiayaan *mudharabah*, maka berikut adalah jawaban dari informan

“Disini kami menawarkan kepada nasabah berbagai fitur layanan yang dapat mempermudah mereka dalam melakukan transaksi. Memberitahu kepada calon nasabah mengenai produk-produk serta layanan pembiayaan *mudharabah*. Sekarang ini teknologi sudah semakin maju, sudah banyak layanan yang mempermudah baik bagi kami maupun untuk nasabah yang dapat memudahkan transaksi”

Mengenai strategi staf mikro Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu dalam meningkatkan loyalitas nasabah, berikut keterangan informan:

“Menciptakan pengertian dan meyakinkan kembali nasabah atau calon nasabah sehingga dapat memberikan kesan yang efektif, Pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang setia, Memberikan insentif kepada nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu”

Adapun strategi lainnya yang dilakukan oleh staf mikro Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu, berikut keterangan informan:

“Kami melakukan tatap muka langsung dengan masyarakat kemudian melakukan pendekatan diluar bank, dengan mendatangi nasabah kerumah-rumah, perusahaan, kantor, sekolah dan lain-lain. Kami juga melakukan pendekatan dengan nasabah atau calon nasabah dengan melalui telepon. Ada banyak media yang kami gunakan seperti TV, Koran, Media sosial seperti FB, IG dan juga Wa). Yang paling sering itu di sosmed karena tidak ribet dan juga masyarakat sekarang rata-rata sudah memiliki sosmed dan sedang booming di sosmed”

Adapun bentuk periklanan yang dilakukan oleh staf mikro Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu disampaikan oleh informan berikut:

“Apa pun itu program yang kami laksanakan tetap tujuannya adalah untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada pembiayaan Bank Syariah Indonesia KC S Parman 1 Bengkulu sendiri karena Bank pasti ingin semuanya tercapai. Nasabah perlu terus-menerus diingatkan melalui berbagai medium komunikasi. Nasabah membutuhkan komunikasi dua arah. Menampilkan konsep periklanan yang semakin banyak diterima oleh nasabah pembiayaan *mudharabah*”



## **B. Pembahasan**

### **1. Peran Staf Marketing Mikro pada Bank Syariah Indonesia KC Bengkulu terhadap Peningkatan Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu**

Berdasarkan teori, staf marketing mikro berperan dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah yang ingin bertransaksi dengan bank. Secara umum, peranan staf marketing mikro bank adalah sebagai berikut.:

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

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman bahwasanya, peranan staf marketing mikro terhadap nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman itu sangatlah penting, menjadikan

pelayanan menjadi suatu hal yang harus terus diperbaiki dan dipertahankan mengingat persaingan di dunia perbankan untuk mempertahankan nasabah ataupun mencari calon nasabah untuk menjadi nasabah kita itu sulit dan sekaligus staf marketing mikro merupakan jembatan penghubung atau perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk bank yang tersedia. Diantara kemudahan yang diberikan oleh staf marketing mikro Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman yaitu:

a. Menyediakan sarana dan prasarana yang menunjang transaksi Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman menyediakan sarana dan prasarana yang menunjang para nasabah dan pegawainya merasa nyaman melakukan transaksi, memberi kenyamanan dan kemudahan dalam tiap transaksi.

b. Melayani secara cepat dan tepat.

Pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman yaitu dengan pelayanan yang cepat dengan tersedianya ATM, SMS banking, Sala Bank Syariah

Indonesia (BSI) Kcp S. Parman, Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan lain-lain. Pelayanan yang diberikan sangat bersahabat sehingga tepat sasaran.

- c. Melayani dengan penuh kesabaran dan menghargai nasabah. Masyarakat atau nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman umumnya adalah orang awam yang belum mengenal tentang dunia perbankan, oleh karena itu *staf marketing mikro* pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman melayani dengan penuh kesabaran, ketelatenan, menjelaskan agar para nasabah paham dari awal sampai dengan akhir, penghargaan diri yang diberikan oleh para *staf marketing mikro* akan memberikan timbal balik yang besar dari nasabah kepada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman yang berlegalitas sebagai Bank Syariah.
- d. Jika nasabah bertanya dijawab dengan jelas dan dengan senyum, sikap sopan, ramah dan selalu bersikap tenang.

Sehubungan dengan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman yang tergolong masyarakat awam tentang dunia perbankan, maka secara otomatis banyak nasabah yang akan mengadu dan bertanya kepada *staf marketing mikro* dan dari pemaparan yang peneliti lakukan bahwa *staf marketing mikro* pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman memiliki kepribadian yang baik dimana dalam melayani nasabah selalu bersikap baik apabila bertanya dijawab dengan jelas dan tepat sehingga mudah dipahami dan dimengerti, penuh senyum, sikap sopan santun serta selalu berlaku tenang, tidak gegabah dalam setiap keputusan, apabila tidak mampu menyelesaikan masalah segera meminta bantuan pegawai lain yang mengerti sehingga permasalahan segera bisa diatasi.

e. Memiliki pegawai yang berkompeten.

Pegawai atau staf marketing mikro yang berkompeten merupakan salah satu kunci *alternative* pemecahan

masalah, karena dengan kompetensi yang dimiliki otomatis staf marketing mikro akan selalu dengan cepat tanggap dan secara tepat dengan kemampuannya melayani nasabah dengan baik, diharapkan dengan kompetensi yang dimiliki staf marketing mikro bisa bersikap ramah, sopan dan tekun serta teliti, sabar menghadapi sifat dari nasabah yang berbeda-beda.

Loyalitas pelanggan adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Demikian pula dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman yang berupaya untuk menjalin hubungan kerjasama tersebut sebaik-baiknya dengan para nasabahnya melalui peran staf marketing mikro.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada beberapa nasabah mengenai loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman dapat diketahui bahwa keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari Bank

Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman, menunjukkan adanya kepuasan atas layanan yang diberikan selama ini. Terciptanya kepuasan nasabah menunjukkan adanya sikap loyal dari nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman.

Pihak nasabah dalam kondisi ini merasakan bahwa bank lainnya belum tentu mampu memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan bank Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman. Hal ini terlihat dari jawaban para nasabah yang menyatakan bahwa mereka menyimpan sebagian uang tabungannya hampir sebagian besar di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman, jadi bisa disimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman mampu memikat para nasabahnya untuk menyimpan uangnya di bank tersebut dan dengan pelayanan yang maksimal, fasilitas yang memadai nasabahnya akan tetap nyaman dan loyal pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman.

Staf marketing mikro di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman sudah mempunyai prosedur yang ditetapkan dan sudah melaksanakan tugasnya sesuai dengan prosedur. Selain

menjalankan tugas sesuai dengan standar prosedur yang telah ditetapkan, sebagai seorang staf marketing mikro Bank Syariah maka juga harus menanamkan nilai-nilai Islam, seperti berpenampilan rapi dan sopan, mengucapkan salam, berbicara dengan sopan, bersikap jujur, sabar. Dalam menjalankan tugasnya sebagai seorang staf marketing mikro pada Bank Syariah, maka harus mempunyai etika dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan nasabah.

Staf marketing mikro sudah memenuhi kebutuhan nasabah dengan penuh tanggung jawab, selaku pemberi informasi sudah menyampaikan informasi sesuai kebutuhan nasabah. Berbicara sopan dan tidak kasar, serta selalu melayani nasabah dengan sabar. Dalam dunia perbankan etika pelayanan sangat penting, karena dapat menanamkan kepercayaan dan citra nasabah. Menanamkan kepercayaan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang baik, membantu yang dibutuhkan nasabah sampai tuntas, bersikap sabar dalam menghadapi nasabah, selalu ramah kepada nasabah, menjaga komunikasi dengan nasabah, dan menjalin silaturahmi agar lebih akrab. Jika sudah

menjalankan tugas sesuai dengan etika tersebut, maka nasabah akan loyal.

Sedangkan kendala mengenai perbedaan penggunaan bahasa, staf marketing mikro Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman menghadapinya dengan cara terus meningkatkan kemampuan berbahasa. Untuk gangguan mengenai istilah-istilah perbankan yang tidak dimengerti oleh nasabah, *staf marketing mikro* Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman memberikan solusi dengan menyesuaikan penggunaan istilah tersebut sesuai tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah. Apabila menghadapi orang yang berpendidikan tinggi penggunaan istilah-istilah perbankan tidak akan menjadi masalah. Sebaliknya ketika menghadapi nasabah seperti orang yang lanjut usia atau berpendidikan rendah, staf marketing mikro sebisa mungkin menghindari istilah-istilah perbankan yang sulit dimengerti oleh nasabah.

Terdapat juga kendala lainnya dimana terdapat nasabah yang tempramen. Setiap pekerjaan pasti memiliki resiko dan kendala yang akan dihadapi, seperti juga halnya dengan



pekerjaan sebagai seorang staf marketing mikro. Tetapi terkadang ada nasabah yang tidak mau mengerti, dan marah-marah karena tidak terima dengan peraturan seperti itu.

Dalam menghadapi kendala-kendala tersebut pasti ada solusinya. Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman ini, dalam menghadapi nasabah yang tempramen mereka mempunyai cara sendiri yaitu dengan cara nasabah tersebut di bawa ke ruangan VIP yang dimana merupakan ruangan khusus untuk nasabah yang komplain, disana akan diberi minum dan makan sampai emosi nasabah sedikit mereda, setelah itu baru kemudian ditanya apa keluhannya dan kemudian dijelaskan dan diberi solusi. Dengan hal tersebut, maka masalah terselesaikan dan nasabah juga merasa senang dan puas dengan pelayanan seperti itu.

## **2. Strategi staf marketing mikro untuk meningkatkan loyalitas para nasabah pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu**

Makin meluasnya jangkuan perbankan syariah menunjukkan peran perbankan syariah makin besar untuk pembangunan rakyat di negeri ini. Salah satunya Bank Syariah

Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu tampil sebagai garda terdepan terwujudnya loyalitas para nasabah pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu. Bank Syariah Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu ini memiliki kelebihan dibandingkan dengan lembaga perbankan syariah lainnya. Selain prinsip-prinsip syariah yang menjadi basis fundamentalnya, operasional di Bank Syariah Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu dilakukan dengan cara pendampingan kepada para anggotanya sehingga model pendekatan ini memunculkan sebuah tingkat kepercayaan yang sangat tinggi kepada para anggotanya..

Staf marketing mikro Bank Syariah Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu mempunyai peran signifikan dalam meningkatkan loyalitas para nasabah pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu. Hal ini tidak terlepas dari kemudahannya diakses oleh masyarakat. Fasilitas kredit ini memiliki guna memperbaiki taraf hidup keluarga pra-sejahtera atau berpenghasilan rendah menuju ke taraf sejahtera yang lebih baik, membina pengusaha mikro yang

memiliki kelayakan usaha tetapi belum *bankable* sehingga menjadi layak menjadi nasabah bank, serta meningkatkan taraf hidup rakyat dan membantu program Pemerintah dalam rangka pengentasan kemiskinan..

Loyalitas para nasabah pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu diharapkan semakin meningkat agar anggota atau nasabah lebih mudah untuk bertransaksi baik menabung maupun melakukan pembiayaan. Sebagian nasabah mengatakan jarak pasar dan kantor sangat dekat, jangkauan yang hemat baik hemat tenaga maupun hemat waktu. Selain itu pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu memberikan kesesejahteraan dengan berupa keuntungan dalam melakukan angsuran pembiayaan..

Sistem staf mikro yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu yaitu memberikan keamanan dan kenyamanan bagi anggota karena anggota tidak perlu datang ke kantor untuk melakukan transaksi secara langsung. Melainkan *marketing* menggunakan sistem jemput

bola atau *pick-up service*, langsung mendatangi anggota. Kemudahan dalam mendapatkan pelayanan yang maksimal akan menumbuhkan sikap kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu. Hal ini merupakan hubungan saling menguntungkan antara anggota dengan petugas staf marketing mikro.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan.**

1. Peran staf marketing mikro Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman sebagai pihak yang langsung menjembatani antara nasabah dengan perusahaan dalam hubungannya dengan transaksi atau operasional sehari-hari. Staf marketing mikro dalam melakukan pelayanan harus selalu mengutamakan keramahan, ketepatan, dan kecepatan dalam menghadapi nasabah. Secara garis besar yaitu gangguan sistem dari pusat seperti offlinenya jaringan internet, sehingga menghambat masuknya data- data nasabah yang masuk. Bahasa yang dipergunakan nasabah berbeda-beda, tidak semua nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman menggunakan bahasa indonesia.
2. Strategi staf marketing mikro untuk meningkatkan loyalitas para nasabah pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu Strategi yang dilakukan oleh Staf mikro Bank Syariah Indonesia KC S

Parman 1 Bengkulu dalam meningkatkan loyalitas para nasabah pembiayaan *mudharabah* dengan menawarkan kepada nasabah berbagai fitur layanan yang dapat mempermudah mereka dalam melakukan transaksi. Melakukan tatap muka langsung dengan masyarakat kemudian melakukan pendekatan diluar bank, dengan mendatangi nasabah kerumah-rumah, perusahaan, kantor, sekolah dan lain-lain.

## **B. Saran.**

1. Kualitas pelayanan yang diberikan staf marketing mikro Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman perlu dipertahankan. Karena pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan berpedoman pada 5 dimensi yaitu Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati atau kepedulian (*emphaty*), Bukti langsung atau berwujud (*tangibles*). agr nasabah tetap loyal.

2. Disarankan kepada staf marketing mikro Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp S. Parman agar dapat memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada nasabah dengan memperhatikan proses komunikasi kepada nasabah, sehingga informasi yang diberikan tidak terjadi kesalahpahaman sehingga tidak memperlambat pelayanan kepada nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Inayatul. *“Pengaruh Imbalan Bagi Hasil Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah Pada Bank Mandiri Cabang Jember”*. Skripsi, 2018
- Antonio, Muhammad Syafi’i. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani. 2013.
- Atanasius. *“Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan syariah tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan)”*. *Jurnal Nasional Ekonomi dan Bisnis* Vol 7 No 2, 2014.
- Bugin, Burhan. *Penelitian kualitatif*. Jakarta: kencana Prenada Media Group. 2017.
- Burhanuddin. *Aspek Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013.
- Dahlan, Ahmad. *Bank Syariah: Teoritik praktik Kritik*. Yogyakarta: Teras, 2012.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Mushaf Al-Qur’an dan Terjemah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar. 2019.
- Dewi, Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT. BPR Hoki Di Kabupaten Tabanan”*, Universitas Malang: Skripsi, 2014.
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Edisi Revisi dan Terbaru. Jakarta: Erlangga, 2015.



Hilma, Iim. "The Factors Affecting Mudharabah Deposits of Sharia Banking in Indonesia" (*International Journal of Business and Management Invention*, 2016)

<http://www.banksyariah.net/2012/12/fungsi-bank-syariah.html>

Huda, Nurul dan Muhamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoretis Dan Praktis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2013.

Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta. 2015.

Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers. 2013.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1. Jakarta: Prenhalindo. 2012.

Latumaerissa, Julius. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat. 2014

Muhamad. *Audit dan Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah*. Yogyakarta: UIIPress. 2017.

Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2014.

Nasution. *Metode Research (penelitian ilmiah)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2015.

Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. 2014.

Umam, Khotibul. *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamikam Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pres. 2016.

Wangawidjay. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2012.

Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2012..

Yunanto, Anton Tri. “*Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Danamon Surakarta*”. Skripsi Universitas Negeri Surakarta, 2010.

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**

PEMERINTAH KOTA BENGKULU  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**  
Jalan Mulu No. 91 Hama Indah Telp. (0710) 21801  
BENGKULU

**REKOMENDASI PENELITIAN**  
Nomor : 070/CSA/DBE.ekstangp/2021

Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penyelenggaraan Rekomendasi Penelitian

Suratdari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Nomor : 1005/18.11/P.IV/PP.00.9/11/2021 tanggal 16 November 2021 perihal izin Penelitian

**DENGAN INI MERYATAKAN BAHWA**

Nama	BELLA AYU YULIASRI UTAMI
NIM	1611150042
Pekerjaan	Mahasiswa
Prodi/Fakultas	Perdagangan Syariah / Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Penelitian	Peran Staf Marketing Mikro Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia KC. Tanah Patah Bengkulu
Tempat Penelitian	Bank Syariah Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu
Waktu Penelitian	14 Desember 2021 s/d 14 Januari 2022
Penanggung Jawab	Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

1. Tidak diincarikan mengadakan kegiatan yang tidak sesuai dengan penelitian yang dimaksud.
2. Melakukan Kegiatan Penelitian dengan Mengindahkan Protokol Kesehatan Penanganan Covid-19.
3. Harus mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku serta mengindahkan adat istiadat setempat.
4. Apabila masa berlaku Rekomendasi Penelitian ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan belum selesai maka yang bersangkutan harus mengajukan surat perpanjangan Rekomendasi Penelitian.
5. Surat Rekomendasi Penelitian ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat ini tidak mentaati ketentuan seperti tersebut diatas.

Demikianlah Rekomendasi Penelitian ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Bengkulu  
Pada tanggal : 14 Desember 2021

WALIKOTA BENGKULU  
Pit. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik  
Kota Bengkulu  
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK  
Dra. FENNY FAHRIANNY  
Perata Tk. I  
NIP. 19670904 198611 2 001

Dokumen ini telah diregistrasi, dicap dan ditanda tangani oleh Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bengkulu dan disebarkan melalui Email kepada Pemohon untuk dicetak secara mandiri, serta dapat digunakan sebagaimana mestinya.

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Berjudul "Peran Para Staf Mikro Dalam Meningkatkan Loyalitas Para Nasabah Pembiayaan *Mudharabah* Pada Bank Syariah Indonesia KC Tanah Putih Bengkulu" yang disusun oleh:

Nama : Bella Ayu Yuliasni Utami

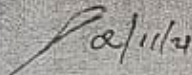
NIM : 1811140042

Prodi : Perbankan Syariah

Sudah diperbaiki sesuai dengan arahan tim pembimbing, selanjutnya dinyatakan memenuhi syarat ilmiah untuk diajukan surat izin penelitian

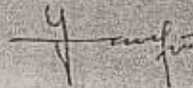
Bengkulu, November 2021 M  
Rabiul Awal 1443 H

Pembimbing I



Andang Sunarto, Ph. D  
NIP. 197604121998032003

Pembimbing II



Yenti Sumarni, M.M  
NIP. 197904162007012020

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Yosi Kusandy, MM  
NIP. 198508012014032001



003/In.11/F.IV/PP.00.9/01/2020  
 Biasa  
 Jadwal Seminar Proposal

07 Januari 2020

Andang Sunarto, Ph.D.  
 Bengkulu

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Sehubungan akan dilaksanakan Seminar Proposal bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu tahun 2019, dengan ini kami sampaikan bahwa:

- Nama Mahasiswa : Bella Ayu Yuliasni Utami
- NPM : 1611140042
- Program Studi : Perbankan Syariah
- Judul Proposal : Peran Penting Staf mikro dalam meningkatkan loyalitas nasabah pembiayaan mudhorobah pada bank syariah mandiri k.c Bengkulu

Untuk dilaksanakan Seminar Proposal pada:

- Tanggal : Kamis/09 Januari 2020
- Waktu : 09.00 s.d. 10.00 WIB
- Lokasi : Ruang Ujian P3

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Dr. Nurul Huk, M.A.  
 190616199503



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

Jalan: Hutan Faraqi Pagar Dewa Kota Bengkulu 36211  
Telepon: (0736) 51376-51171-51172-53679 Faksimile: (0736) 51171-51172  
Website: www.iainbengkulu.ac.id

BLANKO NILAI UJIAN KOMPREHENSIF ONLINE

HARI/TANGGAL : Jumat / 30 Juli 2021  
NAMA/NIM : Bella Ayu Yuliasni Utami  
JURUSAN/PRODI : Ekonomi Islam / Perbankan Syariah  
UJIAN KE : 1 (satu)

NO	KODE SOAL	NILAI
1	Keislaman 1	73
2	Keislaman 2	70
3	Keislaman 3	68
4	Keislaman 4	77
5	Keislaman 5	70
6	Keilmuan 1	68
7	Keilmuan 2	70
8	Keilmuan 3	69
9	Keilmuan 4	65
10	Keilmuan 5	70
Nilai Rata - Rata		70

Ketentuan :

1. Bobot nilai tiap soal dalam angka 10 – 100
2. Mahasiswa/I dinyatakan lulus jika mencapai rata - rata nilai minimal 70
3. Keterangan Nilai :
  - a.  $80 - 100 = A$
  - b.  $70 - 79 = B$

Bengkulu, .....  
Penguji,

( Andi Harjepen, M. Kom )  
NIDN. 2014128401



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
Jalan Pahlawan Fatah Pahlawan Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0730) 51276-51171-51172 - Faksimil (0730) 51173-51172  
Website: www.uinfatmawati.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIARISME**  
Nomor: 153/SKLP-FEBI/02/12/2022

Ketua Tim Uji Plagiarisme Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : BELLA AYU YULIASNI UTAMI  
NIM : 1611140042  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi  
Judul Tugas Akhir : PERAN STAF MARKETING MIKRO DALAM  
MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH PEMBIYAAAN  
MUDHARABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA  
KC S PARMAN 1 BENGKULU

Dinyatakan lulus uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil **28%**. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

Demikian surat keterangan ini disampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Bengkulu, 8 Desember 2022  
Ketua TIM / Wakil Dekan I

**Dr. Nurul Hak, MA**  
NIP. 196606161995031002





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51278-51171-51172-53079 Faksimil (0736) 51171-51172  
Website: www.iainbangkulu.ac.id

Nomor : 1605 /In.11/F.IV/PP.00.9/11/2021  
Lampiran : Satu Berkas Proposal Skripsi  
Perihal : Mohon Izin Penelitian

16 November 2021

Tu. Kepala KESBANGPOL Kota Bengkulu  
di  
Bengkulu

Dengan Hormat,  
Sehubungan akan dilaksanakannya penelitian Skripsi Mahasiswa Program Studi Strata  
Satu (S.1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun Akademik 2021/2022,  
dengan ini kami mohon kiranya berkenan memberikan izin penelitian kepada saudara :

Nama : Bella Ayu Yuliasni Utami  
NIM : 1611140042  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan syariah  
Semester : Sebelas (XI)  
Waktu Penelitian : Tanggal 17 November s.d 17 Desember 2021  
Judul Skripsi : Peran Staf Marketing Mikro dalam Meningkatkan Loyalitas  
Nasabah Pembiayaan *Mudharabah* Pada Bank Syariah  
Indonesia KC Tanah Patah Bengkulu  
Tempat Penelitian : Bank Syariah Indonesia KC. Tanah Patah

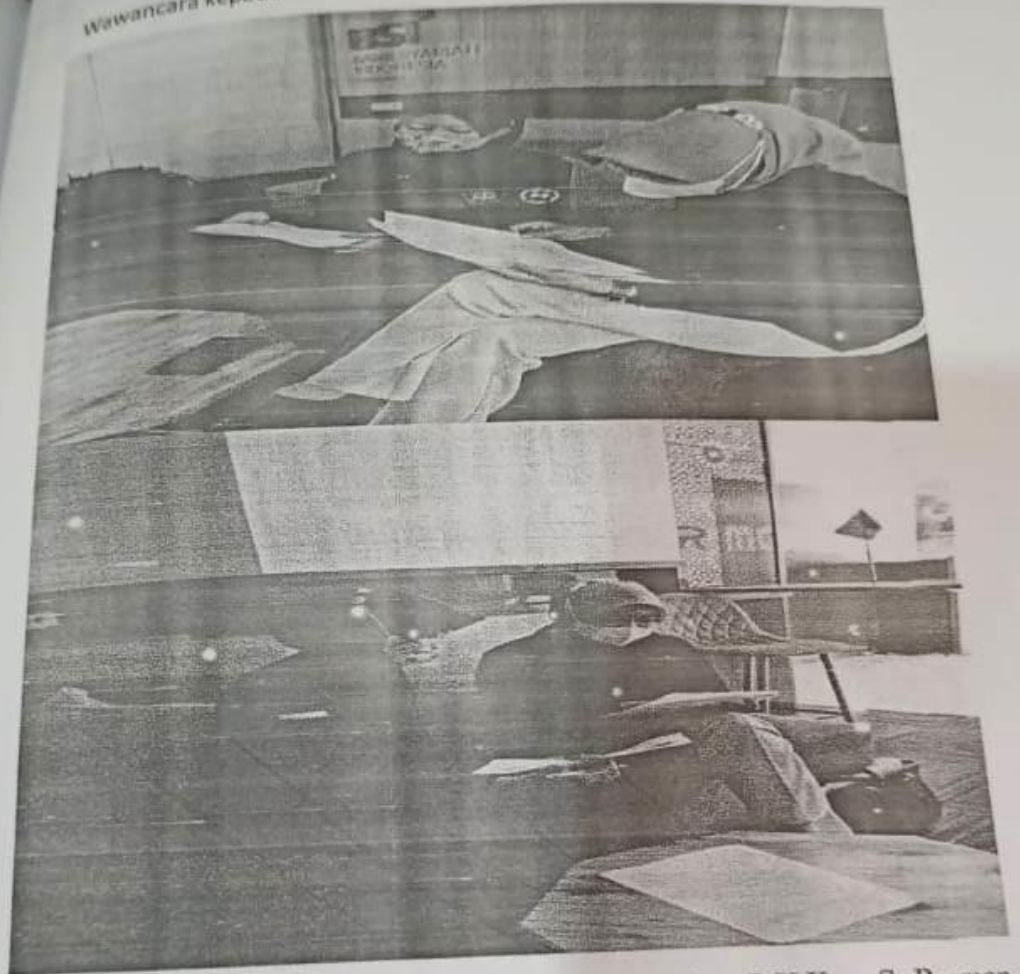
Demikian permohonan izin ini kami sampaikan, atas perkenan dan kerjasama yang baik  
diucapkan terima kasih.

Mengetahui  
An. Plt. Dekan,  
Plt. Wakil Dekan I

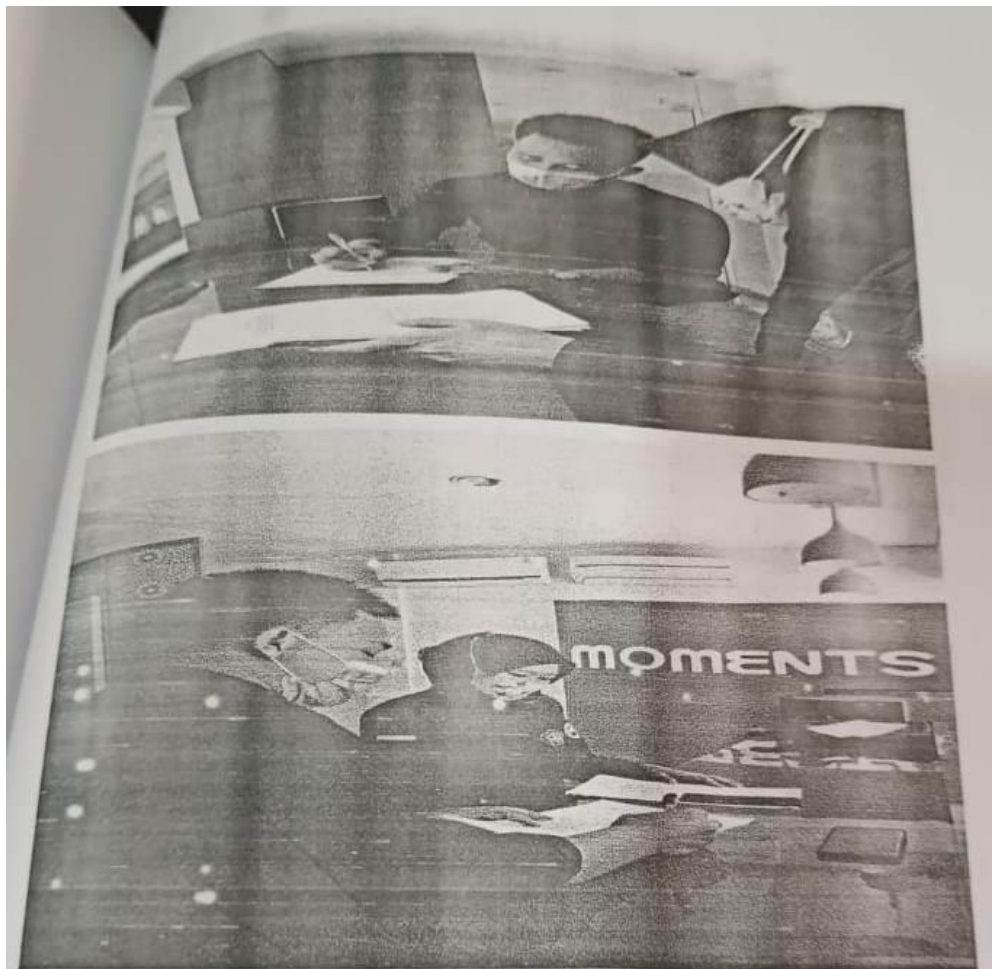


Nurul Hak

Wawancara kepada



Wawancara kepada Reniy Rahma, Staf Marketing BSI Kcp. S. Parman



Wawancara kepada A. Agung, Staf Marketing BSI Kcp. S. Parman

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**  
No. 02/UK-3/056

Assalamu'alaikum Wt. Wb

PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bengkulu S Parman 1 menerangkan bahwa

Nama : Bella Ayu Yullasni Utami  
NPM : 1611140042  
Universitas : IAIN Bengkulu/UIN Bengkulu

Yang bersangkutan benar telah melakukan penelitian di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bengkulu S Parman 1 dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul  
**"Peran Staf Marketing Mikro Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia KC. S Parman 1 Bengkulu"**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Wassalamu'alaikum Wt. Wb

Bengkulu, 10 Juni 2022

PT. Bank Syariah Indonesia  
Branch Office Bengkulu S Parman 1

**BSI** BANK SYARIAH INDONESIA

Rahma Hasri Adin  
Customer Service Supervisor