

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada tanggal 1 Nopember 1991 berhasil dibentuk Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang mulai beroperasi pada bulan September 1992. Keberadaan BMI saat itu belum mendapatkan perhatian yang lebih dari masyarakat luas dan pemerintah, namun ternyata BMI mampu memberi kejutan kepada semua pihak, karena di saat bank-bank di Indonesia terliquidasi, BMI menunjukkan keadaan keuangan yang stabil. Dari kenyataan yang terjadi tersebut merupakan awal kesuksesan Lembaga Keuangan Syariah dan lembaga keuangan bersistem syariah mulai dikembangkan. BMI mempunyai satu tujuan mulia untuk membantu masyarakat ekonomi menengah kebawah, maka kali pertamanya dicoba untuk mendirikan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS).

Pendirian BPRS ternyata belum sesuai dengan tujuan semula, karena dengan kata pengkreditan sebenarnya tidak pas dengan konsep Lembaga Keuangan Syariah karena pendirian BPRS belum dapat menjawab permasalahan yang ada, maka langkah yang ditempuh adalah membentuk Koperasi Syariah yang tidak lain adalah *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT).<sup>1</sup> Tujuan berdirinya BMT adalah meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup anggota pada khususnya dan masyarakat daerah kerja pada umumnya, dengan sistem dan konsep syariat Islam.

---

<sup>1</sup>Fitri Nurhatati, *Koperasi Syariah*. (Surakarta: PT Era Adicitra Intermedia, 2012), hal. 25

Selain itu mengembangkan kegiatan amal jariyah (zakat, infak dan shadaqah) untuk disalurkan pada kaum dhuafa dan fakir miskin, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional.

*Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) sebagai penggerak sektor riil dapat berkembang pesat jika didukung oleh tersedianya sumber dana yang memadai dan sesuai dengan nilai-nilai keadilan dan pengelolaan organisasi/SDM yang baik. BMT berkontribusi bagi suksesnya proses pembangunan, sehingga pelan tapi pasti dapat mengikis atau mengurangi jumlah penduduk miskin di Indonesia. Meningkatnya permintaan akan modal membuat pertumbuhan lembaga pembiayaan termasuk BMT menjadi semakin banyak. Oleh karena itu BMT dituntut untuk lebih meningkatkan kinerjanya dalam persaingan bisnis melalui perbaikan kinerja karyawan. Peranan karyawan ataupun seorang pelayanan dalam lembaga keuangan hendaknya memberikan dampak positif dan menjadi penopang kemajuan perbankan. Dengan pelayanan yang diberikan pastinya akan lebih banyak masyarakat yang tertarik menggunakan jasanya.

Pengertian koperasi menurut Undang-undang Nomor 25 tahun 1992 koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut

membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945.<sup>2</sup>

Koperasi syariah seperti halnya BMT dan BTM di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga menyebabkan persaingan-persaingan yang semakin ketat antar koperasi atau lembaga keuangan lainnya. Pesaing memperebutkan pelanggan di Indonesia juga sangat ketat. Dengan jumlah koperasi syariah dan Kantor Cabang yang sudah banyak dan produk yang ditawarkan beragam, kualitas pelayanan memang masih ampuh bagi koperasi untuk mempertahankan anggota lama atau mendapatkan anggota baru.

Sebagai lembaga keuangan, koperasi syariah memiliki tugas memberikan jasa-jasa keuangan. Oleh karena itu, koperasi syariah harus dapat menjaga kepercayaan dari anggotanya. Kepercayaan sangat penting, karena tanpa kepercayaan mustahil koperasi dapat hidup dan berkembang. Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan anggotanya tersebut maka koperasi syariah perlu menjaga citra positif dimata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif.<sup>3</sup>

Sebuah koperasi syariah selayaknya memiliki lingkungan kerja yang sejalan dengan syariah. Dalam hal etika, misalnya *amanah* dan

---

<sup>2</sup>Undang-undang No. 25 Tahun 1992

<sup>3</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*. (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 201

*siddiq*, harus melandasi setiap karyawan sehingga tercermin integritas eksekutif muslim yang baik. Disamping itu, karyawan koperasi syariah harus *skillful* dan profesional (*fatahah*), dan mampu melakukan tugas secara team-work dimana informasi merata diseluruh fungsional organisasi (*Tabliq*). Selain itu cara berpakaian dan tingkah laku dari para karyawan merupakan cerminan bahwa mereka bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang membawa nama besar Islam, sehingga tidak ada aurat yang terbuka dan tingkah laku yang kasar. Demikian juga dalam menghadapi anggotanya, akhlak harus senantiasa terjaga. Nabi SAW mengatakan bahwa senyum adalah sedekah.<sup>4</sup>

Salah satu aktivitas koperasi terutama koperasi syariah adalah memberikan pelayanan jasa perbankan bagi konsumennya (anggotanya) yang berpedoman pada syariah Islam yaitu Al-Quran dan As-Sunah. Mulai dari sistem, operasional, dan prosedur kerja pada koperasi syariah dan produk jasanya harus sesuai dengan konsep syariah. Seluruh aktivitasnya selalu memperhatikan *service* (pelayanan). Dalam hal pelayanan posisi sumber daya manusia (SDM) paling menentukan dibandingkan dengan mesin atau perangkat apapun yang ada dalam perusahaan. Jadi untuk meningkatkan citranya maka koperasi syariah perlu menyiapkan karyawan atau sumber daya manusia yang mampu menangani keinginan dan

---

<sup>4</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal. 34

kebutuhan anggotanya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan anggota ini kita sebut *customer service* (CS).<sup>5</sup>

Pelayanan anggota atau *customer service* (CS) disini maksudnya adalah pelayanan anggota yang mempunyai tugas memberikan informasi mengenai produk atau jasa yang akan dipasarkan. Hal demikian dimungkinkan karena kesesuaian, kejelasan informasi atau spesifikasi produk atau jasa secara terperinci merupakan hal yang dapat menunjang kelancaran hubungan antara pihak koperasi dan anggotanya. Oleh karena itu pelayanan kepada anggota ini merupakan persoalan pokok dalam persaingan antar lembaga keuangan, juga merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perusahaan, karena pelayanan nasabah merupakan salah satu kegiatan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Peranan *customer service* juga merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh suatu perusahaan. Dalam melakukan pelayanan peranan dari *customer service* ini berhubungan langsung dengan pilihan konsumen, maka dari itu harus diperlukan *customer service* yang handal. Pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang di tunjukkan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>6</sup> Fungsi *customer service* adalah sebagai resepsionis, sebagai deskman, sebagai salesman, sebagai *customer relation officer*, sebagai komunikator.

---

<sup>5</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hal. 201

<sup>6</sup>*Ibid.*, hal. 202

Dalam praktiknya fungsi dan tugas *customer service* di BMT Istiqomah dan BTM surya madinah yaitu:

1. Sebagai resepsionis, seorang *customer service* bertugas menerima tamu/anggota yang datang ke koperasi.
2. Sebagai deskman, *customer service* bertugas memberikan informasi mengenai produk-produk yang dimiliki koperasi.
3. Sebagai salesman, tugas *customer service* berusaha sekuat tenaga menjual produk.
4. Sebagai *customer relation officer*, *customer service* harus menjaga hubungan baik antara koperasi dengan anggotanya.
5. Sebagai komunikator, *customer service* bertugas mengkomunikasikan kepentingan perusahaan dengan kepentingan anggotanya, komunikasi penting karena dapat memper erat hubungan antara anggota dengan koperasi.

*Customer service* memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak bank dalam menghadapi nasabah. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *customer service* yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* juga harus dapat menjaga pelanggan lama agar tetap menjadi pelanggan perusahaan.<sup>7</sup>

Seorang *customer service* dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan diembannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan terhadap nasabah. Dasar-dasar

---

<sup>7</sup>Kasmir, *Kewirausahaan*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 275-276

pelayanan perlu dikuasai oleh seorang *customer service* sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah sangat beragam. Ada beberapa dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami, yaitu sebagai berikut :

1. Berpakaian dan berpenampilan rapih dan bersih
2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal
4. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
6. Bergairah dalam menangani nasabah
7. Jangan menyela
8. Mampu meyakini pelanggan
9. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan
10. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.<sup>8</sup>

*Customer service* itu ibarat wajah terdepan sebuah perusahaan. Seorang *customer service* mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan anggota, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi dengan detail. Cara *customer service* dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sesungguhnya sikap koperasi tersebut dalam memberikan layanan kepada anggotanya. Sehingga baik buruk pelayanannya akan mempengaruhi persepsi dan loyalitas pelanggan terhadap koperasi tersebut.

---

<sup>8</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hal. 205-206.

Salah satu cara koperasi syariah agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh pelanggan sebanyak-banyaknya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara koperasi dan anggotanya menjadi akrab, memberikan kesan yang baik bagi anggota, membentuk suatu rekomendasi dari anggota yang satu ke anggota yang lain yang dapat menguntungkan koperasi dan terciptanya loyalitas anggota. Anggota yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan anggota baru.

*Customer service* tidak hanya menjaga anggota lama tetapi juga harus meningkatkan loyalitas anggota pada koperasi yang bersangkutan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota, antara lain adalah kepuasan, kepercayaan, dan komitmen dari anggota itu sendiri. Kepuasan hanya salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas pelanggan. Jadi mempertahankan pelanggan sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan terutama perusahaan di bidang perbankan, hal ini disebabkan karena dengan mempertahankan pelanggan, berarti dapat meningkatkan penerimaan atau pendapatan perusahaan dalam penjualan produk.

Loyalitas berasal dari kata “Loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan.<sup>9</sup> Loyalitas pelanggan adalah

---

<sup>9</sup>Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka, 1988).

komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.<sup>10</sup>

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Adapun pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*)
2. Membeli diluar lini produk atau jasa (*purchases across product and service lines*).
3. Mereferensikan produk perusahaan kepada orang lain (*Refers other*).
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the fullof the competition*).<sup>11</sup>

Loyalitas pelanggan adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antar perusahaan dengan pelayanannya. Demikian pula dengan BMT Istiqomah dan BTM Surya Madinah Tulungagung yang berupaya untuk menjalin hubungan kerjasama tersebut sebaik-sebaiknya dengan para anggotanya melalui peranan *customer service*.

Sehubungan dengan pentingnya *customer Service* tersebut, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan yakni perusahaan yang bergerak

---

<sup>10</sup>Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. (Bandung: ALFABETA, 2010), hal. 129

<sup>11</sup>*Ibid.*, hal. 130

dibidang jasa perbankan. Dalam upaya untuk lebih meningkatkan jumlah nasabah, serta menciptakan loyalitas nasabah agar tidak beralih ke lembaga keuangan lainnya, maka upaya yang dilakukan oleh koperasi syariah adalah dengan menerapkan *customer service* yang mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap anggotanya. Oleh karena itu untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan lembaga keuangan lainnya maka perlu diciptakan hubungan yang baik dengan para anggota, baik anggota lama maupun calon anggota, untuk menciptakan loyalitas anggota khususnya anggota penabung.

Anggota penabung disini adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank syariah dan/atau Unit Usaha Syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara Bank syariah dan/atau Unit Usaha Syariah dengan nasabah yang bersangkutan.<sup>12</sup> Jadi anggota penabung ini menitipkan sebagian dana yang dimilikinya untuk diolah oleh koperasi yang bersangkutan dan dengan cara menabung ini anggota akan merasa aman. Semakin lengkap jasa koperasi yang diberikan maka semakin baik, hal ini disebabkan jika anggota hendak melakukan sesuatu transaksi cukup berhenti di satu koperasi saja. Demikian pula sebaliknya, jika jasa koperasi yang diberikan kurang lengkap, maka anggota terpaksa untuk mencari lembaga keuangan yang lain yang menyediakan jasa yang mereka butuhkan.

---

<sup>12</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 362

Maka dari itu terhadap tuntutan para anggota tersebut, diantaranya melalui aktivitas *customer service* yang bertugas melayani, memberikan informasi tentang produk-produk dan fasilitas-fasilitas apa saja yang dimiliki oleh koperasi syariah serta menciptakan hubungan yang harmonis dengan para anggota atau calon anggota. Dengan adanya hubungan baik tersebut akan dapat menarik minat dan perhatian masyarakat untuk menabung dan menggunakan jasa koperasi syariah. Akan tetapi tumbuhnya minat dan perhatian masyarakat untuk menabung atau menggunakan jasa koperasi tersebut tidak akan muncul dengan sendirinya jika tidak terdapat kepuasan dihati masyarakat atau anggota tersebut akibat pelayanan yang diberikan oleh *customer service* di koperasi manapun.

Pelayanan yang diberikan oleh *customer service* haruslah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan koperasi syariah kepada anggotanya. Hal ini dilakukan dengan sikap menolong, bersahabat dan professional yang memuaskan anggota agar anggota tersebut datang kembali untuk berbisnis dengan kita. Dengan cara seperti itu seorang *customer service* dapat menikmati pekerjaannya dan memajukan karirnya pada koperasi syariah tersebut. Pelayanan anggota yang bermutu menuntut adanya upaya dari keseluruhan karyawan bukan hanya yang bertugas di *front office*, yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga para karyawan di *back office* yang menghasilkan pelayanan di belakang layar yang tidak kelihatan oleh nasabah.

*Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) Istiqomah didirikan pada tanggal 3 Maret 2001 yang dibidangi oleh 36 orang pendiri. Pada tanggal 4 Juni 2001 BMT Istiqomah diresmikan operasionalnya oleh Direktur Pinbuk Tulungagung dengan Sertifikat Binaan Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) Tulungagung Nomor: 00101/ 52000/ PINBUK/ VI/2001. *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) Istiqomah, bertempat di Jl. Dahlia No. 8 Karangrejo Tulungagung. Visi dan Misi BMT Istiqomah Tulungagung

#### 1. Visi

Visi adalah cara pandang atau obsesi terhadap sesuatu. Maka dalam pengertian ini visi yang dikembangkan oleh Komsyah Istiqomah adalah:

- a. Koperasi adalah sokoguru perekonomian nasional yang harus terus menerus dikembangkan.
- b. Koperasi diharapkan mampu menumbuhkan dan mengembangkan kegiatan ekonomi anggota dan masyarakat.
- c. Koperasi Syari'ah diharapkan mampu memberikan warna keagamaan dalam kegiatan ekonomi anggota dan masyarakat.

#### 2. Misi

Misi adalah tujuan yang diemban dari aktivitas tertentu. Dari pengertian ini misi yang diamanatkan kepada Komsyah Istiqomah adalah:

- a. Menjadikan Komsyah Istiqomah sebagai lembaga yang secara aktif mensosialisasikan arti penting Koperasi dalam kegiatan ekonomi anggota dan masyarakat.
- b. Menciptakan peluang ekonomi, baik melalui pengembangan sektor usaha perkoperasian, penyediaan permodalan, maupun pembinaan usaha anggota dan masyarakat.
- c. Berupaya mengimplementasikan konsep-konsep syari'ah dalam kegiatan ekonomi, baik dalam kaitannya dengan kegiatan dan usaha lembaga maupun kegiatan ekonomi dalam masyarakat.<sup>13</sup>

*Baitut Tamwil Muhammadiyah* (BTM) Surya Madinah Tulungagung yang dinaungi dan didukung oleh Yayasan Baitul Maal Muhammadiyah. Didirikan pada tanggal 1 April 2002 dan dikukuhkan sebagai Kopsyah dan UKM Kabupaten Tulungagung atas nama Menteri Negara Urusan Koperasi dan UKM dengan akta pendirian Badan Hukum Nomor: 188.2/41/BH/424.75/2002 tanggal 23 September 2002. BTM Surya Madinah didirikan atas dasar organisasi Muhammadiyah yang berfungsi untuk pembiayaan dan penyaluran dana kepada masyarakat umum tidak hanya untuk kalangan kelompok Muhammadiyah tapi juga untuk semua basis organisasi, dan untuk semua umat Islam pada umumnya. Dalam menjalankan kegiatannya Baitut Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah memiliki Visi dan Misi antara lain sebagai berikut:

---

<sup>13</sup>Buku Rapat Anggota Tahunan (RAT) BMT Istiqomah Tulungagung Tahun 2017

## 1. Visi

Untuk meningkatkan pelayanan kepada para anggota dan calon anggota serta meningkatkan kesejahteraannya, KSPPS BTM Surya Madinah memiliki visi: “Menciptakan industri jasa keuangan yang sehat dan berkelanjutan dengan tetap berorientasi pasar”.

## 2. Misi

- a. Menyediakan jasa layanan keuangan kepada anggota dan calon anggota serta Anggota Luar Biasa.
- b. Meningkatkan pendapatan anggota khususnya dan calon anggota serta anggota Luar Biasa.
- c. Mensejahterakan anggota khususnya dan masyarakat luas pada umumnya.
- d. Memperluas dan memperbesar pangsa pasar usaha anggota dan calon anggota.
- e. Membangun kesadaran masyarakat akan kehidupan bergotong royong dalam melakukan aktivitas usahanya.<sup>14</sup>

*Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) Istiqomah Tulungagung dan *Baitut Tamwil Muhammadiyah* (BTM) Surya Madinah Tulungagung merupakan koperasi syariah yang dalam menjalankan kegiatan usahanya selalu mengutamakan kepuasan anggota diantaranya melayani masyarakat yang ingin menabung dan juga memberikan fasilitas pinjaman kepada masyarakat yang ingin membutuhkan. Kemajuan sebuah lembaga

---

<sup>14</sup>Buku Rapat Anggota Tahunan (RAT) BTM Surya Madinah Tulungagung Tahun 2018

keuangan tidak semata-mata terletak pada seberapa besar laba yang mereka peroleh. Namun juga terletak pada loyalitas nasabahnya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Peranan Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota Penabung pada Baitul Maal wat Tamwil Istiqomah dan Baitut Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung”**. Penelitian saya ini memilih BMT Istiqomah Tulungagung dan BTM Surya Madinah Tulungagung sebagai obyek penelitian karena dianggap representative sebagai salah satu lembaga keuangan syariah di Kota Tulungagung yang sedang berkembang saat ini.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari penelitian di atas yang berjudul Peranan Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota Penabung pada Baitul Maal wat Tamwil Istiqomah dan Baitut Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota penabung di BMT Istiqomah dan BTM Surya Madinah Tulungagung?
2. Bagaimana loyalitas anggota penabung di BMT Istiqomah dan BTM Surya Madinah Tulungagung?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota penabung di BMT Istiqomah dan BTM Surya Madinah Tulungagung.
2. Untuk mengetahui loyalitas anggota penabung di BMT Istiqomah dan BTM Surya Madinah Tulungagung.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritis
  - a. Sebagai acuan atau dasar teoritis bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan pembahasan mengenai masalah peranan *customer service* dan loyalitas anggota khususnya anggota penabung.
  - b. Untuk membangun penelitian dibidang perbankan syari'ah.
  - c. Untuk perbendaharaan perpustakaan IAIN TULUNGAGUNG.
2. Secara praktis
  - a. Sebagai bahan masukan atau pertimbangan perusahaan khususnya *customer service* untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
  - b. Sebagai kontribusi pengetahuan tentang peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota penabung untuk masyarakat umum.

## E. Penegasan Istilah

### 1. Konseptual

#### a. Peranan *Customer Service*

*Customer Service* berperan dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah yang ingin bertransaksi dengan bank. *Customer Service* (pelayanan pelanggan) adalah kualitas perlakuan yang diterima oleh pelanggan selama berlangsungnya kontrak bisnis dengan perusahaan, dan pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mengenai sasaran dalam arti sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan para pelanggan atau nasabah tersebut.

Secara umum, peranan *customer service* bank adalah:

1. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
2. Berusaha untuk mendapatkan nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.<sup>15</sup>

#### b. Loyalitas

Loyalitas berasal dari kata dasar “Loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan.<sup>16</sup> Oliver mendefinisikan loyalitas (*loyalty*) sebagai “komitmen yang

---

<sup>15</sup>Kasmir, *Etika Customer service*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 181

<sup>16</sup>Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia...*,

dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih”.<sup>17</sup>

c. Anggota

Orang-orang/ badan hukum koperasi yang mempunyai kepentingan ekonomi yang sama sebagai pemilik dan sekaligus pengguna jasa, berpartisipasi aktif untuk mengembangkan usaha lembaga (koperasi) dan syarat-ayarat lain yang ditentukan dalam anggaran dasar serta terdaftar dalam buku daftar anggota.<sup>18</sup>

d. Anggota Penabung (penyimpan)

Nasabah yang menempatkan dananya di Bank syariah dan/atau Unit Usaha Syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara Bank syariah dan/atau Unit Usaha Syariah dengan nasabah yang bersangkutan.<sup>19</sup>

e. *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT)

merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti zakat, infaq, dan shadaqah. Sedangkan *baitut tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha tersebut

---

<sup>17</sup>Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, edisi 13, jilid 1*. (Yogyakarta: Erlangga 2009), hal. 138

<sup>18</sup>Andriani Septika, *Mengenal Uang dan Lembaga Keuangan*. (Depok: PT Media Cerdas Nasional, 2012), hal. 61

<sup>19</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan...*, hal. 362

menjadi bagian yang tak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan Islam.<sup>20</sup>

f. *Baitut Tamwil Muhammadiyah* (BTM)

BTM adalah kependekan dari *Baitut Tamwil Muhammadiyah*, Yaitu Lembaga Keuangan Mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah artinya, semua transaksi keuangan dilakukan dengan akad sesuai syariat Islam. Sedangkan kedudukan lembaga keuangan tersebut merupakan Amal Usaha Ekonomi Muhammadiyah.<sup>21</sup>

2. Operasional

Secara operasional yang dimaksud dengan peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota penabung pada BMT Istiqomah dan BTM Surya Madinah Tulungagung adalah dengan adanya peranan *customer service* yang baik dalam proses perbankan serta untuk meningkatkan loyalitas anggota penabung itu dapat memperluas dan mendukung pertumbuhan koperasi Syariah khususnya BMT Istiqomah dan BTM Surya Madinah Tulungagung yang dideskripsikan melalui wawancara dan dokumentasi.

---

<sup>20</sup>Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*. (Jakarta: Kencana, 2010), hal. 261

<sup>21</sup>A. Djazuli, Yadi Janwari, *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat, Sebuah Pengenalan*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2002), hal. 183

## F. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis membuat sistematika penulisan menggunakan pedoman penulisan dari buku pedoman penulisan skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung tahun 2017. Penelitian ini terdiri dari tiga bagian utama yaitu bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir.

Bagian awal penelitian terdiri dari cover, pengajuan, persetujuan pembimbing, pengesahan, persembahan, abstrak, kata pengantar, dan daftar isi. Sedangkan bagian utama dari penelitian ini ada enam bab, yaitu :

BAB I : Pendahuluan, terdiri dari latar belakang pemilihan judul, rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian, penegasan istilah, sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Dalam bab ini berisi tentang: Kajian teori Tentang *customer service* yang berisi; pengertian *customer service*, fungsi dan tugas *customer service*, peranan *customer service*, loyalitas yang berisi; pengertian loyalitas, karakteristik loyalitas pelanggan, yang berisi; pengertian anggota, jenis-jenis anggota, hak sebagai anggota, BMT, yang berisi; pengertian BMT, ciri-ciri BMT, Tujuan BMT, BTM, berisi; pengertian BTM, penelitian terdahulu, kerangka berpikir (Paradigma).

- BAB III : Metodologi Penelitian, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.
- BAB IV : Hasil penelitian, terdiri dari gambaran umum objek yang diteliti, temuan penelitian, dan analisis data.
- BAB V : Pembahasan, Terdiri dari analisis data hasil penelitian.
- BAB VI : Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian.