

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Peranan *Customer Service* dan *Personal Marketing* Dalam Meningkatkan Jumlah dan Loyalitas Nasabah pada BMT Pahlawan Tulungagung” ini ditulis oleh Diana Suryaningrum, NIM 2823133169, Jurusan Perbankan Syari’ah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam dan dibimbing oleh Dr. Nur Aini Latifah, SE.MM. Skripsi ini dilatar belakangi oleh tingginya tingkat persaingan, serta nasabah yang semakin selektif mengharuskan lembaga keuangan memiliki suatu strategi sebagai usaha untuk menarik minat serta mempertahankan loyalitas nasabah. Strategi yang diterapkan tidak lepas dari peran seorang *personal marketing* dan *customer service* yang keduanya merupakan peran penting sebagai jembatan antara nasabah dengan lembaga keuangan. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui strategi peranan *customer service* dan *personal marketing* dalam meningkatkan jumlah dan loyalitas nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung. Fokus masalah dalam penulisan skripsi ini adalah, 1). Bagaimana strategi pelayanan *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung? 2). Apa upaya pelayanan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung? 3). Bagaimana strategi *personal marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung? 4.) Apa upaya *personal marketing* dalam meningkatkan loyalitas nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung?.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dan upaya-upaya yang dilakukan *customer service* dan *personal marketing* dalam meningkatkan jumlah dan loyalitas nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung. Skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi BMT Pahlawan Tulungagung agar dapat meningkatkan kinerja karyawan. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan atau referensi bagi peneliti selanjutnya. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode observasi dan wawancara mendalam serta dokumentasi.

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa 1.) strategi pelayanan *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan cara berkomunikasi dengan nasabah dengan baik dan sopan serta menawarkan produk-produk BMT Pahlawan kepada nasabah yang datang agar mengajak rekan-rekannya bergabung dengan BMT Pahlawan. 2.) Upaya pelayanan customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah adalah dengan menerapkan sistem pelayanan 3 S (Senyum, Sapa, Salam) serta memberikan apresiasi kepada nasabah yang tidak memiliki pelanggaran. 3.) Strategi personal marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan menggunakan sistem promosi dor to dor bertamu dan bersilaturahmi ke masyarakat secara langsung . 4.) Upaya personal marketing dalam meningkatkan loyalitas nasabah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan melakukan pendekatan emosional kepada nasabah.

Kata kunci: Peranan Customer Service, Personal Marketing, Jumlah Nasabah, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Thesis with the title "Role of customer service and Personal Marketing in increasing the number and loyalty of customers on BMT Pahlawan Tulungagung is written by Diana Suryaningrum, NIM 2823133169, Majors Perbankan Syariah, Faculty Economic and Islamic Business and the guided by Dr. Nur Aini Latifah, SE, MM. The Thesis is based on the high level of competition, and the more selective customers require financial institutions to have a strategy as an effort to attract interest and maintain customer loyalty. The strategy applied can not be separated from the role of a personal marketing and customer service which both have an important role as a bridge between customers and financial institutions. In this research, the researcher wants to know the role strategy of customer service and personal marketing in increasing the number and loyalty of customer on BMT Pahlawan Tulungagung. The focus of the problem in writing this thesis is, 1.) How customer service strategy in increasing the number of customers on BMT Pahlawan Tulungagung? 2.) What is the effort of customer service in improving customer loyalty on BMT Pahlawan Tulungagung? 3.) How personal marketing strategy in increasing the number of customers on BMT Pahlawan Tulungagung? 4.) What is the effort of personal marketing in improving customer loyalty on BMT Pahlawan Tulungagung?

The purpose of this study is to determine the strategies and efforts made customer service and personal marketing in increasing the number and loyalty of customers on BMT Pahlawan Tulungagung. This thesis is expected to provide benefits for the BMT Pahlawan Tulungagung in order to improve employee performance. In addition, this study is expected to be used as input or reference material for further researcher. In this research using a qualitative approach and a descriptive type of approach. The data collection techniques in this study is by using methods of observation and in-depth interviews and documentation.

Based on the results of the analysis can be 1.) concluded that customer service, service strategy in increasing the number of customer is to communicate with customers well and polite and offer products of BMT Pahlawan product to customers who come to invite colleagues to join the BMT Pahlawan 2.) Customer service effort in improving customer loyalty is by applying service system 3S (smile, greeting, salam) and give appreciation to customers who do not have a violation 3.) Personal marketing strategy in increasing the number of customers by using door to door promotion system to visit and stay in touch with the community directly. 4.) Personal marketing efforts in improving customer loyalty by improving service quality and taking an emotional approach to customers.

Keywords : role of customers, personal marketing, customer number, customer loyalty