

**STRATEGI BSI KCP MAJENE DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH PERSPEKTIF HUKUM
EKONOMI SYARIAH**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Merahi Gelar Sarjana Hukum (S.H)
pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) Jurusan Syariah dan
Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam
Negeri (STAIN) Majene

Oleh:
MUHAMMAD RIZAL. A
NIM: 20256119027

**JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI BISNIS ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NERERI
MAJENE
2024**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Strategi BSI KCP Majene dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Perspektif Hukum Ekonomi Syariah” yang disusun oleh **Muhammad Rizal A, NIM 20256119027**, Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Rabu, tanggal 29 Agustus 2024 M, bertepatan dengan tanggal 24 Safar 1446 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, dengan beberapa perbaikan.

Majene, 19 Desember 2024 M

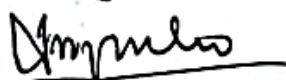
07 Jumadil Akhir 1446 H

DEWAN PENGUJI

Ketua : Aminuddin Lahami, S.H., M.H
Sekretaris : Iqbal, M.Hum
Pembimbing I : Supradi, S.H, M.H
Pembimbing II : Atirah, M.Pd
Penguji I : A. Jusran Kasim, S.H.I., M.H
Penguji II : Nur Astaman Putra, M.Pd

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Diketahui Oleh:
Ketua Jurusan


Abdul Rahman, M.Pd., Ph.D
NIP. 197312312005011034


PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudara Muhammad Rizal. A , NIM 20256119027, Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada jurusan syariah dan ekonomi bisnis islam STAIN MAJENE, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama skripsi berjudul “Strategi BSI KCP Majene Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Perspektif Hukum Ekonomi Syariah” memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diujikan.

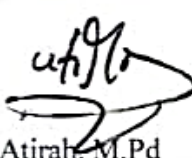
Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Majene, 14 Agustus 2024

Pembimbing I


Supriadi, S.H., M.H
NIP. 19841028 201903 1 001

Pembimbing II


Atirah, M.Pd
NIP. 19951208 202012 2 021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rizal. A
NIM : 20256119027
Tempat/Tgl.Lahir : Wonomulyo/11 November 2000
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam
Judul Skripsi : Strategi BSI KCP Majene Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebahagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Majene, 25 Agustus 2024

Penyusun,



Muhammad Rizal. A
NIM: 20256119027

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Strategi BSI KCP Majene Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Perspektif Hukum Ekonomi Syariah**” dalam waktu yang tidak terlalu lama. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene. Sholawat beserta salam semoga selalu tercurah kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW. sebagai *uswatun hasanah* bagi kita semua dalam hidup dan kehidupan kita, baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Mengingat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman dalam penulisan, sehingga skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang konstruktif dari berbagai pihak demi kesempurnaannya.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari kontribusi berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya terutama kepada kedua orangtua yaitu ayahanda **Ahmadi** dan ibunda **Rosdiani** yang telah membesarkan, mendo’akan serta senantiasa memberikan dukungan, baik moril maupun materil sehingga sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.

Penulis juga tak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Wasilah, S.T., M.T selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.

2. Bapak Abdul Rahman, M.Pd., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.
3. Bapak Supriadi, S.H., M.H. selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, sekaligus sebagai Penguji II yang telah memberikan kritikan dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Supriadi, S.H., M.H dan Ibu Atirah, M.Pd masing-masing sebagai Pembimbing I dan II yang selalu meluangkan waktu memberikan motivasi dan membimbing penulis, mulai dari pembuatan proposal sampai pada penyusunan skripsi ini selesai.
5. Bapak Abdul Rahman, M.Pd., Ph.D. dan Bapak Nur Astaman Putra, M.Pd masing-masing sebagai sebagai Penguji I dan II yang telah memberikan kritikan dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Segenap dosen pada Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Bisnis Islam, baik dosen tetap maupun dosen LB yang telah mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan kepada penulis mulai dari awal perkuliahan sampai pada tahap memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).
7. Segenap staf akademik, baik pada Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Bisnis Islam maupun pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene secara keseluruhan.
8. Kepada Bapak Syahrul Asmara selaku Branch Operations dan Service Manager BSI KCP Majene yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di BSI KCP Majene sekaligus menjadi Narasumber yang telah membantu dalam proses penelitian sampai selesai.
9. Terima kasih pula saya sampaikan kepada saudara saya Niham serta semua keluarga dan teman yang tak sempat penulis sebutkan satu persatu atas motivasi, dukungan/bantuan yang telah diberikan, baik yang bersifat moril

maupun materil selama penulis menempu perkuliahan sampai berhasil memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)

10. Terimakasih kepada keluarga besar HES 1 angkatan 2019 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku perkuliahan

Semoga skripsi ini dapat berkontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi para pembaca, serta segala bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak bernilai ibadah dan dilipatgandakan pahalanya oleh Allah SWT, amin..

Majene, 25 Agustus 2024

Penulis,



Muhammad Rizal. A

20256119027

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
ABSTRAK	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus.....	5
D. Penelitian Terdahulu	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN TEORETIS	11
A. Hukum Ekonomi Syariah	11
1. Pengertian dan Ruang Lingkup Hukum Ekonomi Syariah .	11
2. Prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah	12
B. Strategi.....	15
C. Bank Syariah.....	17
1. Defenisi Bank Syariah.....	17
D. Loyalitas Nasabah.....	18
1. Pengertian Loyalitas.....	18
2. Pengertian Nasabah.....	19
3. Pengertian Loyalitas Nasabah	22
4. Faktor-Faktor Terbentuknya Loyalitas Nasabah.....	25
5. Keuntungan Memiliki Nasabah Yang Loyal.....	26
6. Indikator/Bentuk-Bentuk Loyalitas Nasabah.....	28

BAB III. METODE PENELITIAN	29
A. Jenis dan Lokasi Penelitian.....	29
B. Pendekatan Penelitian	29
C. Sumber Data	30
D. Metode Pengumpulan Data	31
E. Instrumen Penelitian.....	32
F. Tehnik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	33
G. Pengujian Keabsahan Data.....	34
BAB IV. HASIL PENELITIAN.....	35
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
B. Strategi Bank BSI KCP Majene Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah	37
C. Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi BSI KCP Majene Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah.....	52
BAB V. PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Implikasi Penelitian	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	78

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan Transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. *Konsonan*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di

			bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamza	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>ḍammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ي	<i>fathah</i> dan <i>yā'</i>	Ai	a dan i
و	<i>fathah</i> dan <i>wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْف : *kaifa*

هَوَّل : *hauḷa*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ... إ	<i>fathah</i> dan alif atau <i>yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
ى	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	Ī	a dan garis di atas
و	<i>dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū	a dan garis di atas

Contoh:

مَات : *māta*

رَامَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوت : *yamūtu*

4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t].

Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

نَعْمُ : *nu'ima*

عُدُّوْ : *'aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ى) maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : *'Alī* (bukan *'Aliyy* atau *'Aly*)

عَرَبِيٌّ : *'Arabī* (bukan *'Arabiyy* atau *'Araby*)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkandengan huruf ال (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa *alif*.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia

akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari al-Qur'ān), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata- kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī Zilāl al-Qur'ān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*.

Contoh:

بِاللهِ *dīnullāh* دِينُ اللهُ *billāh*

Adapun *tā'* marbūṭahdi akhir kata yang disandarkan kepada *Lafz al-Jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللهِ *hum fī raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedomanerjeaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf

kapital (*Al-*). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallaẓī bi Bakkatamubārakan

Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fih al-Qur‘ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-Munqiz min al-Ḍalāl

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, makakedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-WalīdMuḥammad (bukan: *Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu*)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: *Zaīd, Naṣr ḤāmidAbū*)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta‘ālā</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al-salām</i>
H	=	Hijrah
M	=	Masehi

SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli ‘Imrān/3: 4
HR	=	Hadis Riwayat

Untuk karya ilmiah bahasa Arab, terdapat beberapa singkatan berikut:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلى الله عليه و سلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون نشر
الخ	=	الى اخرهاش الى اخره
ج	=	جزء

ABSTRAK

Nama : Muhammad Rizal. A
NIM : 20256119027
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Strategi BSI KCP Majene Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Penelitian ini membahas tentang 1) Bagaimana strategi Bank BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah, dan 2) Bagaimana perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap strategi yang dilakukan oleh BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

Penelitian ini merupakan penelitian *field research* dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk mendapatkan data dan gambaran yang jelas pada setiap masalah-masalah yang terjadi pada masyarakat. Sumber data yang digunakan bersumber dari hasil observasi, wawancara pihak BSI KCP Majene dan Nasabah pada BSI KCP Majene .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah diterapkan dengan berbagai strategi. Pertama meningkatkan kualitas layanan. Kedua, memperkuat komunikasi dengan nasabah. Ketiga, Memberikan penghargaan kepada nasabah. Ke empat, Meningkatkan kepuasan nasabah dengan Melakukan evaluasi kepuasan nasabah secara rutin untuk mengukur seberapa puas nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh bank BSI. ke lima, Membangun hubungan emosional dengan nasabah. Strategi BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah telah memenuhi prinsip Hukum Ekonomi Syariah yaitu Prinsip Ketuhanan (*Tauhid/Ilahiyah*), Prinsip Keadilan (*al-Adalah*), Prinsip Kenabian (*Nubuwwah*), Prinsip Kebebasan (*al-Hurriyah*), Prinsip Kebolehan Bertransaksi (*al-Ibahah*), dan Prinsip Kemudahan (*al-Taisir*).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas, maka peneliti menawarkan beberapa solusi yang harus di lakukan sebagai implikasi dari penelitian, yaitu 1) BSI KCP Majene perlu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah dan bagaimana prinsip-prinsip tersebut diterapkan dalam produk dan layanan BSI. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai program edukasi seperti seminar, workshop, dan program literasi keuangan syariah, 2) BSI KCP Majene perlu meningkatkan aksesibilitas layanan dengan memperluas jangkauan ATM-nya agar lebih mudah dijangkau oleh nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan membuka ATM di lokasi-lokasi yang strategis.

BAB I

PENDAHULUAN

A. *Latar Belakang Masalah*

Perkembangan bank syariah di Indonesia saat ini menunjukkan kemajuan yang sangat pesat. Ini terlihat dari semakin banyaknya bank-bank umum yang beralih menjadi bank syariah. Hampir seluruh bank umum di Indonesia kini sudah memiliki produk-produk perbankan yang pengelolaannya mengikuti prinsip syariah.

Selain meningkatnya jumlah bank syariah di Indonesia, proses perkembangannya juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu hambatan utama adalah adanya praktik perbankan konvensional yang sudah mengakar dan meluas dalam kehidupan masyarakat, yang membuat adaptasi terhadap perbankan syariah menjadi lebih sulit.

Masalah yang dihadapi oleh bank syariah sering kali terkait dengan kurangnya sumber daya manusia yang memadai. Sebagai lembaga intermediasi, bank syariah berupaya untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiayaan atau layanan lainnya, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan prinsip syariah.

Bank-bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah tidak menggunakan sistem bunga dalam memberikan layanan kepada penyimpan atau peminjam dana. Menurut para ulama, sistem bunga termasuk hal yang dilarang dalam Islam¹. Indonesia mulai menerapkan sistem bagi hasil pada tahun 1992 dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI). Pertumbuhan bank syariah semakin pesat setelah peraturan pemerintah No. 72 tahun 1992 direvisi menjadi UU Perbankan

¹ *Dokumentasi Bank Syariah Indonesia KCP Polewali kabupaten Polewali Mandar*

No. 10 tahun 1998, yang mengatur tentang bank yang beroperasi dengan sistem bagi hasil. Pembaharuan lebih lanjut dilakukan dengan peraturan BI No. 6/24/PBI/2004, yang mengatur bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.²

Dalam memberikan pelayanan, bank syariah diharapkan untuk selalu bersikap lembut dan tidak keras terhadap nasabahnya agar mereka tetap merasa nyaman dan tidak menjauh. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al-Imran ayat 159 yang berbunyi:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Terjemahnya:

“Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.”

Terjemahan Bahasa Mandar:

*“Jari sawa’ pammase di Puang Alla Taala, malumu nyawao lao. Tenna’ mato’dor anna makarras ate do’o tongang na napiakaraio. Jari dappangangi, pirau a’dappangangi, anna sipirau tangngarango’o di lalang urusang di’o. anna mua’ tepumi akkattamu pattawakkalmo’o di Puang Alla Taala. Sitonganna Puang Alla Taala naelo’i sanna’i to mattawakkal lao”.*³

Pelayanan yang berkualitas memiliki karakteristik tertentu, dan hampir semua perusahaan serta lembaga perbankan menetapkan kriteria serupa untuk menciptakan pelayanan yang baik. Peran karyawan atau pelayan dalam industri perbankan saat ini, serta di masa depan, sangat penting untuk kemajuan sektor ini.

² Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syari’ah*, (Cet. I; Yogyakarta: UII Press, 2000), h. 1

³ Muhammad Idham Khalid Bodi, dkk, *Koroang Mala’bi: Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, (Makassar: Direktorat Jendral Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019), h. 125

Dengan pelayanan yang memadai, diharapkan semakin banyak masyarakat yang tertarik untuk menggunakan jasa perbankan tersebut.

Saat ini, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi mempengaruhi peningkatan persaingan di dunia usaha, baik di sektor industri, perdagangan, jasa, maupun perbankan. Untuk meraih kesuksesan dalam persaingan ini, berbagai upaya perlu dilakukan agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai.

Salah satu cara untuk memuaskan nasabah adalah melalui pelayanan yang diberikan. Nasabah akan merasa lebih nyaman berkat keramahan dan kesopanan karyawan. Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki peran penting dalam menyediakan jasa keuangan, termasuk penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit), dan berbagai layanan keuangan lainnya. Oleh karena itu, bank harus menjaga kepercayaan nasabahnya dengan baik.⁴

Salah satu strategi bagi bank untuk meningkatkan pangsa pasar adalah dengan menarik sebanyak mungkin nasabah. Saat ini, pangsa pasar perbankan syariah mencapai 9,03%, sementara bank konvensional menguasai 94%. Perusahaan akan berhasil menarik banyak nasabah jika mampu memberikan kepuasan kepada mereka. Kepuasan nasabah dapat memberikan berbagai manfaat, seperti mempererat hubungan antara perusahaan dan nasabah, menciptakan kesan positif, menghasilkan rekomendasi dari nasabah yang satu ke yang lain, dan membangun loyalitas. Nasabah yang puas dan loyal dapat menjadi sumber peluang untuk menarik nasabah baru.⁵

Loyalitas nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk kepuasan, kepercayaan, dan komitmen nasabah itu sendiri. Kepuasan hanyalah salah satu dari banyak faktor yang dapat membentuk loyalitas nasabah. Oleh karena itu,

⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta, 2005), 201.

⁵ Hendradimadja, A. *Pemasaran Bank: Performa Customer Service Pembinaan Serius dan Peningkatan Performa*, <http://agushendradimandja.blogspot.co.id./2009/08/pemasaran-bank-performa-customer.html> diakses tanggal 23/04/2024

menjaga nasabah sama pentingnya dengan menjaga kelangsungan hidup perusahaan, terutama di sektor perbankan. Mempertahankan nasabah dapat meningkatkan penerimaan atau pendapatan dari penjualan produk. Loyalitas, yang berasal dari kata "loyal," berarti kesetiaan atau komitmen yang mendalam.⁶

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan masyarakat maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakat. Citra ini dapat dibangun melalui produk, kualitas pelayanan dan kualitas keamanan. Tanpa citra perbankan maka bank memerlukan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya.⁷

Jadi untuk meningkatkan kinerja perbankan dan nasabah, dikarenakan perbankan merupakan Bank jasa. Maka pelayanan yang diberikan harus dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya. Pelanggan merupakan satu jalan untuk mempertahankan Bank agar selalu didekati dan diangkat oleh nasabah yang diberikan adalah pelayanan terbaik sehingga nasabah tersebut tidak akan pindah ke Bank lain. Selanjutnya pelayanan yang baik juga harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakrutan data pekerjaan. Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dioperasikan manusia yang berkualitas juga.⁸

Kabupaten Majene menjadi salah satu lokasi penempatan kantor cabang pembantu (KCP) Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia hadir dengan menawarkan beberapa pelayanan yang berprinsip Syariah, pelayanan yang ditawarkan hampir sama dengan pelayanan pada bank lainnya. Setiap bank pasti mempunyai strategi masing-masing menarik nasabah untuk menabung di bank

⁶Hendrawan, Definisi Loyalitas Pelanggan dari <http://ilmumanajemenpemasaranwordpress.com/2009/11/10.definisi-loyalitas-pelanggan>, diakses tanggal 23/042024

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : kencana prenada media, 2004), 201

⁸ A. Hashmi All, *American Institute Of Banking*, Dasar-Dasar Operasional Bank, (Jakarta, Media, 1997), 130.

tersebut. Di kabupaten Majene, tepatnya di Labuang kecamatan bangga timur yang juga menjadi lokasi penempatan KCP BSI yang baru beroperasi pada September 2022, namun nasabah yang didapatkan masih sangat minim, mengingat lokasi tersebut adalah lokasi padat pemukiman dan banyak bank yang beroperasi di daerah tersebut, sehingga persaingan dalam mencari nasabah sangat ketat.

Bank Syariah Indonesia KCP Majene merupakan salah satu lembaga keuangan yang berbasis syariah. Setelah BSI konversi ke sistem syariah secara menyeluruh, maka BSI memerlukan perencanaan strategi demi mempertahankan nasabahnya ditengah persaingan perbankan yang ketat. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin meneliti lebih lanjut terhadap strategi BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabahnya yang dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“STRATEGI BSI KCP MAJENE DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka yang menjadi rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi Bank BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah ?
2. Bagaimana perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap strategi yang dilakukan oleh BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah?

C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

No.	Fokus Penelitian	Deskripsi Fokus
1.	Strategi	Upaya yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk merencanakan langkah-

		langkah guna mencapai tujuan yang diinginkan.
2.	Loyalitas	Loyalitas merupakan rasa tanggung jawab untuk berusaha memberikan pelayanan dan perilaku yang terbaik
3.	Nasabah	Nasabah adalah individu atau kelompok yang memanfaatkan atau menggunakan fasilitas perbankan, baik dalam bentuk produk maupun jasa.
4.	Hukum Ekonomi Syariah	Hukum Ekonomi Syariah adalah hukum ekonomi yang prinsip penyelenggaraannya berdasarkan hukum Islam yang bersumber pada Al-Qur'an, hadits, dan ijma para ulama.

D. Tinjauan Pustaka/ Penelitian Terdahulu

1. Annisa Dyah Utami, dengan judul penelitian “Strategi Pelayanan Customer Service dalam meningkatkan Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Unit Pituruh” Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2021. Hasil penelitian yaitu strategi pelayanan customer service harus bersikap ramah kepada nasabah terkait kegiatan perbankan, berkonsultasi tentang produk dan menyampaikan keluhan. Jadi, customer service perlu memiliki keahlian dalam komunikasi yang baik karena berhadapan langsung dengan nasabah yang memiliki sifat berbeda-beda. Adapun

kendala saat melakukan pelayanan yaitu keterbatasan waktu, koneksi internet yang kurang bagus, dan sikap nasabah yang sangat bervariasi.⁹

Adapun perbedaan Penelitian Annisa Dyah Utami yaitu terlihat pada fokus strategi dimana pada penelitian tersebut fokus terhadap customer service sedangkan pada penelitian ini terhadap strategi BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada pelayanan secara umum, serta pada objek penelitian, pada penelitian ini tinjauan objek penelitiannya terhadap PT Bank Rakyat Indonesia Unit Pituruh, sedangkan penelitian ini terhadap strategi BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

2. Irfan zevi, dengan judul skripsi “ Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. Proderma Sukses Mandiri” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.¹⁰ Dalam skripsi yang ditulis oleh irfan membahas dan menganalisa bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Proderma Sukses Mandiri untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar masyarakat tetap percaya pada kualitas produk yang ditawarkan. Persamaan yang ada pada skripsi irfan dengan penelitian ini adalah keduanya fokus membahas dan menganalisa strategi promosi pada suatu perusahaan. Sedangkan perbedaan antara penelitian ini adalah objek dari penelitian tersebut, skripsi Irfan memfokuskan strategi promosi agar penjualan produk semakin meningkat pada PT. Proderma Sukses Mandiri, sedangkan dalam penelitian ini menganalisa strategi pada KCP BSI Majene agar

⁹ Annisa Dyah Utami, dengan judul penelitian “Strategi Pelayanan Customer Service dalam meningkatkan Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Unit Pituruh” Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2021

¹⁰Irfan zevi, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. Proderma Sukses Mandiri” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2017

meningkatkan loyalitas nasabah untuk tetap menggunakan jasa atau layanan pada KCP BSI Majene.

3. Muhammad Syafii Basalamah, dkk, dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa dalam meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar” *journal.ildikti9.id/Ekonomika*,2020.¹¹ Dalam skripsi ini menganalisis strategi pemasaran jasa perbankan dalam meningkatkan jumlah nasabah serta untuk menganalisis variabel dari strategi pemasaran jasa yang paling dominan berpengaruh terhadap meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. Persamaan skripsi ini adalah keduanya membahas dan menganalisis tentang sistem strategi promosi, sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan pada jurnal tersebut lebih memfokuskan untuk menambah atau meningkatkan jumlah nasabah, sedangkan dalam penelitian ini memfokuskan bagaimana strategi promosi yang diterapkan oleh KCP BSI Majene agar meningkatkan loyalitas nasabah untuk tetap menggunakan jasa atau layanan pada KCP BSI Majene.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian yang penulis lakukan di Bank syariah Indonesia KCP Majene Kabupaten Majene:

- a. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana strategi promosi perbankan syariah di Bank Syariah Indonesia KCP Majene Kabupaten Majene strategi Bank BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

¹¹Muhammad Syafii Basalamah, dkk, dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa dalam meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar” *journal.ildikti9.id/Ekonomika*, 2020

- b. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap strategi yang dilakukan oleh BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

2. Kegunaan penelitian

Sedangkan manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Secara teoritis

Penelitian ini dapat menambah informasi atau bahan kajian dalam menambah pengetahuan khususnya mengenai kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas nasabah. Serta diharapkan menjadi acuan referensi para peneliti selanjutnya khususnya pada mahasiswa STAIN MAJENE.

- b. Secara praktis

Penelitian ini tentunya di harapkan dapat berguna atau bermanfaat secara praktis bagi banyak pihak, diantaranya sebagai berikut:

- 1). Sekolah tinggi agama islam negeri (STAIN) Majene

Peneliti ini dapat memperkaya ilmu pengetahuan bagi mahasiswa sekolah tinggi agama islam negeri (STAIN) Majene terhusus pada jurusan syariah dan ekonomi bisnis islam (SEBI) serta dapat untuk peneliti selanjutnya namun dalam lingkup yang lebih luas.

- 2). Masyarakat

Dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah, hal ini dapat mendorong lebih banyak orang untuk menggunakan jasa perbankan syariah termasuk BSI.

- 3). Bank BSI

Kajian ini patut di jadikan bahan masukan dan bahan evaluasi untuk lebih mengembangkan kualitas dan efisiensi operasional bank syariah Indonesia KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Menjadi

bahan referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya mahasiswa jurusan hukum ekonomi syariah.

4).Peneliti

Peneliti ini dapat menambah pengetahuan, wawasan serta pengalaman terhadap peneliti mengenai strategi dalam meningkatkan loyalitas nasabah perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

5).Peneliti berikutnya

Menjadi sumber referensi bagi peneliti berikutnya yang ingin melakukan penelitian yang sama dalam ruang lingkup yang lebih luas lagi.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. *Hukum Ekonomi Syariah*

1. Pengertian dan Ruang Lingkup Hukum Ekonomi Syariah

a. Pengertian hukum ekonomi syariah

Untuk memahami prinsip-prinsip hukum dalam ekonomi syariah, penting untuk memahami hukum dan ekonomi syariah secara menyeluruh. Definisi hukum menurut Wiryono Kusumo mencakup segala Peraturan, baik yang tertulis maupun tidak tertulis, yang mengatur norma dan tata tertib dalam masyarakat serta memberikan sanksi umumnya terhadap pelanggarannya. Sementara itu, ekonomi syariah merujuk pada perbuatan atau kegiatan usaha yang dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.¹

Dari pengertian hukum dan ekonomi syariah di atas, dapat kita defisinikan bahwa hukum ekonomi syariah mengatur semua aspek yang berhubungan dengan sistem ekonomi yang didasarkan pada nilai-nilai Islam, yang kemudian dimasukkan ke dalam dasar hukum formal dan normatif.²

Hukum Ekonomi Syariah adalah cabang ilmu yang mempelajari aktivitas ekonomi manusia yang diatur oleh aturan-aturan hukum agama Islam, berdasarkan ajaran yang berasal dari Al-Quran dan Hadits.³

b. Ruang Lingkup Hukum Ekonomi Syariah

Cakupan ekonomi Islam secara menyeluruh melibatkan kegiatan bermuamalah, di mana nilai-nilai universal seperti tauhid (keesaan Tuhan), al-adalah (keadilan), nubuwwah (kenabian), khilafah (pemerintahan), dan ma'ad (hasil akhir) harus ada dalam interaksi tersebut. Muamalah merujuk pada aturan-

¹Abdul Wahab, *Buku Ajar Hukum Ekonomi Syariah* (Zahir Publishing, 2022), h. 7.

²Abdul Wahab, *Buku Ajar Hukum Ekonomi Syariah*, h. 8.

³Muhamad Kholid, "Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah dalam Undang-Undang Tentang Perbankan Syariah" Vol. 20 No 2 (2018).

aturan yang ditetapkan oleh Allah untuk mengatur hubungan antar individu terkait perolehan dan pengembangan Harta benda. Secara umum, cakupan ekonomi syariah meliputi berbagai aspek ekonomi, termasuk shirkah dan mudharabah, murabahah, khiyar, istisna, ijarah, salam, kafalah, hawalah, dan lain-lain. Namun, dalam kerjasama ekonomi, bentuk yang paling umum adalah bagi hasil, seperti shirkah dan mudharabah.⁴

2. Prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah

a. Prinsip Ketuhanan (*Tauhid/Ilahiyah*)

Seperti yang telah diketahui, hukum ekonomi syariah memiliki salah satu sumbernya dari wahyu. Oleh karena itu, dalam setiap aspek kegiatan ekonomi, penting untuk mendasarkannya pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai agama. Segala fase ekonomi, dari permodalan hingga distribusi, pemasaran, dan transaksi bisnis harus mengikuti pedoman serta nilai-nilai agama, serta selaras dengan tujuan yang ditetapkan oleh Allah SWT. Prinsip ini menunjukkan bahwa hukum ekonomi syariah adalah kumpulan regulasi yang mengintegrasikan nilai-nilai agama dalam semua aspek kegiatan ekonomi manusia, sehingga mencerminkan bahwa hukum ekonomi syariah adalah rangkaian peraturan yang menyatukan nilai-nilai ketuhanan dalam seluruh aktivitas ekonomi manusia.⁵

b. Prinsip Keadilan (*al-adalah*)

Dalam hukum ekonomi syariah, prinsip keadilan merupakan penerapan hak dan kewajiban dengan proporsionalitas dan kesetaraan dalam transaksi berbagai aktivitas ekonomi. Oleh karena itu, pihak-pihak yang terlibat dalam suatu perjanjian memiliki kedudukan yang setara dan sama di antara satu sama lain. Dalam menjalankan aktivitas ekonomi, setiap pihak memiliki hak dan

⁴Abdul Wahab, *Buku Ajar Hukum Ekonomi Syariah*, h. 10.

⁵Sinta Rusmalinda dan Windari Nurazijah, "Prinsip dan Asas Filsafat Hukum Ekonomi Syariah", *Jurnal Riset Ekonomi Syariah dan Hukum Al-Falah (RIESTHA)* Vol. 1 No 1 (2022).

kewajiban yang seimbang, memungkinkan mereka untuk menentukan hak dan kewajiban mereka guna mencapai prestasi yang telah disepakati dalam kontrak.

c. Prinsip Kenabian (*Nubuwwah*)

Nilai fundamental ekonomi dalam konsep nubuwah tercermin dalam empat karakteristik wajib dari Rasul yang ada.

- 1) *Shiddiq* (jujur), Mengacu pada keyakinan bahwa segala informasi yang diberikan oleh Nabi adalah akurat dan disampaikan dengan kejujuran. Dalam konteks ekonomi, karakteristik ini terkait dengan prinsip-prinsip dasar seperti integritas pribadi, keseimbangan emosional, nilai-nilai etika seperti kejujuran, ketulusan, kemampuan untuk mengenali serta menyelesaikan masalah bisnis secara tepat, dan sejenisnya.
- 2) *Amanah* (tanggung jawab, kepercayaan, kredibilitas), mengandung prinsip dasar kepercayaan dan nilai-nilai dalam menjalankan bisnis yang mencakup kepercayaan, tanggung jawab, transparansi, serta keterpenuhan waktu.
- 3) *Fathanah* (kecerdikan, kebijaksanaan, kecerdasan) memiliki pengetahuan luas dan, dalam bisnis, visi kepemimpinan cerdas yang sadar akan produk dan layanan dan terus belajar.
- 4) *Tabligh* (komunikasi, keterbukaan, pemasaran), nilai-nilai inti dalam bisnis adalah komunikatif, mudah bergaul, mampu menjual secara cerdas, menggambarkan tugas, mendelegasikan wewenang, bekerja dalam tim, mengoordinasikan, mengontrol dan memantau.⁶

d. Prinsip Kebebasan (*al-hurriyah*)

Prinsip dasar dalam Muamalah adalah kebebasan dalam transaksi. Pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian bisnis memiliki kebebasan sepenuhnya untuk

⁶ Nuruddin Armanto, "Prinsip dan Landasan Hukum Eonomi Islam," *Iqtishodiyah* Vol. 6 (2020).

menyusun suatu perjanjian, baik dari segi substansi perjanjian maupun penentuan syarat-syarat lain yang menguntungkan kedua belah pihak, termasuk menentukan cara penyelesaian sengketa dalam batas waktu tertentu. Kehadiran unsur pemaksaan dan penghilangan kebebasan dalam suatu perjanjian komersial berdampak pada aspek hukum dari kontrak tersebut. Oleh karena itu, prinsip kebebasan ini ditetapkan untuk melindungi kepentingan para pihak dalam perjanjian dari praktik-praktik penipuan (ikrah) (taghrir) yang dapat merugikan salah satu mitra dagang.

e. Prinsip Kebolehan Bertransaksi (*Al-Ibahah*)

Prinsip keabsahan dalam bertransaksi adalah unsur yang sangat signifikan dalam perkembangan hukum ekonomi syariah. Dalam konteks transaksi ekonomi syariah yang terus berkembang seiring berjalannya waktu, prinsip ini memberikan ruang fleksibilitas untuk menciptakan inovasi dan perjanjian ekonomi syariah yang baru. Oleh karena itu, prinsip keabsahan ini dapat diartikan bahwa segala jenis transaksi ekonomi syariah diizinkan selama tidak ada larangan yang ditetapkan dalam sumber-sumber ajaran Islam, baik itu Al-Quran maupun Hadis.

f. Prinsip Kemudahan (*Al-Taisir*)

Prinsip kemudahan mengimplikasikan bahwa setiap transaksi dalam hukum ekonomi syariah harus dilakukan dengan cara yang memfasilitasi pihak-pihak yang terlibat agar mereka dapat melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak bisnis. Dalam konteks ini, subjek hukum yang terlibat dalam transaksi diharapkan untuk berkomitmen agar tidak menyulitkan pihak lain. Dalam praktik ekonomi, kadang-kadang pihak yang terlibat dalam transaksi menghadapi kendala, seperti kesulitan untuk bertemu dan melakukan transaksi secara langsung. Walaupun demikian, sebagian besar ulama fiqih berpendapat bahwa untuk mengatasi kesulitan tersebut, para pihak diizinkan

menggunakan media telekomunikasi seperti telepon, SMS, atau internet. Dengan cara ini, persyaratan pertemuan secara langsung yang tersirat dalam hadis dapat terpenuhi tanpa perlu melakukan pertemuan fisik secara langsung.

B. Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yang berarti kepemimpinan dalam konteks militer. Dalam istilah bisnis, strategi merujuk pada proses penetapan arah bagi manajemen dalam hal penggunaan sumber daya, serta cara mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk memenangkan persaingan pasar.⁷ Strategi adalah kerangka yang membimbing dan mengarahkan keputusan yang menentukan karakter dan arah suatu organisasi perusahaan.

Strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang sengaja diambil oleh manajemen puncak dan diterapkan oleh seluruh level dalam organisasi untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Sebagai proses analisis, keputusan, dan tindakan yang diambil oleh perusahaan, strategi bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Tujuan penerapan sistem manajemen strategi oleh perusahaan adalah untuk memberikan arahan dalam pencapaian tujuan perusahaan. Manajer strategi harus mampu menunjukkan dengan jelas kepada semua pihak ke arah mana tujuan perusahaan. Arah yang jelas ini akan menjadi dasar untuk pengendalian dan evaluasi keberhasilan.⁸

Strategi di setiap lembaga organisasi pasti direncanakan dengan cermat sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai di masa depan. Ini juga berlaku untuk perpustakaan, yang sebagai lembaga penyedia informasi, memiliki rencana dan strategi yang telah disusun dengan seksama untuk mengidentifikasi dan menyediakan produk yang tepat dan bermanfaat bagi pengguna.

⁷Remart Ricards Duan, Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9. No. 1, 2019

⁸Zuriani Ritongo, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020) h. 8.

Berikut adalah beberapa elemen dari strategi perpustakaan:⁹

1. Rencana yang dibuat harus singkat, jelas, dan mudah diterapkan.;
2. Fokus pada pemahaman kebutuhan dan harapan pengguna terhadap layanan perpustakaan;
3. Memiliki pandangan ke depan tentang perkembangan yang akan datang.

Dalam tahapan strategi dijelaskan bahwa terdapat empat elemen dasar dalam manajemen strategis, yakni sebagai berikut:

- a. Pengamatan lingkungan terdiri dari pengamatan internal dan eksternal. Pengamatan eksternal dilakukan untuk memahami variabel-variabel (kesempatan dan ancaman) yang tidak dapat diprediksi dan berada di luar kendali organisasi. Sementara itu, analisis internal fokus pada pemahaman variabel-variabel (kekuatan dan kelemahan) yang ada dalam lingkungan organisasi, meskipun tidak termasuk dalam strategi utama.
- b. Merumuskan strategi dilakukan dengan mengembangkan rencana, baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang, yang disusun berdasarkan kelemahan dan kekuatan organisasi.
- c. Implementasi strategi adalah pelaksanaan rencana dan kebijakan yang telah dibuat, yang diwujudkan dalam bentuk pengembangan program, prosedur, dan anggaran.
- d. Evaluasi dan pengendalian adalah proses untuk memantau dan mengawasi hasil kerja.

⁹Handiawan Angling Prayuda dan Sri Rohyanti Zulaikha, "Strategi Promosi E-Commerce Toko Buku Togamas dalam Masyarakat Virtual" *Journal of Library and Information Science*, Volume 4, Number 2, December 2020. h.293

C. *Bank Syariah*

1. Definisi Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi tanpa bergantung pada bunga. Bank Islam, atau yang dikenal sebagai bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan sesuai dengan prinsip syariat Islam. Bank ini fokus pada memberikan pembiayaan dan layanan lainnya dalam transaksi pembayaran serta peredaran uang, dengan mengacu pada aturan-aturan syariah.¹⁰

Menurut Heri Sudarsono, Bank Syariah adalah lembaga keuangan negara yang menyediakan kredit dan layanan lainnya dalam transaksi pembayaran serta peredaran uang, dengan beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah atau Islam.

Menurut Edi Wibowo dalam bukunya, bank syariah atau bank Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Cara operasional bank ini mengacu pada ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam Al-Quran dan Hadits.¹¹

Bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam adalah bank yang mengikuti ketentuan syariah dalam setiap aktivitasnya. Dalam praktik muamalat, bank tersebut menghindari unsur-unsur riba dan fokus pada kegiatan investasi berdasarkan bagi hasil serta pembiayaan perdagangan. Kegiatan ini mencakup praktik usaha yang dilakukan pada masa Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha yang sudah ada sebelumnya tetapi tidak dilarang oleh beliau.

Menurut Sutan Remy Shahdeiny, bank syariah adalah lembaga yang berfungsi sebagai perantara, yaitu mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada mereka yang membutuhkan dalam bentuk

¹⁰ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta : Rajawali Pers 2014), 2.

¹¹ Edy Wibowo, dkk, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, Bogor : Ghalia Indonesia cet.I,2005, 33.

pembiayaan. Pembiayaan ini tidak didasarkan pada bunga, melainkan pada prinsip-prinsip syariah.¹²

Perbankan syariah adalah badan usaha yang mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiayaan atau bentuk lainnya, sesuai dengan prinsip syariah yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW, dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.¹³

Bank syariah didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan usaha ekonomi dan kesejahteraan anggota serta masyarakat secara umum. Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 pasal 3, tujuan bank syariah adalah "Mendukung pelaksanaan pembangunan nasional untuk meningkatkan keadilan dan pemerataan kesejahteraan rakyat".¹⁴

D. *Loyalitas Nasabah*

1. Pengertian Loyalitas

Loyalitas, yang berasal dari kata "loyal," berarti kesetiaan. Loyalitas nasabah memainkan peran penting dalam sebuah perusahaan; mempertahankan nasabah berarti meningkatkan kinerja keuangan dan memastikan kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan berusaha untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Mencapai loyalitas nasabah tidak bisa dilakukan sekaligus, melainkan melalui beberapa tahap, mulai dari mencari calon nasabah potensial hingga membangun hubungan kerja sama.

Loyalitas adalah istilah lama yang digunakan untuk menggambarkan kesetiaan atau kepatuhan terhadap negara, gerakan, atau individu. Baru-baru ini,

¹² Sultan Remy Shahdeiny, *Perbankan Islam*, Jakarta: PT Pusat Utara Grafiti, cet ke-3, 2007,1.

¹³Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* Cetakan ke-2 (Yogyakarta:Ekonisa,2008), 127.

¹⁴ Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah., Pasal 3

istilah ini juga digunakan dalam konteks produk perusahaan untuk menunjukkan kesediaan pelanggan untuk terus menggunakan produk tersebut dalam jangka panjang, terutama jika mereka menggunakan produk secara eksklusif dan merekomendasikannya kepada teman-teman mereka. Loyalitas pelanggan tidak hanya mencerminkan perilaku, tetapi juga melibatkan preferensi, kesukaan, dan niat di masa depan.¹⁵

2. Pengertian Nasabah

Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, nasabah adalah individu yang memanfaatkan layanan yang ditawarkan. Nasabah berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna akhir dari produk. Nasabah adalah seseorang yang sering mengunjungi tempat yang sama untuk membeli barang atau peralatan.¹⁶ Dengan demikian, nasabah penabung menyimpan sebagian dana mereka di bank yang bersangkutan untuk dikelola. Karena itu, nasabah mungkin harus mencari bank lain yang menawarkan layanan yang mereka butuhkan.¹⁷ Kasmir menyatakan bahwa nasabah adalah raja, yang berarti bahwa semua keinginan dan kebutuhan nasabah harus dipenuhi seperti melayani seorang raja. Pelayanan yang diberikan harus dilakukan dengan penuh perhatian dan hormat, tanpa melanggar etika dan moral, serta tanpa merendahkan posisi bank atau derajat karyawan itu sendiri.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa nasabah adalah individu atau badan usaha (seperti koperasi) yang memiliki rekening, simpanan, dan pinjaman serta melakukan transaksi simpan pinjam di sebuah bank”.

¹⁵ Christopher Lovelock, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia* (Jakarta:Erlangga,2010) Jilid 2, 76

¹⁶ Rambat Lupiyodo, *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Jakarta: salemba Empat, 2006), 143.

¹⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: Rajawali pers, 2010), 113.

1. Sifat- Sifat Nasabah

Untuk memastikan pelayanan yang diberikan benar-benar berkualitas dan memenuhi semua keinginan serta kebutuhan nasabah, penting bagi seorang nasabah untuk memahami perilaku nasabah secara umum. Selain itu, karyawan juga harus memperlakukan nasabah dengan cara yang tepat. Berikut adalah beberapa perilaku atau sifat-sifat yang umumnya dimiliki oleh seorang nasabah :

a. Nasabah adalah raja

Karyawan bank harus memperlakukan nasabah seperti seorang raja, yang berarti semua keinginan dan kebutuhan nasabah harus dipenuhi dengan penuh perhatian. Pelayanan harus dilakukan dengan cara yang menghormati etika dan moral, tanpa merendahkan posisi bank atau derajat karyawan itu sendiri. Kadang-kadang, ada nasabah yang tidak menyukai pelayanan yang berlebihan dan lebih memilih untuk rileks serta melakukan aktivitas secara mandiri.

b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

Kedatangan nasabah ke bank biasanya bertujuan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan mereka, seperti mendapatkan informasi, mengisi aplikasi, atau menyampaikan keluhan. Oleh karena itu, tugas karyawan adalah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah tersebut.

c. Tidak mau didebat atau tidak mau disinggung

Sudah menjadi hukum alam bahwa nasabah umumnya tidak suka dibantah atau diajak berdebat. Usahakan agar setiap pelayanan dilakukan dengan cara diskusi yang santai dan rileks. Cobalah menyampaikan pendapat dengan bijaksana agar nasabah tidak mudah merasa tersinggung.

d. Nasabah mau diperhatikan

Nasabah yang datang ke bank pada dasarnya ingin mendapatkan perhatian. Jangan pernah meremehkan atau mengabaikan nasabah; berikan perhatian penuh

sehingga nasabah merasa benar-benar diperhatikan. Perhatian harus diberikan sepanjang waktu, mulai dari kedatangan nasabah hingga akhir pelayanan. Ini mencakup sikap, cara berbicara, dan aspek lainnya. Perhatian yang diberikan tidak boleh berlebihan, tetapi penting untuk fokus pada memahami masalah nasabah dan menyelesaikannya dengan baik.

e. Nasabah ingin selalu dipuji

Nasabah atau pelanggan umumnya merasa senang ketika mendapatkan pujian dan sanjungan dari karyawan. Pujian bisa diberikan mengenai penampilan, keramahan, atau kecantikan mereka. Namun, penting untuk tidak memberikan pujian secara berlebihan, karena hal tersebut bisa membuat nasabah merasa tidak nyaman. Sebaiknya, pujian disampaikan secara wajar dan tepat.

f. Nasabah merupakan sumber pendapatan Bank

Pendapatan utama bank berasal dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Oleh karena itu, mengabaikan nasabah sama dengan kehilangan potensi pendapatan. Nasabah adalah sumber pendapatan yang harus dijaga dan diperhatikan.¹⁸

g. Kepuasan nasabah

Salah satu tujuan utama perusahaan, terutama perusahaan jasa seperti bank, adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan ini diukur berdasarkan sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi melalui pembelian dan penggunaan produk atau layanan. Harapan pelanggan dibandingkan dengan kinerja yang mereka terima dari produk atau layanan tersebut. Jika hasil yang diterima memenuhi atau melebihi harapan mereka, pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja produk atau layanan kurang dari yang diharapkan, pelanggan akan merasa tidak puas. Philip Kotler menjelaskan bahwa kepuasan

¹⁸ Kasmir, *Manajem Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010, 230.

adalah tingkat perasaan di mana seseorang menilai hasil dari produk atau layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan”.¹⁹

Beberapa definisi di atas memiliki kesamaan dalam hal komponen kepuasan konsumen, yaitu terkait dengan harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Umumnya, harapan konsumen adalah perkiraan atau keyakinan mereka tentang apa yang akan diterima setelah membeli atau menggunakan produk, baik itu barang atau jasa. Sebelum membeli produk, konsumen sudah memiliki ekspektasi tentang kualitas produk yang diharapkan. Sementara itu, kinerja yang dirasakan adalah persepsi konsumen terhadap apa yang mereka terima setelah menggunakan produk yang dibeli.

Kepuasan konsumen mengungkapkan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan merupakan respons konsumen terhadap perbandingan antara harapan mereka sebelumnya (standar kinerja yang diharapkan) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah digunakan.²⁰

3. Pengertian Loyalitas Nasabah

Menurut Oliver, loyalitas nasabah atau pelanggan adalah komitmen mendalam dari pelanggan untuk terus menggunakan atau membeli produk/jasa tertentu secara konsisten di masa depan, meskipun adanya pengaruh dari situasi dan upaya pemasaran yang dapat mempengaruhi perilaku mereka.²¹

Menurut Jauch dan Glueck, strategi adalah sebuah rencana yang komprehensif, menyeluruh, dan terintegrasi, yang menghubungkan keunggulan perusahaan dengan tantangan dari lingkungan eksternal, serta dirancang untuk memastikan pencapaian tujuan utama perusahaan.²²

¹⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, Jakarta:PT.Indeks 2005,65.

²⁰ Kasmir, SE.,MM., *Pemasaran Bank*.(Jakarta: kencana. 2004), 192-193.

²¹ Herry Sutanto, *Manajemen Pemasaran Syari'ah*, 286-287.

²² Alexander Wirapraja dkk., *Manajemen Pemasaran Perusahaan* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), h. 13.

Khotler: Strategi pemasaran adalah pendekatan yang digunakan perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan mereka.²³

Menurut Stanton, strategi pemasaran mencakup seluruh sistem yang terlibat dalam perencanaan, penetapan harga produk, pemasaran, dan distribusi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli yang ada maupun calon pembeli.²⁴

Tjiptono: Strategi pemasaran adalah rencana yang menguraikan harapan perusahaan mengenai bagaimana berbagai aktivitas atau program pemasaran akan mempengaruhi permintaan produk atau rangkaian produk di pasar target tertentu.²⁵

Loyalitas digunakan untuk menggambarkan kesediaan pelanggan untuk terus menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, terutama jika mereka menggunakannya secara eksklusif dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Loyalitas pelanggan melampaui sekadar perilaku, mencakup juga preferensi, kesukaan, dan niat untuk tetap setia di masa depan.²⁶ Adapun loyalitas menurut para ahli yaitu:

Menurut Oliver, loyalitas adalah "komitmen yang mendalam untuk membeli kembali suatu produk atau jasa yang disukai di masa mendatang." Komitmen ini bersifat bertahan lama dan sulit dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal.²⁷

²³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, 2014), h. 25.

²⁴ Stanton, W.J.(1978), *Fundamentals of Marketing*, 5th Ed. Tokyo: Kogakusha, McGraw-Hill Book Company.

²⁵ Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, (Yogyakarta: ANDIOFFSET, 2008), h. 6

²⁶ Christopher Lovelock, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia* (Jakarta:Erlangga,2010) Jilid 2, 76

²⁷ Oliver, R. L. 2010. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: McGraw-Hill.

Kotler dan Keller mendefinisikan loyalitas sebagai "kesetiaan yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan." Mereka menekankan pada dimensi emosional dan kognitif dari loyalitas.²⁸

Aaker membagi loyalitas menjadi beberapa tingkatan, salah satunya adalah "loyalis". Loyalis adalah konsumen yang hanya mengonsumsi produk atau merek tertentu dalam jangka waktu yang lama.²⁹

Siswanto memberikan definisi loyalitas yang lebih luas, mencakup "kesetiaan, pengabdian, kepercayaan, rasa cinta, dan tanggung jawab." Menurutnya, loyalitas tidak hanya terbatas pada hubungan konsumen-produk, tetapi juga berlaku dalam berbagai konteks sosial.³⁰

Loyalitas adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kesetiaan atau kepatuhan terhadap negara, gerakan, atau individu. Baru-baru ini, loyalitas juga diterapkan pada produk perusahaan untuk menunjukkan kesediaan pelanggan untuk terus menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, terutama jika mereka menggunakan produk secara eksklusif dan merekomendasikannya kepada orang lain. Loyalitas pelanggan mencakup lebih dari sekadar preferensi dan kesukaan; ia juga mencerminkan niat dan komitmen di masa depan.

Dalam berbagai literatur pemasaran, disebutkan bahwa loyalitas nasabah memiliki nilai strategis bagi perusahaan, antara lain:

a. Mengurangi biaya pemasaran

Pelanggan setia dapat mengurangi biaya pemasaran. Penelitian menunjukkan bahwa biaya untuk menarik pelanggan baru adalah enam kali lipat

²⁸ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. Essex: Pearson Education Inc.

²⁹ Aaker, A. David. 2013. *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih Bahasa: Aris Ananda, (2013), Spektrum Mitra Utama, Jakarta.

³⁰ Siswanto, *pengantar manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 15

lebih tinggi dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

b. *Trade Leverage*

Kesetiaan terhadap merek memberikan keuntungan strategis bagi perusahaan. Produk dengan merek yang memiliki pelanggan setia akan lebih menarik bagi distributor, sehingga mereka cenderung memberikan ruang yang lebih besar untuk merek tersebut dibandingkan dengan merek lain di perusahaan mereka.

c. Menarik pelanggan baru

Pelanggan yang puas dengan merek yang mereka beli dapat memengaruhi konsumen lainnya.

d. Waktu untuk merespon ancaman dari pesaing

Kesetiaan terhadap merek memberikan perusahaan waktu untuk merespons tindakan-tindakan yang diambil oleh pesaing. Jika pesaing meluncurkan produk yang lebih unggul, perusahaan memiliki kesempatan untuk mengembangkan produk yang lebih baik dalam periode tertentu, karena pesaing akan kesulitan untuk menarik pelanggan kami untuk berpindah. Oleh karena itu, kesetiaan pelanggan dianggap sebagai aset penting bagi perusahaan, yang berdampak signifikan pada pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan.³¹

4. Faktor-Faktor Terbentuknya Loyalitas Nasabah

Swastha dan Handoko mengidentifikasi lima faktor utama yang mempengaruhi loyalitas, sebagai berikut:³²

- a. **Kualitas Produk:** Kualitas produk yang tinggi akan langsung berdampak pada tingkat kepuasan nasabah. Jika kualitas ini terjaga secara konsisten, nasabah akan terus setia membeli atau menggunakan produk tersebut, yang

³¹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor : Ghalis Indonesia, 2010, 102-103.

³² Basu Swastha dan Hani Handoko, *Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta, 2004, hlm.83

mencerminkan loyalitas nasabah.

- b. **Kualitas Jasa:** Selain kualitas produk, kualitas jasa juga berperan penting dalam mempengaruhi loyalitas konsumen.
- c. **Emosional:** Aspek emosional di sini merujuk pada keyakinan penjual untuk memajukan usahanya. Keyakinan ini akan menghasilkan ide-ide yang dapat memperbaiki dan meningkatkan usaha mereka.
- d. **Harga:** Konsumen biasanya menginginkan barang berkualitas dengan harga yang kompetitif. Harga sering kali mencerminkan kualitas, di mana harga tinggi bisa menjadi indikator kualitas produk atau layanan yang baik.
- e. **Biaya:** Orang cenderung berpikir bahwa perusahaan yang menginvestasikan biaya besar dalam promosi atau produksi akan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, sehingga meningkatkan loyalitas nasabah terhadap produk tersebut.

5. Keuntungan Memiliki Nasabah yang Loyal

Keuntungan yang diperoleh perusahaan dari memiliki pelanggan yang loyal antara lain:

- a. **Pengurangan Biaya Pemasaran:** Biaya untuk memperoleh pelanggan baru biasanya lebih tinggi dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada.
- b. **Biaya Transaksi Lebih Rendah:** Biaya yang terkait dengan negosiasi kontrak dan pemrosesan pesanan menjadi lebih rendah.
- c. **Pengurangan Biaya Pergantian Pelanggan:** Biaya terkait dengan pergantian pelanggan (customer turnover) berkurang, karena lebih sedikit pelanggan yang perlu digantikan.
- d. **Peningkatan Keberhasilan Penjualan Silang:** Kemampuan untuk melakukan penjualan silang (cross selling) meningkat, yang mengarah pada basis

pelanggan yang lebih luas.

- e. **Peningkatan Reputasi Melalui Rekomendasi:** Reputasi perusahaan menjadi lebih positif melalui rekomendasi dari pelanggan loyal, yang umumnya merasa puas.
- f. **Penurunan Biaya Kegagalan:** Biaya yang terkait dengan pekerjaan ulang dan klaim garansi berkurang.

Sebelum terjalin hubungan loyalitas yang baik antara bank syariah dan nasabah, biasanya terdapat dua faktor utama yang mendahuluinya: kepercayaan (Trust) dan komitmen (Commitment). Kepercayaan itu sendiri dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- a. ***Calculate Trust:*** Kepercayaan ini didasarkan pada penilaian terhadap biaya dan manfaat dari tindakan tertentu, dengan memilih opsi yang dianggap paling menguntungkan.
- b. ***Value or Norm-Based Trust:*** Kepercayaan ini didasarkan pada asumsi adanya kesamaan nilai atau norma antara nasabah dan bank syariah.
- c. ***Process-Based Trust:*** Kepercayaan ini berkembang dari pengalaman masa lalu atau perubahan yang terjadi dengan alasan tertentu, dan merupakan proses yang meningkatkan kepercayaan melalui pengetahuan langsung maupun tidak langsung.

Sedangkan komitmen dapat dibedakan menjadi 2 yaitu:

- a. ***Affective Commitment:*** Komitmen ini merujuk pada keterikatan psikologis yang berasal dari rasa loyalitas antara nasabah dan bank..
- b. ***Calculative Commitment:*** Komitmen ini didasarkan pada kesadaran bahwa perubahan atau pergantian mitra dapat menyebabkan kesulitan dan biaya berpindah yang tinggi, sehingga mendorong perlunya mempertahankan loyalitas nasabah.

Menurut Philip Kotler, membangun hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan adalah tujuan utama bagi semua pemasar dan merupakan kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Untuk menciptakan ikatan pelanggan yang solid, perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai faktor. Ada dua jenis program loyalitas pelanggan yang dapat ditawarkan oleh perusahaan: program frekuensi dan program pemasaran klub. Program frekuensi dirancang untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan yang sering melakukan pembelian dalam jumlah besar. Program ini dapat mendukung pembangunan loyalitas jangka panjang dengan pelanggan.³³

6. Indikator/bentuk-Bentuk Loyalitas Nasabah

Pelanggan atau nasabah yang loyal merupakan aset berharga bagi perusahaan, terlihat dari karakteristik yang mereka miliki. Berikut adalah beberapa karakteristik dari pelanggan yang loyal:

- a. Melakukan Pembelian Secara Teratur: Pelanggan yang loyal melakukan pembelian secara berulang dengan konsisten.
- b. Membeli Berbagai Produk dan Jasa: Mereka membeli tidak hanya satu jenis produk atau layanan, tetapi juga menjelajahi berbagai penawaran dari perusahaan.
- c. Merekomendasikan Produk kepada Orang Lain: Pelanggan ini mereferensikan produk perusahaan kepada orang lain.
- d. Kebal Terhadap Daya Tarik Produk Pesaing: Mereka menunjukkan ketahanan terhadap daya tarik produk sejenis dari pesaing.³⁴

³³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 138.

³⁴ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, 129.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. *Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian*

1. Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field research* dengan metode yang bersifat penelitian kualitatif deskriptif yaitu metode penelitian dengan meneliti obyek di lapangan untuk mendapatkan data dan gambaran yang jelas pada setiap masalah-masalah yang akan diteliti oleh peneliti yaitu strategi BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah perspektif Hukum ekonomi syariah.

2. Lokasi penelitian

Adapun lokasi penelitian Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di BSI KCP Majene dengan fokus penelitian yakni strategi BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah perspektif Hukum ekonomi syariah.

B. *Pendekatan Penelitian*

1. Pendekatan Teologi Normatif (*Syar'i*)

Pendekatan teologi normatif merupakan salah satu pendekatan dalam ilmu teologi yang berfokus pada penelitian dan interpretasi teks-teks keagamaan khususnya. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami norma-norma, nilai-nilai dan aturan-aturan yang dianggap sebagai otoritas dalam suatu agama dan bagaimana norma-norma tersebut dapat diterapkan dalam kehidupan beragama dan dalam konteks sosial tertentu dalam hal ini Al-Qur'an dan Hadist. Selain itu, konsep pendekatan teologi normatif merujuk kepada pendekatan dalam memahami agama dengan menggunakan kerangka ilmu ketuhanan yang bertolak dari sumber-sumber ajaran agama. Dalam konteks strategi BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah, pendekatan teologi normatif dapat

membantu dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah terhadap strategi BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

2. Pendekatan Sosiologis

Pendekatan sosiologis merupakan pendekatan atau cara yang digunakan dalam ilmu sosiologi untuk memahami dan menganalisis dan fenomena sosial dalam masyarakat. Pendekatan ini berfokus pada hubungan sosial, pola-pola perilaku, dan struktur masyarakat yang mempengaruhi individu dan kelompok, tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk menyelidiki dan menjelaskan bagaimana masyarakat berfungsi, bagaimana individu berinteraksi dalam kelompok dan bagaimana faktor-faktor sosial mempengaruhi perilaku dan pandangan manusia. Selain itu, konsep pendekatan sosiologis merujuk kepada pendekatan dalam memahami agama dengan menggunakan kerangka ilmu sosial yang bertolak dari sumber-sumber ajaran agama. Dalam konteks strategi BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah, pendekatan sosiologis dapat membantu dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah terhadap strategi BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah..

C. Sumber Data

Dalam menyusun skripsi ini peneliti menggunakan dua jenis sumber data yaitu:

1. Data primer

Data yang diperoleh dari wawancara dengan narasumber penelitian yang relevan disebut data primer. Dalam hal ini, customer service bagian pemasaran dana BSI KCP Majene di kabupaten Majene.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis disertasi, dan peraturan perundang undangan.⁴⁶ Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku, skripsi, dan jurnal yang memiliki relevansi dengan judul penelitian.

D. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan dalam memperoleh data dalam penelitian ini:

1. Observasi

Observasi (pengamatan) adalah pengumpulan data dengan cara mengamati fenomena- fenomena yang di teliti kemudian mencatatnya secara sistematis.⁴⁷ Untuk memperoleh data, peneliti melakukan pengamatan langsung untuk mengetahui gejala-gejala apa saja yang terjadi pada objek dalam hal ini strategi BSI dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Dalam hal ini 1 customer service bagian pemasaran dana BSI KCP Majene di kabupaten Majene.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pertemuan secara lisan antara dua atau lebih individu untuk mengumpulkan informasi.⁴⁸ percakapan dilakukan dengan topik tertentu. Dalam wawancara ini penulis melaksanakan wawancara kepada customer service bagian pemasaran dana BSI KCP Majene dan nasabah bank BSI KCP Majene.

⁴⁶Zainuddin Ali. “*Metode Penelitian Hukum*” (Jakarta: Sinar Grafika 2016). h. 106

⁴⁷ Sutrisno Hadi, *Metodologi* (Yogyakarta : Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1987) h.136.

⁴⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, h. 231.

3. Dokumentasi

Selain pengamatan dan wawancara, dokumentasi adalah teknik pengumpulan data.⁴⁹ Metode dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti adalah peneliti mengumpulkan data melalui foto catatan harian yang diambil selama wawancara.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan dalam mengukur data yang hendak dikumpulkan. Pada dasarnya instrumen penelitian tidak terlepas dari metode pengumpulan data. Jika metode pengumpulan datanya adalah depth interview (wawancara mendalam) instrumennya adalah pedoman wawancara terbuka, dan jika metodenya adalah observasi instrumennya adalah pedoman observasi terbuka, begitu pula jika metodenya dokumentasi instrumennya adalah format pustaka atau format dokumen.⁵⁰

1. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara dapat digunakan sebagai panduan dalam melakukan wawancara baik penelitian kaulitatif dan kuantitatif. Pedoman wawancara secara garis besar dapat dibagi dalam tiga tahap yaitu, persiapan wawancara, proses wawancara, dan evaluasi wawancara.

2. Alat/Bahan Dokumentasi

Penulis juga mengambil data dokumentasi yang dibutuhkan penelitian dalam berupa gambar dan foto yang berhubungan dengan pelaksanaan dalam penelitian. Adapun alat yang digunakan dalam dokumentasi yaitu Kamera, atau handphone untuk membantu pengambilan dokumentasi yang dilakukan.

⁴⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, h. 240.

⁵⁰Talha Alhamid dan Budur Anufia, "*Instrumen Pengumpulan Data*" (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sorong, 2019).h.3

F. Teknik pengolahan dan Analisis Data.

Analisis Data merupakan proses penyimpanan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil data dalam wawancara yang sudah dilakukan dan data – data lain. Metode ini meletakkan kembali pada analisis deskriptif yaitu suatu konsep dalam memecahkan atau menemukan sebuah permasalahan untuk diatasi dengan sebaik-baiknya dengan kondisi yang ada di lapangan. Konsep tersebut adalah sebagai berikut;

1. Pengumpulan Data

Semua data dalam hasil wawancara dan observasi disatukan dalam teori objektif dan data real dalam hasil yang sudah ditemukan.

2. Reduksi Kata

Reduksi kata merampung semua data-data yang sudah ada, baik dalam hasil melalui wawancara maupun data melalui observasi, berdasarkan pada keperluan data yang dibutuhkan peneliti.

3. Penyajian Data

Penyajian data menyatukan semua hasil data yang ditemukan untuk memudahkan peneliti membuat sebuah kesimpulan atau tindakan yang ingin dilakukan.

4. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan atau verifikasi langkah selanjutnya adalah tahap penarikan kesimpulan berdasarkan temuan dan melakukan verifikasi data. Proses untuk mendapatkan bukti-bukti yang mendukung tahap pengumpulan data inilah yang dikenal dengan verifikasi data. Peneliti menyusun secara sistematis data yang sudah disajikan lalu berusaha menarik kesimpulan dari data tersebut sesuai dengan fokus penelitian. Kesimpulan dapat dilakukan di awal dan bisa berubah

seiring perkembangan di lapangan yang didukung bukti-bukti yang valid dan konsisten, sekaligus dapat menjawab rumusan masalah diawal penelitian⁵¹

G. Pengujian Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif.

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk mengadakan perbandingan antara sumber yang satu dengan sumber yang lainnya. Adapun teknik triangulasi metode dan triangulasi teori. Dalam triangulasi metode, informasi atau data yang berasal dari wawancara akan diuji dengan hasil observasi, sedangkan dalam triangulasi teori peneliti akan melihat apakah ada perbedaan antara satu teori dengan teori lain terhadap data hasil penelitian.

⁵¹Sidiq Umar, Miftachul Choiri, “*Metode Penelitian Di Bidang Pendidikan*” (Ponorogo: Nata Karya, 2019),h.35

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank syariah di Indonesia telah berkembang pesat dengan peningkatan layanan, produk, dan jaringan. Penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia pada Februari 2021 adalah langkah strategis untuk menciptakan bank syariah nasional yang lebih kuat, dengan jangkauan lebih luas dan layanan lebih lengkap.

Tujuan utama penggabungan ini adalah untuk menciptakan bank syariah kebanggaan umat yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Bank Syariah Indonesia diharapkan menjadi contoh perbankan syariah modern, universal, dan berorientasi pada kesejahteraan seluruh umat.⁵²

2. Tugas dan Fungsi Pokok BSI KCP Majene

Bank syariah berperan sebagai lembaga keuangan yang menghimpun dana masyarakat, menyalurkan dana tanpa riba, dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip Islam.

bank syariah tidak hanya berfungsi sebagai lembaga keuangan yang menghimpun dan menyalurkan dana, tetapi juga berperan aktif dalam kegiatan sosial dan pengelolaan dana-dana sosial berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

3. Produk BSI KCP Majene

a. Produk Pembiayaan Konsumer

- 1) BSI OTO: Pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor baru maupun bekas.

⁵² Dede Nurdiansyah, *Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah BPRS AL- SALAM* (2009), h. 3. 4.

- 2) BSI Griya: Pembiayaan untuk pembelian rumah, renovasi rumah, atau top up KPR. Terdapat beberapa varian seperti BSI Griya Mabur, BSI KPR Sejahtera FLPP, dan BSI Griya Easy Top Up.
- 3) BSI Gadai Emas: Pembiayaan dengan jaminan emas.
- 4) BSI Mitra Alkes: Pembiayaan khusus untuk pembelian alat kesehatan.
- 5) BSI Talangan Travel Haji Khusus: Pembiayaan untuk biaya perjalanan haji khusus.

b. Produk Pembiayaan Usaha

- 1) BSI Mitra Modal Kerja: Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja usaha.
- 2) BSI Mitra Beragun Tunai: Pembiayaan dengan agunan berupa surat berharga atau aset lainnya.
- 3) BSI Mitra SPBU: Pembiayaan khusus untuk pemilik SPBU.
- 4) BSI Mitra Bisnis Investasi: Pembiayaan untuk kegiatan investasi bisnis.
- 5) BSI KUR Super Mikro: Kredit Usaha Rakyat khusus untuk usaha mikro.

4. Presentase Nasabah tahun 2022 sampai dengan 2023

Bank Syariah Indonesia (BSI) beroperasi di kabupaten Majene pada tahun 2022. Pengguna jasa bank BSI pada masa itu masih sangat minim. Masyarakat lebih memilih menggunakan jasa pada bank konvensional yang terlebih dulu hadir di kabupaten Majene. Namun, seiring dengan berjalannya waktu bank BSI KCP Majene dari tahun 2022 sampai dengan sekarang mengalami peningkatan dan sudah dikenal oleh masyarakat Majene.

Pada bank BSI KCP Majene nasabah yang menggunakan jasa bank tersebut, tidak hanya nasabah yang beragama Islam saja, ada pun nasabah yang berasal dari non-Islam ikut serta menggunakan Jasa atau produk dari Bank Syariah Majene.

B. Strategi Bank BSI KCP Majene dalam Meningkatkan Loyaitas Nasabah

Strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang dirancang secara sadar oleh manajemen tingkat atas dan dilaksanakan oleh seluruh anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Sebagai proses analisis, keputusan, dan tindakan, strategi membantu perusahaan menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Tujuan penerapan sistem manajemen strategi dalam perusahaan adalah untuk memberikan arahan dalam pencapaian tujuan perusahaan, dengan manajer strategi harus mampu menunjukkan kepada semua pihak kemana arah tujuan perusahaan. Dengan arah yang jelas, strategi ini dapat digunakan sebagai dasar untuk pengendalian dan evaluasi keberhasilan.⁵³

Strategi sangat krusial bagi BSI karena memberikan panduan jangka panjang yang jelas, membantu perusahaan atau organisasi beradaptasi dengan perubahan yang terjadi, serta membuat perusahaan atau organisasi menjadi lebih proaktif. Selain itu, strategi memungkinkan identifikasi keunggulan komparatif dalam lingkungan yang semakin berisiko, mengurangi aktivitas yang tumpang tindih, dan meningkatkan keterlibatan serta motivasi karyawan dalam pelaksanaan strategi. Proses pembuatan strategi juga memperkuat kemampuan perusahaan untuk mencegah masalah di masa depan.

Adapun strategi BSI KCP Majene dalam menjaga loyalitas nasabah, yaitu:

- a. Melakukan jaminan perlindungan nasabah

Bank Syariah Indonesia memberikan jaminan perlindungan atas dana yang disimpan melalui Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Menurut Undang-Undang No. 24 Tahun 2004 tentang LPS, fungsi LPS adalah untuk menjamin simpanan nasabah, serta berperan aktif dalam menjaga stabilitas sistem perbankan sesuai

⁵³Zuriani Ritongo, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020) h. 8.

dengan kewenangannya. Dengan adanya jaminan perlindungan simpanan ini, kepercayaan terhadap sektor perbankan dapat meningkat. Seperti yang dijelaskan oleh Sahrul Asmara, Kepala Operasional BSI KCP Majene, bank tersebut juga memberikan jaminan perlindungan atas simpanan nasabah melalui LPS.

b. Meningkatkan kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan merujuk pada tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengelolaan terhadap keunggulan tersebut untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk melakukan transaksi berulang.⁵⁴

Dalam peningkatan nasabah pada BSI salah satu strategi BSI adalah dengan memberlakukan aturan bahwa, peneliti yang hendak melakukan penelitian pada bank BSI diwajibkan untuk menggunakan jasa atau produk dari BSI dengan membuka tabungan BSI.

Adapun hasil wawancara yang peneliti peroleh dari Bapak Syahrul Asmara selaku Branch Operations dan Service Manager, tentang strategi Bank Syariah Indonesia KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah, yaitu:

“Tentu bank BSI menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Pertama meningkatkan kualitas layanan dengan memberikan layanan yang ramah, cepat, dan profesional kepada semua nasabah, mempermudah transaksi melalui berbagai channel seperti ATM, internet banking, dan mobile banking, Menyediakan layanan yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan nasabah seperti layanan syariah, layanan keuangan digital, dan layanan wealth management. Kedua, memperkuat komunikasi dengan nasabah dengan melakukan komunikasi yang proaktif dengan nasabah melalui berbagai channel seperti email, SMS, dan media sosial, Memberikan informasi yang lengkap dan akurat tentang produk dan layanan bank BSI kepada nasabah, Menanggapi keluhan dan pertanyaan nasabah dengan cepat dan tepat. Ketiga, memberikan penghargaan kepada nasabah dengan Memberikan program reward kepada nasabah setia seperti cashback, poin, dan hadiah lainnya, Menyelenggarakan berbagai event dan kegiatan untuk nasabah seperti seminar, workshop, dan gathering dan memberikan layanan eksklusif kepada nasabah premium seperti seperti layanan private banking. Ke empat, Meningkatkan kepuasan nasabah dengan Melakukan survei kepuasan nasabah secara berkala untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan bank BSI,

⁵⁴ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi,2001),h. 19.

mengambil tindakan korektif untuk memperbaiki layanan BSI berdasarkan hasil survei kepuasan nasabah dan Terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan bank BSI agar nasabah merasa puas dan loyal. ke lima, membangun hubungan emosional dengan nasabah dengan cara membangun hubungan personal dengan nasabah dengan cara menyapa nasabah dengan ramah, mendengarkan keluhan nasabah dengan penuh perhatian, dan memberikan solusi yang tepat untuk nasabah, Menunjukkan empati dan kepedulian kepada nasabah seperti membantu nasabah yang mengalami kesulitan finansial, dan Menjalinkan hubungan yang baik dengan komunitas nasabah, seperti mengadakan kegiatan sosial dan keagamaan bersama nasabah.”⁵⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Majene menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan loyalitas nasabah, seperti meningkatkan kualitas layanan, memperkuat komunikasi dengan nasabah, memberikan penghargaan kepada nasabah, meningkatkan kepuasan nasabah, dan membangun hubungan emosional dengan nasabah. Sesuai dengan pendapat para ahli dalam strategi pemasaran seperti **Jauch dan Glueck, Kotler, Stanton, dan Tjiptono**. Memang secara umum pendapat para ahli mengenai Strategi sudah sesuai dengan strategi-strategi yang diterapkan oleh BSI. Para ahli ini memiliki pandangan yang konsisten mengenai pentingnya kualitas layanan, komunikasi yang efektif, kepuasan pelanggan, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan untuk mencapai loyalitas. **Jauch dan Glueck:** Kedua ahli ini menekankan pentingnya kualitas layanan sebagai faktor utama dalam membangun loyalitas pelanggan. Strategi BSI yang fokus pada peningkatan kualitas layanan, kecepatan transaksi, dan inovasi produk sangat sejalan dengan pandangan mereka. **Kotler:** Kotler dikenal dengan konsep pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Strategi BSI yang mencakup pengembangan produk yang inovatif, penetapan harga yang kompetitif, distribusi yang luas (melalui berbagai channel), dan promosi yang efektif (melalui berbagai media) sangat merefleksikan konsep pemasaran Kotler. **Stanton:** Stanton juga

⁵⁵ Wawancara dengan pak Syahrul Asmara (Kepala Operasional BSI KCP Majene), 30 Mei 2024.

menekankan pentingnya kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Strategi BSI yang fokus pada survei kepuasan pelanggan, tindakan korektif, dan membangun hubungan emosional sangat sejalan dengan pandangan Stanton. Tjiptono: seorang ahli pemasaran asal Indonesia, sangat menekankan pentingnya pemasaran jasa. Strategi BSI yang fokus pada peningkatan kualitas layanan, komunikasi yang efektif, dan kepuasan pelanggan sangat relevan dengan konsep pemasaran jasa yang dikemukakan oleh Tjiptono. Secara garis besar, strategi BSI dalam meningkatkan loyalitas nasabah telah mengadopsi prinsip-prinsip pemasaran yang baik dan didukung oleh berbagai teori pemasaran yang telah mapan. Strategi ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga pada aspek emosional, sehingga dapat membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan nasabah.

Berikutnya mengenai strategi BSI dalam menjaga loyalitas nasabah. Ada beberapa strategi yang diterapkan oleh pihak bank BSI KCP Majene dalam menjaga loyalitas nasabahnya.

Berikut penuturan bapak Syahrul Asmara:

“Strategi BSI KCP majene dalam menjaga loyalitas nasabah dengan melakukan hubungan personal atau dengan menjalin hubungan kekeluargaan. Hubungan personal yang dimaksud disini adalah hubungan atau komunikasi yang lebih mengutamakan pada pertemuan secara langsung, yaitu seorang karyawan BSI yang secara langsung mendatangi calon nasabah atau calon nasabah yang langsung menemui customer banking untuk mengetahui informasi-informasi tentang produk BSI”⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Majene dalam menjaga loyalitas nasabah dilakukan dengan berfokus pada meembangun hubungan personal dan kekeluargaan. Hal ini dilakukan melalui berbagai pendekatan seperti kunjungan langsung dan komunikasi aktif. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan dan

⁵⁶Wawancara dengan pak Syahrul Asmara (Kepala Operasional BSI KCP Majene), 30 Mei 2024.

loyalitas nasabah, memperkuat brand image BSI, meningkatkan peluang bisnis baru, dan memperkuat citra BSI sebagai bank yang dekat dengan masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat para ahli dalam strategi pemasaran yaitu Jauch dan Glueck yaitu untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas nasabah maka pihak BSI menekankan pentingnya hubungan personal dalam membangun trust (kepercayaan) antara perusahaan (BSI) dengan pelanggan (nasabah). Trust adalah fondasi dari hubungan jangka panjang dan loyalitas. Menurut Kotler hubungan personal sebagai bagian dari marketing mix yang diperluas, di mana interaksi personal dapat menjadi nilai tambah yang membedakan BSI dengan kompetitor. Dan menurut ahli pemasaran yaitu Stanton yaitu hubungan personal dengan konsep customer satisfaction (kepuasan pelanggan). Interaksi personal yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya mendorong loyalitas. Dan menurut Tjiptono dengan pendekatannya yang lebih kultural bahwa hubungan personal sebagai bagian dari upaya untuk menciptakan nilai bersama (*shared value*) antara perusahaan dan masyarakat. Hubungan personal yang kuat dapat membangun reputasi positif bagi BSI di masyarakat.

Strategi BSI KCP Majene untuk membangun hubungan personal dengan calon nasabah sangat sejalan dengan pendapat para ahli pemasaran. Dengan membangun hubungan yang kuat dan personal, BSI dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan mencapai tujuan bisnis jangka panjang.

Selanjutnya mengenai Kelebihan dan kekurangan strategi yang diterapkan oleh bank syariah Indonesia KCP Majene dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah.

Berikut penuturan bapak Syahrul Asmara:

“Kelebihan strategi BSI yaitu meningkatkan kepuasan nasabah, strategi ini yang diterapkan BSI terbukti meningkatkan kepuasan nasabah seperti yang ditunjukkan oleh hasil survei dan penghargaan yang diterima BSI. Kelebihannya juga dapat meningkatkan profitabilitas bank, loyalitas

nasabah yang tinggi dapat meningkatkan profibilitas bank karena nasabah yang loyal cenderung lebih sering menggunakan produk dan layanan bank. Berbicara mengenai kekurangan BSI yaitu sulit mendapatkan SDM yang kompeten di bidang perbankan syariah, ATM pun sulit dijangkau, image BSI sama halnya dengan bank konvensional dan hanya diperuntukkan untuk Islam, masyarakat sebagian belum mengenal BSI”⁵⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa kelebihan Bank Syariah Indonesia KCP Majene yaitu meningkatkan kepuasan nasabah, strategi yang diterapkan BSI terbukti meningkatkan kepuasan nasabah seperti yang ditunjukkan oleh hasil survei dan penghargaan yang diterima BSI. Kelebihannya juga dapat meningkatkan profibilitas bank, loyalitas nasabah yang tinggi dapat meningkatkan profibilitas bank karena nasabah yang loyal cenderung lebih sering menggunakan produk dan layanan bank. Dan kekurangan Bank Syariah Indonesia KCP Majene yaitu, menghadapi tantangan dalam memperoleh sumber daya manusia yang kompeten di sektor perbankan syariah, serta kesulitan dalam mengakses ATM, Bank Syariah Indonesia (BSI) seringkali dipandang serupa dengan bank konvensional dan dianggap hanya untuk kepentingan umat Islam. Selain itu, sebagian masyarakat masih belum mengenal BSI.

Berikutnya mengenai strategi yang diterapkan oleh bank syariah indonesia KCP Majene dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah.

Berdasarkan penuturan bapak Syahrul Asmara:

“Peluang BSI yaitu masyarakat di Majene mayoritas beragama Islam, pertumbuhan teknologi sangat pesat dan pertumbuhan perbankan syariah”.⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa peluang Bank Syariah Indonesia KCP Majene yaitu karena masyarakat di Majene mayoritas beragama islam, pertumbuhan teknologi yang sangat pesat dan Perkembangan

⁵⁷ Wawancara dengan pak Syahrul Asmara (Kepala Operasional BSI KCP Majene), 30 Mei 2024.

⁵⁸ Wawancara dengan pak Syahrul Asmara (Kepala Operasional BSI KCP Majene), 30 Mei 2024.

teknologi yang sangat cepat dan kemajuan yang terus-menerus dalam sektor perbankan syariah dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Di bawah ini terdapat hasil dari interaksi wawancara yang berhasil dihimpun oleh peneliti setelah melakukan wawancara dengan subjek-subjek penelitian yang merupakan nasabah BSI KCP Majene mengenai strategi dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Dari hasil penelitian terdapat 5 nasabah BSI KCP Majene diantaranya Risda, Ratna, Rohana, Sahar, dan Fahri.

Tingkat loyalitas nasabah dapat dilihat dari bertambahnya jumlah nasabah di BSI, di mana BSI KCP Majene menunjukkan adanya loyalitas nasabah dengan pertumbuhan jumlah nasabah yang terus meningkat setiap tahunnya. Loyalitas dan peningkatan jumlah nasabah mungkin terlihat berbeda, namun keduanya saling terkait dan saling mempengaruhi seperti nasabah yang loyal cenderung merekomendasikan bank kepada orang lain di lingkungannya. Referensi dari mulut ke mulut ini sangat efektif dalam menarik nasabah baru, nasabah yang loyal memberikan kontribusi yang stabil pada pendapatan bank. Ini memungkinkan bank untuk mengalokasikan sumber daya lebih efektif untuk kegiatan pemasaran dan pengembangan produk baru, mengakuisisi nasabah baru memerlukan biaya yang cukup tinggi. Dengan menjaga nasabah yang sudah ada, bank dapat mengurangi pengeluaran untuk mendapatkan nasabah baru. Sesuai dengan pernyataan Bapak Andi selaku karyawan bidang marketing:

“Untuk jumlah nasabah BSI KCP Majene sendiri meningkat setiap tahunnya, karena kami selaku karyawan yang menangani pemasaran/marketing jasa dan produk BSI, memiliki beberapa target yang harus dicapai guna pengembangan perusahaan, nah salah satunya terkait nasabah yaitu kami harus minimal mendapatkan 10 nasabah yang membuka rekening di BSI KCP Majene. Oleh karena itu kami menjamin setiap tahunnya nasabah di BSI KCP Majene mengalami peningkatan bahkan kami pihak BSI mewajibkan kepada setiap mahasiswa yang ingin

melaksanakan penelitian untuk terlebih dahulu membuka tabungan atau rekening di BSI”.⁵⁹

Dari hasil wawancara dengan bapak andi, dapat disimpulkan salah satu strategi bank BSI dalam meningkatkan nasabah atau pennguna produk BSI adalah mewajibkan mahasiswa yang ingin melaksanakan penelitian pada bank BSI diwajibkan untuk membuka rekening atau tabungan BSI terlebih dahulu, sebelum melaksanakan penelitian.

Berdasarkan data tersebut, peneliti memilih lima nasabah BSI sebagai informan karena mereka adalah nasabah yang benar-benar loyal, telah menggunakan layanan BSI KCP Majene selama tiga tahun.

Ungkapan yang dikatakan oleh Ibu Risda selaku nasabah tabungan BSI KCP Majene:

“Bentuk-bentuk loyalitas yang saya berikan kepada BSI adalah saya tetap komitmen menggunakan ulang produk atau jasa dari BSI, saya juga menolak produk dan jasa dari perbankan lain walaupun daya tariknya sangat bagus tetapi saya kebal terhadap daya tarik dari pesaing tersebut, saya juga menarik pelanggan baru untuk menggunakan produk ataupun jasa dari BSI Majene ini, menurut saya itu adalah bentuk-bentuk loyalitas nasabah saya terhadap BSI Majene. Alasan saya untuk tetap setia di BSI ini adalah karena BSI menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan saya”.⁶⁰

Menurut Ibu Risda, bentuk loyalitasnya terhadap BSI Majene dengan tetap konsisten menggunakan produk atau jasa BSI, menolak produk atau jasa dari bank lain meskipun sangat menarik, dan juga merekomendasikan produk atau jasa BSI kepada nasabah lain. Wawancara tersebut menunjukkan bahwa BSI berhasil menarik minat nasabah untuk terus menggunakan produk dan jasa mereka, sehingga mempertahankan loyalitas nasabah.

⁵⁹ Wawancara dengan pak Andi (Karyawan Bidang Marketing BSI KCP Majene), 30 Mei 2024.

⁶⁰ Wawancara dengan ibu Risda (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

Berikut penuturan dari Ibu Ratna salah satu nasabah yang mengambil pembiayaan BSI KPR Griya:

“Saya memilih BSI KPR Griya karena beberapa alasan yaitu saya ingin memiliki rumah dengan cara yang sesuai dengan syariat Islam. BSI KPR Griya menggunakan akad murabahah yang terhindar dari riba, saya bandingkan dengan bank lain BSI Majene menawarkan angsuran tetap selama tenor pembayaran, tenor pembiayaan yang panjang hingga 20 tahun. Pengalaman saya selama proses pengajuan hingga akad KPR prosesnya mudah dan cepat, pelayanan ramah, dan saya mendapatkan informasi yang jelas dan lengkap mengenai produk BSI KPR Griya Majene”.⁶¹

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas dengan ibu Ratna salah satu nasabah yang mengambil pembiayaan BSI KPR Griya dapat diketahui bahwa, nasabah tersebut cukup puas terhadap alur pengajuan, hingga proses akad yang berjalan dengan mudah dan cepat, serta pelayanan yang ramah sehingga nasabah mendapatkan informasi yang jelas dan lengkap mengenai produk BSI KPR Griya. Produk BSI KPR Griya membantu nasabah untuk memiliki rumah dengan cara yang sesuai dengan syariat Islam dan dengan angsuran yang ringan. BSI Majene menawarkan angsuran tetap selama tenor pembayaran, tenor pembiayaan yang panjang hingga 20 tahun.

Berikut penuturan dari Ibu Rohana selaku nasabah tabungan BSI KCP Majene:

“iya saya puas jadi saya ingin setia bertransaksi di BSI KCP Majene, alasannya yak karena pelayanannya cepat dan memuaskan”⁶²

Dari paparan yang disampaikan oleh Ibu Ratna bahwasanya nasabah tersebut puas akan pelayanan yang diberikan oleh BSI KCP Majene, kepuasan yang dirasakan tersebut, membuat ibu Ratna untuk terus menjadi nasabah dari Bank BSI. Kepuasan ini didorong oleh strategi yang diterapkan oleh bank itu sendiri.

⁶¹ Wawancara dengan ibu Ratna (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

⁶² Wawancara dengan ibu Rohana (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

Berikut penuturan dari Bapak Sahar salah satu nasabah yang mengambil pembiayaan BSI OTO:

“saya mengambil pembiayaan mobil untuk usaha menjual pupuk dan bibit. Menurut saya pembiayaan pada bank syariah sudah menerapkan prinsip syariah dan sudah beroperasi dengan baik, karena setiap nasabah yang hendak mengambil pembiayaan di bank syariah pihak bank terlebih dahulu melakukan survei, mulai dari prosedur pelayanan yang baik, pembiayaan yang ringan dan tidak membebani. BSI juga sudah menerapkan label syariah sehingga kami sebagai nasabah merasa aman dan tentram karena meyakini pembiayaan yang digunakan sudah sesuai dengan prinsip syariah sehingga terlepas dari unsur riba. Dan proses pembiayaan murabahah tidak membebani dalam pengambilan pembiayaan dan juga pelayanan yang dijalankan oleh bank syariah sesuai dengan keinginan nasabah”.⁶³

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas dengan salah satu nasabah yang mengambil pembiayaan murabahah untuk pembelian mobil dapat diketahui bahwa dengan adanya BSI OTO sangat membantu dalam mengembangkan usaha. Pembiayaan di bank syariah telah menerapkan prinsip-prinsip syariah dan berjalan dengan baik. Setiap nasabah yang ingin mengambil pembiayaan di bank syariah akan melalui proses survei terlebih dahulu oleh pihak bank, yang meliputi prosedur pelayanan yang baik, pembiayaan yang ringan, dan tidak memberatkan. Selain itu, BSI juga telah mengadopsi label syariah, sehingga nasabah merasa aman dan nyaman, yakin bahwa pembiayaan yang diberikan sesuai dengan prinsip syariah dan bebas dari unsur riba. Dan kelebihan pembiayaan ini yaitu margin keuntungan yang kompetitif hal ini membuat cicilan mobil menjadi lebih ringan dan angsurannya tetap hal ini memberikan kemudahan nasabah untuk mengatur keuangan, tenor pembiayaan yang panjang hal ini memungkinkan nasabah untuk memiliki mobil engan cicilan yng lebih ringan, proses pengajuan yang mudah dalam hal ini nasabah hanya perlu melengkapi persyaratan yang dibutuhkan dan mengajukannya melalui kantor cabang BSI Majene, syarat yang ringan dalam hal ini syarat pengajuan pembiayaan murabahah di BSI Majene relatif ringan

⁶³ Wawancara dengan pak Sahar (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

dibandingkan dengan bank syariah lainnya. Nasabah hanya perlu memiliki penghasilan tetap dan memenuhi persyaratan lainnya yang ditentukan oleh BSI Majene, pelayanan yang ramah.

Berikut penuturan dari Bapak Fahri selaku nasabah tabungan BSI KCP Majene:

“Saya melakukan transaksi ataupun menabung di BSI ini dan saya juga memanfaatkan jasa-jasa, pelayanannya aman baik, kalau bisa baik terus begini bisa rame disini. Teman-teman saya juga saya suruh melakukan transaksi ataupun menabung disini karena tidak menggunkan bunga akan tetapi pakai bagi hasil, dan saya sendiri tidak akan terpengaruh dari promosi yang dilakukan oleh bank lain dan saya tidak akan mengalihkan BSI KCP Majene kepada bank lain dan saya ingin tetap setia melakukan transaksi di BSI ini.”⁶⁴

Dari paparan yang disampaikan oleh Bapak Fahri selaku nasabah BSI KCP Majene, beliau memanfaatkan layanan BSI secara rutin dan melakukan transaksi secara konsisten, didukung oleh berbagai aspek kualitas pelayanan seperti fasilitas yang nyaman dan pelayanan yang memuaskan. Beliau berharap agar standar pelayanan berkualitas tinggi yang telah lama diterapkan oleh BSI terus dipertahankan, sehingga banyak nasabah yang ingin bertransaksi dengan BSI. Selain itu, sistem yang efektif, seperti penggunaan sistem bagi hasil, juga mendorong dan menarik minat nasabah untuk bertransaksi. Beliau juga menyatakan bahwa ia tidak akan tertarik dengan tawaran dari bank lain dan tetap setia menggunakan layanan BSI KCP Majene.

Berikutnya mengenai apa yang membuat nasabah memilih produk atau layanan pada BSI KCP Majene.

Berikut penuturan ibu Risda:

“Alasan saya memilih produk atau layanan pada BSI KCP Majene karena menerapkan prinsip syariah dan saya merasa tenang menabung di bank syariah karena terhindar dari riba, fiturnya lengkap hal ini memudahkan saya untuk melakukan transaksi keuangan kapanpun dan dimanapun, setoran awalnya terjangkau, dan kator cabang bank BSI mudah ditemukan atau mudah diakses”.⁶⁵

⁶⁴ Wawancara dengan pak Fahri (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

⁶⁵ Wawancara dengan ibu Risda (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

Berikut penuturan ibu Ratna:

“Saya memilih produk layanan BSI dalam pembiayaan Griya. Alasan saya memilih pembiayaan BSI karna BSI menawarkan suku bunga yang rendah dibandingkan dengan Bank lain, hal ini membuat angsuran bulanan menjadi lebih ringan, proses pengajuan pembiayaan di BSI mudah dan cepat saya tidak mengalami kesulitan saat menulis dokumen dan persyaratan lainnya, dan pembiayaan Griya BSI menawarkan jangka waktu yang panjang hingga 20 tahun, hal ini memberikan keleluasan bagi saya untuk melunasi angsuran, dan pembiayaan yang saya ambil dalam hal ini pembiayaan Griya BSI bebas biaya administrasi.”⁶⁶

Berikut penuturan ibu Rohana:

“Saya menggunakan produk atau layanan BSI Mobile Banking alasannya karna transaksinya mudah BSI Mobile Banking memudahkan saya untuk melakukan berbagai transaksi keuangan seperti transfer, pembayaran tagihan, dan Top Up pulsa. BSI Mobile Banking memiliki fitur menarik, BSI Mobile Banking dilengkapi dengan sistem keamanan yang canggih sehingga transaksi saya terjamin aman”.⁶⁷

Berikut penuturan bapak Sahar:

“saya mengambil pembiayaan mobil untuk usaha menjual pupuk dan bibit. Menurut saya pembiayaan pada bank syariah sudah menerapkan prinsip syariah dan sudah beroperasi dengan baik, karena setiap nasabah yang hendak mengambil pembiayaan di bank syariah pihak bank terlebih dahulu melakukan survei, mulai dari prosedur pelayanan yang baik, pembiayaan yang ringan dan tidak membebani. BSI juga sudah menerapkan label syariah sehingga kami sebagai nasabah merasa aman dan tenang karena meyakini pembiayaan yang digunakan sudah sesuai dengan prinsip syariah sehingga terlepas dari unsur riba. Dan proses pembiayaan murabahah tidak membebani dalam pengambilan pembiayaan dan juga pelayanan yang dijalankan oleh bank syariah sesuai dengan keinginan nasabah.”⁶⁸

Berikut penuturan bapak Fahri:

“Saya memilih layanan atau produk di BSI karna praktis, aman, dan memberikan pelayanan terbaik.”⁶⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dipahami bahwa yang membuat nasabah memilih produk atau layanan pada BSI KCP Majene karena BSI menawarkan suku bunga yang rendah dibandingkan dengan Bank lain, hal ini membuat angsuran bulanan menjadi lebih ringan, proses pengajuan pembiayaan di BSI mudah dan cepat nasabah tidak mengalami kesulitan saat menulis dokumen

⁶⁶ Wawancara dengan ibu Ratna (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

⁶⁷ Wawancara dengan ibu Rohana (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

⁶⁸ Wawancara dengan pak Sahar (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

⁶⁹ Wawancara dengan pak Fahri (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

dan persyaratan lainnya, dan pembiayaan Griya BSI menawarkan jangka waktu yang panjang hingga 20 tahun, hal ini memberikan keleluasan bagi nasabah untuk melunasi angsuran, dan pembiayaan yang nasabah ambil dalam hal ini pembiayaan Griya BSI bebas biaya administrasi. Nasabah yang menggunakan produk atau layanan BSI Mobile Banking transaksinya mudah BSI Mobile Banking memudahkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan seperti transfer, pembayaran tagihan, dan Top Up pulsa. BSI Mobile Banking memiliki fitur menarik, BSI Mobile Banking dilengkapi dengan sistem keamanan yang canggih sehingga transaksi nasabah terjamin aman. BSI OTO sangat membantu dalam mengembangkan usaha. Pembiayaan pada bank syariah sudah menerapkan prinsip syariah dan sudah beroperasi dengan baik, karena setiap nasabah yang hendak mengambil pembiayaan di bank syariah pihak bank terlebih dahulu melakukan survei, mulai dari prosedur pelayanan yang baik, pembiayaan yang ringan dan tidak membebani. Dan layanan dari bank BSI sangat baik dan ramah sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Berikutnya mengenai bagaimana pendapat anda tentang kualitas layanan pada BSI KCP Majene.

Berikut penuturan ibu Risda:

“Secara keseluruhan saya merasa puas dengan kualitas layanan di BSI pelayanannya ramah dan informatif dan saya merasa tenang karna tau bahwa semua transaksinya halal dan sesuai dengan syariat Islam. Dan saya berharap BSI dapat terus meningkatkan layanannya terutama dalam hal edukasi kepada nasabah tentang produk dan layanan syariah”.⁷⁰

Berikut penuturan ibu Ratna:

“Berbicara masalah kualitas layanan pada bank BSI KCP Majene saya merasa cukup puas dengan layaannya saya juga menyukai layanan costumer service BSI yang sigap dan ramah, saya pernah mengalami kendala saat menggunakan BSI Mobile Banking dan costumer service berhasil membantu saya dengan cepat, dan saya berharap BSI dapat memperluas ATM-nya lebih mudah diakses oleh nasabah”.⁷¹

⁷⁰ Wawancara dengan ibu Risda (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

⁷¹ Wawancara dengan ibu Ratna (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

Berikut penuturan ibu Rohana:

“Saya merasa puas dengan layanan BSI, terutama proses pengajuan pembiayaan murabahah yang mudah dan cepat. Saya juga menyukai fitur-fitur BSI Mobile Banking yang lengkap dan informatif”. Saya juga berharap BSI dapat menyediakan layanan konsultasi syariah yang lebih mudah diakses oleh nasabah.”⁷²

Berikut penuturan bapak Sahar:

“Layanan BSI mudah digunakan dan memiliki banyak fitur menarik dan saya merasa puas dengan layanan yang ditawarkan, harapan saya untuk BSI KCP Majene yaitu BSI dapat meningkatkan layanan dalam hal edukasi kepada nasabah tentang layanan atau produk yang disediakan oleh BSI karna saya merasa bahwa masih banyak nasabah yang belum memahami secara detail tentang produk dan layanan syariah yang ada di BSI”.⁷³

Berikut penuturan bapak Fahri:

“Customer service di BSI sangat sigap dan sangat ramah kepada nasabah dalam pelayanannya”.⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dipahami bahwa kualitas layanan pada BSI KCP Majene yaitu sangat memuaskan nasabah hal ini dibuktikan pernyataan nasabah bahwa kualitas layanan di BSI pelayanannya ramah dan informatif dan nasabah merasa tenang karna tau bahwa semua transaksinya halal dan sesuai dengan syariat Islam. Dan harapan nasabah BSI dapat terus meningkatkan layanannya terutama dalam hal edukasi kepada nasabah tentang produk dan layanan syariah. Layanan BSI mudah digunakan dan memiliki banyak fitur menarik dan nasabah merasa puas dengan layanan yang ditawarkan, harapan nasabah untuk BSI KCP Majene yaitu BSI dapat meningkatkan layanan dalam hal edukasi kepada nasabah tentang layanan atau produk yang disediakan oleh BSI karna masih banyak nasabah yang belum memahami secara detail tentang produk dan layanan syariah yang ada di BSI. Semua nasabah yang peneliti wawancara merasa puas dengan layanan Customer service di BSI.

⁷² Wawancara dengan ibu Rohana (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

⁷³ Wawancara dengan pak Sahar (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

⁷⁴ Wawancara dengan pak Fahri (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

Berikutnya mengenai bagaimana cara Pihak BSI berhasil menarik perhatian nasabah dalam mempromosikan produk dan layanan mereka, sehingga nasabah tetap setia menggunakan jasa BSI KCP Majene.

Berikut penuturan ibu Risda:

“Saya sudah lama menjadi nasabah BSI. Awalnya saya tertarik karna produk pembiayaan syariah yang sesuai prinsip saya. Yang membuat saya loyal itu pelayanan yang ramah, cepat, dan informatif. Ditambah lagi BSI membuat saya tenang karna transaksinya berdasarkan syariah”.⁷⁵

Berikut penuturan ibu Ratna:

“Saya baru jadi nasabah BSI tapi sejauh ini saya merasa nyaman. Saya tertarik karna ada promo tabungan khusus ibu rumah tangga dengan bagi hasil yang menarik. Selain itu, ada program poin yang bisa ditukar dengan hadiah”.⁷⁶

Berikut penuturan ibu Rohana:

“Saya lebih suka yang praktis. BSI Mobile memudahkan saya untuk cek saldo, transfer dan top up pulsa. Selain itu, ada fitur investasi syariah yang terjangkau dan informasinya juga lengkap”.⁷⁷

Berikut penuturan bapak Sahar:

“Saya betah di BSI karna mereka menghargai loyal. Sering ada program khusus dan reward untuk nasabah aktif. Selain itu juga, pihak BSI rutin mengadakan edukasi keuangan syariah gratis. Jadi, nasabah bisa belajar sambil mengelola keuangan dengan baik”.⁷⁸

Berikut penuturan bapak Fahri:

“BSI punya cabang yang mudah dijangkau, pelayanannya juga ramah dan informatif, cocok untuk orang tua seperti saya. Hal ini yang menjadi alasan saya untuk tetap menggunakan pembiayaan yang disediakan oleh bank BSI KCP Majene”.⁷⁹

Berdasarkan wawancara di atas, strategi yang diterapkan oleh pihak BSI dalam mempromosikan produk dan layanan mereka terbukti efektif, sehingga nasabah terus setia menggunakan jasa BSI KCP Majene dapat diketahui bahwa BSI menawarkan promo menarik seperti cashback yang menguntungkan, produk dan layanan sesuai dengan prinsip syariah, dan customer service memberikan

⁷⁵ Wawancara dengan ibu Risda (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

⁷⁶ Wawancara dengan ibu Ratna (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

⁷⁷ Wawancara dengan ibu Rohana (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

⁷⁸ Wawancara dengan pak Sahar (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

⁷⁹ Wawancara dengan pak Fahri (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.

pelayanan yang ramah dan informatif. Hal ini yang membuat nasabah tetap loyal menggunakan jasa BSI.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa pada bank BSI KCP Majene memiliki pengguna jasa atau nasabah yang loyal sebanyak 80 % dan 20% lainnya tidak konsisten atau loyal pada Bank Syariah Indonesia.

C. Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi BSI KCP Majene Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah

Strategi adalah rencana jangka panjang yang dirancang untuk mencapai tujuan dan sasaran tertentu. Bagi BSI, strategi sangat penting karena menyediakan arah jangka panjang, membantu perusahaan beradaptasi dengan perubahan, meningkatkan aktivitas organisasi, dan mengidentifikasi keunggulan komparatif di lingkungan yang semakin penuh risiko. Strategi juga membantu mengurangi aktivitas yang tumpang tindih, memotivasi pelaksanaan perubahan, dan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mencegah masalah di masa depan.

1. Analisis Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah

Strategi Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan loyalitas nasabah adalah kunci keberhasilan dan fondasi dalam mencapai kesuksesan bank. Oleh karena itu, setiap aktivitas harus dilakukan dengan efektif dan berkualitas untuk memastikan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas dengan pelayanan yang diberikan cenderung akan kembali untuk mencoba produk lainnya yang ditawarkan oleh bank dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Kualitas layanan dapat memengaruhi loyalitas pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung. Layanan yang berkualitas dapat membuat pelanggan tetap setia pada produk dan layanan perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan pangsa pasar produk tersebut. Terutama dalam perusahaan jasa,

kualitas layanan sangat penting untuk mempertahankan pelanggan dalam jangka waktu yang lama. Kualitas layanan juga berperan penting dalam menentukan kinerja perusahaan.

Kualitas pelayanan sangat krusial untuk memastikan kelangsungan hidup suatu usaha, terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Selain bertujuan memperoleh keuntungan, perusahaan jasa juga harus fokus pada kepuasan pelanggan, baik dari segi kualitas maupun pelayanan yang diberikan kepada mereka.

Tingkat kualitas layanan harus dinilai dari perspektif pelanggan, bukan hanya dari sudut pandang perusahaan. Oleh karena itu, dalam merancang strategi dan program pelayanan, perusahaan perlu fokus pada kebutuhan pelanggan dan mempertimbangkan elemen-elemen kualitas yang penting bagi mereka.

Adapun kualitas pelayanan yang dilakukan BSI KCP Majene adalah:

a. Memberikan pelayanan terbaik kepada Nasabah

Salah satu upaya BSI KCP Majene untuk meningkatkan keunggulan penjualan jasa atau produk mereka adalah dengan menyediakan pelayanan yang berkualitas dan terbaik sesuai dengan harapan konsumen. Kepentingan konsumen terhadap jasa yang mereka terima dapat dipengaruhi oleh pengalaman dan rekomendasi yang mereka dapatkan. Konsumen memilih penyedia jasa berdasarkan tingkat kepentingan mereka, dan setelah menggunakan jasa tersebut, mereka cenderung membandingkannya dengan harapan mereka.

Pelayanan adalah setiap aktivitas atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang bersifat tidak berwujud dan tidak melibatkan pemilihan atau produksi barang fisik tertentu.⁸⁰

Pelayanan yang baik sangat krusial dalam perbankan karena berfungsi

⁸⁰ Soegito, *Marketing Reasech: Panduan Bagi Manajer, Pemimpin Perusahaan Organisasi* (Jakarta:Elex Media Komputindo,2007),h. 152

sebagai

bentuk promosi kepada calon nasabah. Layanan yang memuaskan membantu memenuhi harapan nasabah dengan cara yang mudah, bahkan melebihi ekspektasi mereka. Oleh karena itu, pelayanan yang berkualitas sangat diharapkan oleh nasabah.

Jika sebuah perusahaan tidak memberikan pelayanan yang baik atau memuaskan, nasabah akan enggan untuk berinteraksi dengan perusahaan tersebut. Pelayanan yang ramah dan berkualitas menjadi prioritas utama bagi pelanggan. Sebaliknya, nasabah akan enggan jika perusahaan tidak menyediakan layanan yang memadai.

Berdasarkan penuturan pak sahrul asmara bahwa BSI KCP Majene memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah. hal ini dibuktikan dengan memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional kepada semua nasabah, mempermudah transaksi melalui berbagai channel seperti ATM, internet banking, dan mobile banking, menyediakan layanan yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan nasabah seperti layanan syariah, layanan keuangan digital, dan layanan *wealth management*.

b. Meningkatkan kepercayaan nasabah

Kepercayaan nasabah dapat terjalin melalui sikap karyawan yang mengutamakan kejujuran dan menghindari keuntungan jangka pendek, sehingga hubungan yang sudah terbentuk dengan nasabah dapat dipertahankan.

Menurut Mowen, kepercayaan nasabah mencakup semua informasi yang dimiliki nasabah serta kesimpulan yang mereka buat mengenai objek, atribut, dan manfaatnya.⁸¹

Berdasarkan penuturan pak Sahrul Asmara bahwa BSI KCP Majene untuk

⁸¹ John C. Mowen, *Perilaku Kondumen* Alih Bahasa Lina Salim (Jakarta:Erlangga,2002),

meningkatkan kepercayaan nasabah dalam hal ini BSI KCP majene memperkuat komunikasi dengan nasabah dengan melakukan komunikasi yang proaktif dengan nasabah melalui berbagai channel seperti email, SMS, dan media sosial, serta memberikan informasi yang lengkap dan akurat tentang produk BSI kepada nasabah, dan menanggapi setiap keluhan dan pertanyaan nasabah dengan cepat dan tepat.

c. Melakukan hubungan personal

BSI KCP Majene membangun hubungan personal dengan pendekatan kekeluargaan, yang menekankan pada interaksi langsung dengan nasabah untuk menjaga komunikasi yang baik.

Berdasarkan penuturan pak Sahrul Asmara bahwa BSI KCP Majene dalam menjaga loyalitas nasabah dilakukan dengan berfokus pada membangun hubungan personal dan kekeluargaan. Hal ini dilakukan melalui berbagai pendekatan seperti kunjungan langsung dan komunikasi aktif. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah, memperkuat brand image BSI, meningkatkan peluang bisnis baru, dan memperkuat citra BSI sebagai bank yang dekat dengan masyarakat.

d. Membangun kemitraan strategis

Loyalitas pelanggan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Pelanggan mendapatkan manfaat dari kenyamanan, kemudahan, dan kualitas produk atau jasa. Sementara itu, perusahaan atau produsen juga diuntungkan karena loyalitas pelanggan dapat meningkatkan pendapatan dan mendukung kelangsungan hidup perusahaan.

Pola kemitraan umumnya merujuk pada bentuk kerja sama yang saling menguntungkan antara dua pihak atau lebih, dengan tujuan untuk mencapai hasil bersama.

Kemitraan adalah sebuah strategi bisnis di mana dua pihak atau lebih bekerja sama dalam jangka waktu tertentu untuk memperoleh manfaat bersama, berdasarkan prinsip saling membutuhkan dan saling melengkapi kesepakatan yang telah disepakati.⁸²

Berdasarkan penuturan pak Sahrul Asmara bahwa BSI KCP Majene dalam menjalin kerjasama yang saling menguntungkan dengan para nasabahnya yaitu BSI KCP nasabah merekomendasikan kepada kerabat atau masyarakat Majene untuk menggunakan jasa Bank BSI.

e. Meningkatkan acara-acara special

BSI KCP Majene menjaga loyalitas nasabah dengan mengingatkan mereka tentang acara-acara penting, seperti memberikan ucapan selamat dan hadiah untuk perayaan tersebut. Misalnya, mereka mengirimkan ucapan selamat tahun baru. Dengan pendekatan ini, nasabah merasa dihargai dan lebih cenderung untuk tetap setia pada BSI. Selain itu, perusahaan dapat menawarkan program loyalitas pelanggan melalui program frekuensi, yang dirancang untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan yang sering melakukan pembelian dalam jumlah besar. Program ini bertujuan untuk membangun loyalitas jangka panjang dengan pelanggan.⁸³

Selain memperhatikan aspek pelayanan yang diberikan oleh BSI KCP Majene kepada nasabah, faktor lain yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah adalah kualitas produk jasa yang ditawarkan. BSI KCP Majene menyediakan produk unggulan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Produk-produk ini disesuaikan dengan kebutuhan spesifik nasabah untuk mempermudah mereka dalam menggunakan layanan yang diinginkan. Untuk memastikan kualitas

⁸²Muhammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi* (Jakarta:Pustaka) Sinar Harapan, 2000), 13

⁸³ Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 10*, 155

produk dan kepuasan nasabah tetap terjaga, BSI KCP Majene menerapkan sistem manajemen produk yang efektif. Beberapa contoh produk unggulan yang tersedia di BSI KCP Majene meliputi BSI OTO, pembiayaan BSI KPR Griya, BSI Griya Take Over, BSI Cicil Emas, dan BSI KUR Kecil.

2. Analisis Bentuk-bentuk Loyalitas Nasabah pada BSI KCP Majene

Loyalitas nasabah merupakan faktor utama dalam keberhasilan sebuah usaha yang berfokus pada hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggannya. Pelanggan yang setia adalah aset berharga bagi perusahaan, dan hal ini terlihat dari berbagai karakteristik yang mereka miliki.⁸⁴ Begitu pula dengan BSI KCP Majene, yang berusaha menjalankan hubungan kerja sama dengan nasabahnya sebaik mungkin. Dari hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan peneliti pada bank BSI KCP Majene tentang bentuk-bentuk loyalitas nasabah maka selanjutnya peneliti akan menganalisis dan membahas data tersebut.

a. Melakukan pembelian secara teratur

Nasabah yang rutin membeli produk dikategorikan sebagai nasabah loyal. Loyalitas ini berhubungan dengan perilaku pengambil keputusan yang terus-menerus memilih untuk membeli barang atau jasa dari perusahaan tertentu. Tingkat kepuasan terhadap toko akan mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan pembelian berulang.⁸⁵

Berdasarkan wawancara dengan 5 nasabah yaitu ibu ratna, ibu risda, ibu rohana, pak fahri, dan pak sahar mengatakan bahwa bentuk-bentuk loyalitas mereka kepada BSI Majene ini adalah dengan tetap membeli produk BSI secara teratur. nasabah tetap loyal menggunakan jasa BSI KCP Majene karena BSI menawarkan promo menarik seperti cashback yang menguntungkan, produk dan

⁸⁴Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, 129

⁸⁵ Griffin Jill, *Customer Loyalty* Terjemahan Dwi Kartini Yahya (Jakarta: Erlangga, 2002),

layanan sesuai dengan prinsip syariah, dan customer service memberikan pelayanan yang ramah dan informatif. Hal ini yang membuat nasabah tetap loyal menggunakan jasa BSI.

b. Melakukan pembelian disemua produk atau jasa

Nasabah yang membeli semua produk atau jasa yang ditawarkan sesuai kebutuhan mereka melakukannya secara teratur. Hubungan dengan jenis pelanggan ini sudah solid dan berlangsung lama, sehingga mereka tidak tergoda oleh produk dari pesaing.

Hasil wawancara dengan lima nasabah-Ibu Ratna, Ibu Risda, Ibu Rohana, Pak Fahri, dan Pak Sahar-mengungkapkan bahwa bentuk loyalitas mereka terhadap BSI Majene tercermin dari kebiasaan mereka untuk terus membeli produk BSI secara rutin. Mereka juga menghindari produk atau layanan dari bank lain meskipun menawarkan daya tarik yang kuat dan aktif mengajak nasabah lain untuk menggunakan produk atau jasa BSI.

c. Merekomendasikan produk kepada orang lain

Kepuasan pelanggan dapat membangun hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen. Hal ini menciptakan fondasi yang solid untuk pembelian ulang, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menghasilkan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Berdasarkan wawancara dengan lima nasabah BSI KCP Majene, mereka secara konsisten membeli produk BSI, meskipun ada tawaran menarik dari bank lain, dan bahkan mereka merekomendasikan produk serta jasa BSI kepada orang lain. Nasabah tetap setia menggunakan layanan BSI KCP Majene dan merekomendasikannya kepada calon nasabah lainnya.

d. Menunjukkan kebebasan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing

Produk dan layanan yang berkualitas memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen, serta berkontribusi pada keuntungan perusahaan. Semakin baik kualitas produk dan layanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Hal ini mendorong nasabah untuk terus menggunakan layanan perusahaan di masa depan dan menghindari berpindah ke penyedia lain.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah ditandai dengan kecenderungan pelanggan untuk terus membeli atau menggunakan produk atau jasa secara berulang. Selain itu, pelanggan yang loyal akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain. Akhirnya, pelanggan akan tetap setia pada produk atau jasa tersebut dan menolak penawaran serupa dari perusahaan lain.

Menurut wawancara dengan lima nasabah yaitu: Ibu Ratna, Ibu Risda, Ibu Rohana, Pak Fahri, dan Pak Sahar bahwa bentuk loyalitas mereka kepada BSI Majene terlihat dari kebiasaan mereka untuk terus menggunakan produk BSI secara rutin. Mereka juga menolak produk atau jasa dari bank lain meskipun memiliki daya tarik yang kuat dan bahkan mengajak nasabah lain untuk menggunakan produk atau jasa BSI. Ini menunjukkan bahwa BSI berhasil menarik dan mempertahankan nasabah dengan produk dan layanan mereka, sehingga nasabah tetap setia menggunakan jasa BSI.

Hukum Ekonomi Syariah adalah disiplin ilmu yang memfokuskan pada analisis perilaku ekonomi manusia yang diatur sesuai dengan prinsip-prinsip hukum agama Islam. Prinsip-prinsip ini bersumber dari ajaran Al-Quran dan Hadits yang menjadi dasar kepercayaan dalam konteks ekonomi.⁸⁶

⁸⁶Muhamad Kholid, "Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah dalam Undang-Undang Tentang Perbankan Syariah" Vol. 20 No 2 (2018).

Hukum Ekonomi Syariah, sebagai cabang dari fiqih muamalah, mengandung prinsip-prinsip dasar yang berlaku dalam konteks fiqih muamalah modern. Adapun prinsip-prinsip tersebut adalah:

a. Prinsip Ketuhanan (*Tauhid/Ilahiyah*)

Seperti yang telah diketahui, hukum ekonomi syariah memiliki salah satu sumbernya dari al-Qur'an. Oleh karena itu, dalam setiap aspek kegiatan ekonomi, penting untuk mendasarkannya pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai agama. Semua aspek ekonomi, mulai dari permodalan hingga distribusi, pemasaran, dan transaksi bisnis, harus mematuhi pedoman dan prinsip agama serta sesuai dengan tujuan yang ditetapkan oleh Allah SWT. Dengan demikian, prinsip ini menunjukkan bahwa hukum ekonomi syariah adalah kumpulan aturan yang mencakup nilai-nilai agama dalam setiap kegiatan ekonomi manusia. Ini menggambarkan bahwa hukum ekonomi syariah merupakan sistem hukum yang menggabungkan nilai-nilai ilahi dalam seluruh aktivitas ekonomi manusia.⁸⁷

Strategi BSI dalam meningkatkan loyalitas nasabah sudah sesuai dengan prinsip ketuhanan (*Tauhid/Ilahiyah*). Hal ini dibuktikan dengan:

- 1) Menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan syariat Islam. BSI KCP Majene menawarkan berbagai produk dan layanan syariah yang memenuhi kebutuhan nasabahnya. Seperti, tabungan syariah, deposito syariah, pembiayaan syariah, dan lain-lain. Produk dan layanan ini dirancang untuk membantu nasabah mencapai tujuan keuangan yang sesuai dengan syariat Islam.
- 2) Membangun kepercayaan dan transparansi dengan nasabah. BSI KCP Majene berkomitmen untuk membangun kepercayaan dan transparansi

⁸⁷Sinta Rusmalinda dan Windari Nurazijah, "Prinsip dan Asas Filsafat Hukum Ekonomi Syariah," *Jurnal Riset Ekonomi Syariah dan Hukum Al-Falah (RIESTHA)* Vol. 1 No. 1 (2022).

dengan nasabahnya. Hal ini dilakukan dengan memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk dan layanannya, serta dengan menjaga kerahasiaan data nasabah.

- 3) Memberikan layanan pelanggan yang prima. BSI KCP Majene memberikan layanan pelanggan yang prima kepada nasabahnya. Hal ini dilakukan dengan menyediakan berbagai saluran layanan pelanggan seperti kantor cabang, *call center*, dan situs web BSI. BSI juga melatih karyawannya untuk memberikan layanan yang ramah dan profesional.

b. Prinsip Keadilan (*al-adalah*)

Dalam hukum ekonomi syariah, prinsip keadilan merupakan penerapan hak dan kewajiban dengan proporsionalitas dan kesetaraan dalam transaksi berbagai aktivitas ekonomi. Oleh karena itu, pihak-pihak yang terlibat dalam suatu perjanjian memiliki kedudukan yang setara dan sama di antara satu sama lain. Dalam menjalankan aktivitas ekonomi, setiap pihak memiliki hak dan kewajiban yang seimbang, memungkinkan mereka untuk menentukan hak dan kewajiban mereka guna mencapai prestasi yang telah disepakati dalam kontrak.

Strategi BSI dalam meningkatkan loyalitas nasabah sudah sesuai dengan prinsip keadilan (*al-adalah*). Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa:

- 1) BSI KCP Majene menyediakan produk dan layanan yang adil dengan menawarkan berbagai opsi syariah yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dari berbagai segmen masyarakat, BSI KCP Majene memastikan bahwa produk dan layannya memiliki akad dan prinsip syariah yang jelas dan mudah dipahami nasabah, dan BSI KCP Majene memberikan informasi yang transparan dan lengkap tentang produk dan layanannya termasuk mengenai biaya dan risikonya.

- 2) Penetapan harga yang adil. Seperti BSI KCP Majene menetapkan harga produk dan layanannya secara adil dan kompetitif, BSI KCP Majene menghindari praktik riba dan memastikan bahwa semua keuntungan diperoleh berasal dari kegiatan yang halal dan sesuai dengan syariah, dan BSI KCP Majene memberikan berbagai program dan promo menarik untuk nasabah seperti *cashback*, dan sebagainya.
- 3) BSI KCP Majene memberikan layanan yang berkualitas dan prima kepada semua nasabahnya, dan BSI KCP Majene menyediakan layanan digital banking yang inovatif *user-friendly* untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi.

c. Prinsip Kenabian (*Nubuwwah*)

Nilai inti ekonomi dalam konsep kenabian terlihat dari empat karakteristik wajib yang dimiliki oleh Rasul.

- 1) *Shiddiq* (kejujuran), merujuk pada keyakinan bahwa semua informasi yang disampaikan oleh Nabi adalah benar dan disampaikan dengan kejujuran. Dalam konteks ekonomi, sifat ini terkait dengan prinsip-prinsip dasar seperti integritas pribadi, kestabilan emosional, dan nilai-nilai etika seperti kejujuran, ketulusan, serta kemampuan untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah bisnis dengan tepat.

BSI KCP Majene telah menerapkan nilai jujur, dalam hal ini BSI menyediakan informasi yang jelas dan mudah dipahami tentang produk dan layanannya termasuk rincian biaya, risiko dan manfaatnya. BSI selalu terbuka untuk menerima masukan dan keluhan dari nasabah dan berusaha untuk menyelesaikannya dengan cepat dan adil. BSI selalu menerapkan bahasa yang sopan dan menghormati dalam berkomunikasi dengan nasabah. BSI tidak membuat pernyataan yang menyesatkan atau

berbohong kepada nasabah, BSI selalu berusaha untuk memenuhi janji yang telah dibuat kepada nasabah. BSI KCP Majene selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dengan tetap menjaga prinsip-prinsip syariah.

- 2) *Amanah* (tanggung jawab, kepercayaan, kredibilitas) mencakup prinsip-prinsip fundamental dalam bisnis yang melibatkan kepercayaan, tanggung jawab, transparansi, dan pemenuhan kewajiban tepat waktu.

BSI KCP Majene telah menerapkan nilai *amanah*, karna BSI KCP Majene menjunjung tinggi kepercayaan nasabah dengan selalu mengedepankan transparansi dan akuntabilitas dalam setiap aktivitasnya. Hal ini dilakukan berbagai langkah seperti penyediaan informasi yang lengkap dan akurat mengenai produk dan layanan BSI kepada nasabahnya, penerapan proses bisnis yang adil dan transparan dalam setiap transaksi dan interaksi dengan nasabah, memastikan keamanan dana nasabah dengan menerapkan sistem keamanan yang kuat dan teruji, dan menyelesaikan keluhan nasabah dengan cepat dan profesional serta menjalin komunikasi yang terbuka dan berkelanjutan dengan nasabah.

- 3) *Fathanah* (kecerdasan, kebijaksanaan, pengetahuan) mencerminkan memiliki wawasan yang luas dan, dalam konteks bisnis, kemampuan kepemimpinan yang cerdas serta kesadaran mendalam tentang produk dan layanan, sambil terus memperbarui pengetahuan.

BSI KCP Majene telah menerapkan prinsip *Fathanah* dengan terus berinovasi dalam pengembangan produk dan layanan syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah, seperti tabungan haji dan umrah serta pembiayaan syariah untuk UMKM, dan asuransi syariah. Memamfaatkan teknologi digital untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi

nasabahnya seperti layanan mobile banking. Menjalin kerja sama dengan berbagai pihak seperti lembaga pemerintah, institusi pendidikan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan aksesibilitas bagi nasabah. Dalam kebijaksanaan BSI KCP Majene melakukan riset pasar dan survei untuk memahami kebutuhan dan ekspektasi nasabahnya. Hal ini dilakukan agar BSI mampu menyediakan produk dan layanan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, membangun hubungan yang kuat dengan nasabah, memberikan atau menjaga kepuasan nasabah dengan cara memberikan layanan yang berkualitas. Dalam kecerdasan, BSI KCP Majene menganalisis data nasabah dan untuk memberikan solusi yang tepat, BSI menggunakan data dan analisis dalam membuat keputusan hal ini dilakukan agar BSI dapat mengambil keputusan yang tepat dan strategis untuk meningkatkan loyalitas nasabah, dan BSI KCP Majene terus mengembangkan talenta dan meningkatkan kualitas atau kompetensi karyawannya. Hal ini dilakukan agar BSI memiliki SDM yang berkualitas dan mampu memberikan layanan yang terbaik bagi nasabahnya.

- 4) *Tabligh* (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) mencakup nilai-nilai utama dalam bisnis seperti kemampuan berkomunikasi dengan baik, bergaul dengan mudah, menjual secara efektif, menjelaskan tugas, mendelegasikan tanggung jawab, bekerja dalam tim, serta mengoordinasikan, mengontrol, dan memantau aktivitas.⁸⁸

BSI KCP Majene telah memenuhi prinsip *tabligh*, dalam hal ini BSI KCP Majene melakukan komunikasi yang efektif dengan nasabahnya melalui berbagai saluran seperti nasabah dapat mengunjungi nasabah BSI untuk mendapatkan informasi dan layanan perbankan yang disediakan,

⁸⁸Nuruddin Armanto, "Prinsip dan Landasan Hukum Ekonomi Islam," *Iqtishodiyah* Vol. 6 (2020).

BSI memiliki *weBSite* dan aplikasi *mobile* yang mudah digunakan untuk nasabah mengakses informasi dan melakukan transaksi perbankan, BSI aktif di media sosial untuk memberikan informasi dan edukasi tentang produk dan layanan perbankan syariah serta untuk membangun hubungan dengan nasabah dan BSI KCP Majene memiliki layanan *call center* yang dapat dihubungi nasabah untuk mendapatkan bantuan dan informasi. Dalam hal keterbukaan, BSI berkomitmen untuk memberikan informasi yang terbuka dan transparan kepada nasabahnya hal ini dilakukan melalui penyediaan informasi produk dan layanan yang jelas dan mudah dipahami, pengungkapan biaya dan risiko yang terkait dengan produk dan layanan, serta pelaksanaan edukasi dan literasi keuangan syariah untuk nasabah. Dalam hal pemasaran BSI KCP Majene melakukan pemasaran produk dan layanannya secara efektif untuk menjangkau calon nasabah. Hal ini dilakukan melalui iklan, promosi, dan kemitraan.

d. Prinsip Kebebasan (*al-hurriyah*)

Kebebasan dalam transaksi merupakan prinsip fundamental dalam Muamalah. Para pihak yang terlibat dalam perjanjian bisnis memiliki kebebasan penuh untuk merancang perjanjian, termasuk menentukan pokok perjanjian dan syarat-syarat lainnya yang saling menguntungkan, serta menetapkan jangka waktu dan cara penyelesaian sengketa. Adanya unsur paksaan atau pelanggaran kebebasan dalam perjanjian komersial dapat mempengaruhi aspek hukum dari kontrak tersebut. Oleh karena itu, prinsip kebebasan ini dirancang untuk melindungi kepentingan masing-masing pihak dari praktik penipuan atau paksaan yang dapat merugikan salah satu pihak.

BSI KCP Majene telah mematuhi prinsip kebebasan (*al-hurriyah*). Berdasarkan hasil penelitian, BSI KCP Majene memberikan keleluasaan kepada

nasabah untuk memilih produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Ini termasuk menawarkan berbagai pilihan tabungan dengan fitur menarik, seperti tabungan giro BSI, tabungan haji BSI, dan tabungan deposito BSI.

e. Prinsip Kebolehan Bertransaksi (*Al-Ibahah*)

Prinsip keabsahan dalam transaksi adalah aspek penting dalam perkembangan hukum ekonomi syariah. Transaksi ekonomi syariah terus mengalami perkembangan, dan prinsip ini memungkinkan terjadinya inovasi dalam merancang perjanjian ekonomi syariah yang baru. Prinsip ini menegaskan bahwa semua bentuk transaksi ekonomi syariah diperbolehkan selama tidak melanggar ketentuan yang ditetapkan dalam sumber ajaran Islam, seperti al-Quran dan Hadis.

BSI KCP Majene telah memenuhi prinsip kebolehan bertransaksi (*Al-Ibahah*), BSI KCP Majene menawarkan berbagai produk dan layanan syariah yang lengkap dan memberikan kebebasan kepada nasabah untuk memilih produk dan layanan syariah yang disediakan oleh BSI KCP Majene seperti dalam produk tabungan ada tabungan giro, tabungan haji, tabungan deposito, dan lain sebagainya. Dalam produk pembiayaan yaitu pembiayaan griya, pembiayaan kendaraan bermotor, pembiayaan modal kerja, pembiayaan UMKM, pembiayaan cicil emas, dan lain sebagainya. Dalam layanan perbankan yaitu layanan ATM, layanan *mobile banking*, layanan *internet banking*, layanan *call center*, dan layanan kantor cabang.

f. Prinsip Kemudahan (*Al-Taisir*)

Prinsip kemudahan dalam hukum ekonomi syariah mengharuskan setiap transaksi dirancang agar memudahkan semua pihak yang terlibat dalam menjalankan hak dan kewajiban sesuai kesepakatan dalam kontrak bisnis. Para

pihak harus berusaha untuk tidak memberatkan satu sama lain. Dalam praktiknya, terkadang ada tantangan, seperti kesulitan dalam bertemu langsung untuk transaksi. Namun, banyak ulama fiqih berpendapat bahwa untuk mengatasi hal tersebut, penggunaan media telekomunikasi seperti telepon, SMS, atau internet diperbolehkan. Dengan cara ini, persyaratan pertemuan langsung yang disebutkan dalam hadis dapat dipenuhi tanpa harus bertemu secara fisik.

BSI KCP Majene telah menerapkan prinsip kemudahan (*Al-Taisir*), seperti yang ditunjukkan oleh hasil penelitian. BSI KCP Majene mempermudah nasabah dalam mengakses layanan dengan menawarkan proses pembukaan rekening yang cepat dan mudah, dengan persyaratan dokumen yang minim. Selain itu, BSI juga menyediakan proses transaksi yang efisien, seperti transfer uang, pembayaran tagihan, dan pengisian pulsa, yang semuanya dirancang agar lebih praktis dan cepat. BSI KCP Majene memberikan kemudahan komunikasi kepada nasabah seperti layanan informasi yang mudah diakses, layanan customer service yang responsif, dan BSI menyediakan mekanisme *feedback* yang mudah diakses oleh nasabah untuk memberikan masukan dan saran untuk peningkatan layanan. BSI KCP Majene mempermudah nasabah dengan menyediakan berbagai produk dan layanan, serta terus mengembangkan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, BSI KCP Majene memastikan bahwa semua produk dan layanan yang ditawarkan mematuhi prinsip-prinsip syariah Islam.

Strategi BSI KCP Majene dalam memperkuat loyalitas nasabah telah mengikuti prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah, termasuk Prinsip Ketuhanan (*Tauhid/Ilahiyah*), Prinsip Keadilan (*al-adalah*), Prinsip Kenabian (*Nubuwwah*), Prinsip Kebebasan (*al-hurriyah*), Prinsip Kebolehan Bertransaksi (*Al-Ibahah*), dan Prinsip Kemudahan (*Al-Taisir*).

Berdasarkan hal tersebut bahwa strategi BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan dan analisis yang dipaparkan di bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah diterapkan dengan berbagai strategi. Pertama meningkatkan kualitas layanan dengan memberikan layanan yang ramah, cepat, dan profesional kepada semua nasabah, mempermudah transaksi melalui berbagai channel seperti ATM, internet banking, dan mobile banking, Menyediakan layanan yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan nasabah seperti layanan syariah, layanan keuangan digital, dan layanan wealth management. Kedua, memperkuat komunikasi dengan nasabah dengan melakukan komunikasi yang proaktif dengan nasabah melalui berbagai channel seperti email, SMS, dan media sosial, Menyediakan informasi yang menyeluruh dan tepat mengenai produk dan layanan bank BSI kepada nasabah, Menanggapi keluhan dan pertanyaan nasabah dengan cepat dan tepat. Ketiga, Memberikan penghargaan kepada nasabah dengan Memberikan program reward kepada nasabah setia seperti cashback, poin, dan hadiah lainnya, menyelenggarakan berbagai event dan kegiatan untuk nasabah seperti seminar, workshop, dan gathering dan memberikan layanan eksklusif kepada nasabah premium seperti seperti layanan private banking. Ke empat, Meningkatkan kepuasan nasabah dengan Melakukan evaluasi kepuasan nasabah secara rutin untuk mengukur seberapa puas nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh bank BSI. Mengambil tindakan korektif untuk memperbaiki layanan BSI berdasarkan hasil survei

kepuasan nasabah dan Terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan bank BSI agar nasabah merasa puas dan loyal. ke lima, Membangun hubungan emosional dengan nasabah dengan cara Membangun hubungan personal dengan nasabah dengan cara menyapa nasabah dengan ramah, mendengarkan keluhan nasabah dengan penuh perhatian, dan memberikan solusi yang tepat untuk nasabah, Menunjukkan empati dan kepedulian kepada nasabah seperti membantu nasabah yang mengalami kesulitan finansial, dan Menjalin hubungan yang baik dengan komunitas nasabah, seperti mengadakan kegiatan sosial dan keagamaan bersama nasabah.

2. Strategi BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah telah memenuhi prinsip Hukum Ekonomi Syariah yaitu Prinsip Ketuhanan (*Tauhid/Ilahiyah*), Prinsip Keadilan (*al-Adalah*), Prinsip Kenabian (*Nubuwwah*), Prinsip Kebebasan (*al-Hurriyah*), Prinsip Kebolehan Bertransaksi (*al-Ibahah*), dan Prinsip Kemudahan (*al-Taisir*).

B. Implikasi Penelitian

Implikasi merujuk pada konsekuensi atau dampak langsung dari hasil sebuah penelitian ilmiah. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi BSI KCP Majene dalam meningkatkan loyalitas nasabah telah sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah yang ditetapkan dalam syariat Islam. Meskipun prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah telah diterapkan, masih ada beberapa kendala yang muncul, seperti sulitnya akses ke ATM BSI, citra BSI yang serupa dengan bank konvensional dan dianggap hanya untuk umat Islam, serta kurangnya pengetahuan sebagian masyarakat tentang BSI. Sehubungan dengan hal ini, maka implikasinya adalah:

1. BSI KCP Majene perlu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah dan bagaimana prinsip-prinsip tersebut diterapkan dalam produk dan layanan BSI. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai program edukasi seperti seminar, workshop, dan program literasi keuangan syariah.
2. BSI KCP Majene perlu meningkatkan aksesibilitas layanan dengan memperluas jangkauan ATM-nya agar lebih mudah dijangkau oleh nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan membuka ATM di lokasi-lokasi yang strategis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor : Ghalis Indonesia, 2010.
- Armanto, Nuruddin. "Prinsip dan Landasan Hukum Ekonomi Islam," *Iqtishodiyah* Vol. 6 2020.
- Basalamah, Muhammad Syafii. dengan judul "Strategi Pemasaran Jasa dalam meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar" *journal.ildikti9.id/Ekonomika*, 2020.
- Basu Swastha dan Hani Handoko, *Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta, 2004.
- Bodi, Muhammad Idham Khalid. dkk, *Koroang Mala'bi: Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, (Makassar: Direktorat Jendral Bimas Islam Kementrian Agama Republik Indonesia, 2019.
- Dokumentasi Bank Syariah Indonesia KCP Polewali kabupaten Polewali Mandar*
- Duan, Remart Ricards. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9. No. 1, 2019.
- Dyah Utami, Annisa. Dengan judul penelitian "Strategi Pelayanan Customer Service dalam meningkatkan Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Unit Pituruh" Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2021.
- Edy Wibowo, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, Bogor : Ghalia Indonesia cet.I, 2005.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi* Yogyakarta : Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1987.
- Handiawan Angling Prayuda dan Sri Rohyanti Zulaikha, "Strategi Promosi E-Commerce Toko Buku Togamas dalam Masyarakat Virtual" *Journal of Library and Information Science*, Volume 4, Number 2, December 2020.
- Hashmi, A. All, *American Institute Of Bancing*, Dasar-Dasar Operasional Bank, Jakarta, Media, 1997.
- Hendradimadja, A. Pemasaran Bank: *Performa Customer Service* *Pembenahan* *Serius* *dan* *Peningkatan* *Performa*, <http://agushendradimandja.blogspot.co.id/2009/08/pemasaran-bank-performa-customer.html> diakses tanggal 23/04/2024
- Hendrawan, Definisi Loyalitas Pelanggan dari <http://ilmumanajemenpemasaranwordpress.com/2009/11/10.definisi-loyalitas-pelanggan>, diakses tanggal 23/04/2024.
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, 2014.
- Kasmir, *Manajem Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta : kencana prenatal media, 2004.
- Kholid, Muhamad. "Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah dalam Undang-Undang Tentang Perbankan Syariah" Vol. 20 No 2 2018.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, Jakarta: PT. Indeks 2005.
- Lovelock, Christopher. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia* Jakarta: Erlangga, 2010.

- Lupiyodo. Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Jakarta : Rajawali Pers 2014.
- Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syari'ah*, Cet. I; Yogyakarta: UII Press, 2000.
- Nurdiansyah, Dede. Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah BPRS AL- SALAM 2009.
- Ritongo, Zuriani. *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020.
- Shahdeiny, Sultan Remy. *Perbankan Islam*, Jakarta: PT Pusat Utara Grafiti, cet ke-3,2007.
- Sinta Rusmalinda dan Windari Nurazijah, “Prinsip dan Asas Filsafat Hukum Ekonomi Syariah,” *Jurnal Riset Ekonomi Syariah dan Hukum Al-Falah RIESTHA*, Vol. 1 No. 1 2022.
- Sudarsono, Heri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* Cetakan ke-2 Yogyakarta:Ekonisa,2008.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*.
- Sutanto, Herry. *Manajemen Pemasaran Syari'ah*.
- Talha Alhamid dan Budur Anufia, “*Instrumen Pengumpulan Data*” Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sorong. 2019.
- Umar. Sidiq, Miftachul Choiri, “*Metode Peneitian Di Bidang Pendidikan*” Ponorogo: Nata Karya, 2019.
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- Wahab, Abdul. *Buku Ajar Hukum Ekonomi Syariah*.
- Zevi, Irfan. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. Proderma Sukses Mandiri” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2017.

Responden

- Wawancara dengan ibu Ratna (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.
- Wawancara dengan ibu Risda (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.
- Wawancara dengan ibu Rohana (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.
- Wawancara dengan pak Andi (Karyawan Bidang Marketing BSI KCP Majene), 30 Mei 2024.
- Wawancara dengan pak Fahri (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.
- Wawancara dengan pak Sahar (Nasabah BSI KCP Majene), 3 Juni 2024.
- Wawancara dengan pak Syahrul Asmara (Kepala Operasional BSI KCP Majene), 30 Mei 2024.

Lampiran I

PEDOMAN WAWANCARA

Untuk Kepala Operasional:

1. Bagaimana jenis-jenis strategi promosi yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia di KCP Majene?
2. Bagaimana respons nasabah terhadap strategi promosi yang telah diterapkan?
3. Bagaimana efektivitas promosi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk dan layanan Bank Syariah Indonesia?
4. Apakah bank mengukur tingkat kepuasan nasabah sebagai hasil dari strategi promosi yang dilakukan?
5. Bagaimana bank menangani masukan atau keluhan dari nasabah terkait strategi promosi?
6. Apakah terdapat kerjasama atau program khusus yang melibatkan nasabah dalam rangka meningkatkan loyalitas?

Untuk Nasabah:

1. Apa yang membuat Anda memilih produk atau layanan pada BSI KCP Majene?
2. Berapa lama Anda sudah menjadi nasabah BSI KCP Majene, dan apa yang membuat Anda tetap setia?
3. Apakah Anda memiliki tabungan pada Bank lain?
4. Bagaimana pendapat Anda tentang kualitas layanan pada BSI KCP Majene dibandingkan dengan Bank lain?
5. Seberapa sering anda Melakukan pembelian produk pada BSI KCP Majene?
6. Menurut anda apa yang perlu dibenahi oleh bank BSI KCP Majene untuk membuat nasabah lebih cenderung membeli produk dan jasa keuangan pada BSI KCP Majene?

7. Apakah anda Mereferensikan produk pembiayaan di BSI KCP Majene kepada orang lain?
8. Menurut anda apa keunggulan produk pembiayaan di BSI KCP Majene dibandingkan dengan produk pembiayaan pada bank lain?

Lampiran II





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis Bernama lengkap Muhammad Rizal. A atau bisa dipanggil Rizal lahir di Wonomulyo, 11 September 2000. Penulis merupakan anak kedua dari pasangan ayah bernama Ahmadi dan ibu bernama Rosdiani. Saat ini penulis bertempat tinggal di Wonomulyo. Penulis memulai Pendidikan di SD 077 Sidodadi pada tahun 2006-2012. Kemudian peneliti melanjutkan Pendidikannya di SMP 01 Wonomulyo lulus pada tahun 2016. Pendidikan di tingkat MAN pada tahun 2016 di MAN 01 Lampa di Kabupaten Polewali Mandar dan lulus pada tahun 2019. Kemudian ditahun yang sama penulis mendaftar di Sekolah Tinggi Agama Islam Negri (STAIN) Majene melalui jalur SPAN-PTKIN dan diterima sebagai mahasiswa Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam dengan prodi Hukum Ekonomi Syariah. Penulis mengajukan judul Skripsi sebagai tugas akhir dengan judul: **“Strategi BSI KCP Majene Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”**.