

Peran Customer Service dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur pada Bank Syariah Indonesia KC. Lubuk Pakam

Arya Neta Adinda Jambak
Nurul Jannah

Abstrak

Penelitian ini menjelaskan tentang peran *customer service* PT. Bank Syariah Indonesia KC. Lubuk Pakam dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan *mabrur*. Pada umumnya setiap perusahaan ingin mempertahankan keberadaan nasabahnya dan memperluas pangsa pasar, bank syariah khususnya PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam sudah menyediakan produk bank syariah yang sangat diminati masyarakat yaitu produk tabungan *mabrur*. Produk ini khususnya ditujukan kepada nasabah yang berencana mengumpulkan dana untuk melaksanakan ibadah haji. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Dari analisa data yang dilakukan di peroleh hasil penelitian bahwa bentuk upaya seorang *customer service* dalam memberikan pelayanan dan pemasaran yang baik membuat nasabah cenderung tertarik.

Kata Kunci: *Pelayanan, Pemasaran, Produk Tabungan Haj*

PENDAHULUAN

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki kegiatan dalam proses penghimpunan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan pelayanan jasa bank lainnya.¹ Berdasarkan jenis nya bank terbagi menjadi dua, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank syariah adalah jenis lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-qur'an dan hadis nabi Muhammad SAW. Bank Syariahjga dapat didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan pelayanan jasa seperti pembayaran dan peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip Syariah. Salah satu bank syariah di Indonesia adalah PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuk Pakam.

PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuk Pakam merupakan salah satu bank Syariah yang menjalankan akad dan operasionalnya sesuai dengan Syariah Islam. PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuk Pakam menyediakan berbagai macam produk seperti produk tabungan, produk pembiayaan dan produk pelayanan jasa yang sangat mendukung kemaslahatan hidup masyarakat dan mampu memenuhi kebutuhan hidup. Salah satu produknya adalah tabungan haji atau tabungan *mabrur*.

Dapat menunaikan ibadah haji merupakan dambaan bagi setiap umat Islam diseluruh dunia, tidak terkecuali umat Islam di Indonesia. PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuk Pakam telah memberikan kemudahan bagi masyarakat yang benar-benar ingin dan berniat untuk melakukan ibadah haji, melalui produk tabungan

¹Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), Hlm.11-13.

haji atau lebih dikenal dengan tabungan *mabrur*.² Tabungan *mabrur* BSI adalah tabungan daam mata uang rupiah, yang memiliki tujuan membantu nasabah dalam pelaksanaan ibadah haji. Keuntungan dari tabungan haji (*mabrur*) ini adalah tidak adanya biaya administrasi bulanan, melalui penglaan dana yang berbasis syariah, tida adanya penutupan biaya rekening, mendapatkan layanagn *e-banking* BSI Mobile dan BSI Net Banking, embukaan rekening dapat dengan mudah dilakukan secara online, dan banyak kemudahan lainnya ayang akan di dapatkan.

Seiring dengan canggihnya teknologi dan majunya ilmu pengetahuan semakin mempermudah masyakat menerima informasi, khususnya informasi mengenai keagamaan dan meimbulkan tumbuhnya kesadaran keberagaman yang tinggi. Hal ini juga mendorong semakin banyak masyarakat yang menunaikan haji dari tahun ke tahun. Maka tidak mengherankan saat mendaftar haji akan diberi nomor antrian dan jangka waktu tunggu yang panjang dan sangat lama. Hal itu karena semakin banyaknya masyarakat yang ingin memenuhi rukun Islam yang terakhir ini.

Produk ini khususnya ditujukan kepada nasabah yang berencana mengumpulkan dana untuk melaksanakan ibadah haji. Tabungan ini berbeda dengan jenis tabungan yang lain, dalam produk ini nasabah tidak bisa sewaktu-waktu menarik dananya kecuali dalam keperluan haji saja. Tabungan *mabrur* merupakan salah satu produk yang cukup diminati masyarakat muslim, yang berasal dari berbagai kalangan, baik Pengawai Negeri Sipil (PNS), Pengawai Swasta, wirausahawan, pedagang, petani dan lain sebagainya.³

Produk tabungan haji (*mabrur*) ini sudah terdapat di banyak bank syariah lainnya, maka untuk meningkatkan minat dan loyalitas nasabah pada produk tabungan ini, di perlukan sebuah trobosan yang baik. Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk (pemasaran), kualitas pelayanan dan kualitas keamanan. Untuk meningkatkan citra perbankan, maka bank perlu menyiapkan personil yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Personil yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah inilah yang sering disebut *Customer Service* (CS) atau *services asistensi* (SA).

Customer Service merupakan karyawan bank yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan juga sebagai penghubung antara bank dengan nasabah yang ingin mendapatkan jasa pelayanan maupun produk bank. Seorang *Customer service* haruslah mengetahui secara umum dan luas mengenai dasar-dasar pelayanan jasa dan produk bank dengan baik.

Kualitas pemasaran dan pelayanan merupakan suatu bagian yang penting bagi kelangsungan hidup suatu badan usaha khususnya perbankan. Karena baik pemasaran maupun pelayanan akan membawa keuntungan untuk pihak bank. Maka dari itu, bank harus memberikan kualitas pelayanan yang baik terutama dari bagian *customer service*, karena akan memberikan kepuasan tersendiri untuk nasabah sehingga akan lebih mudah bagi *customer service* dalam memasarkan produk-produk bank kepada nasabah yang akan membawa pengaruh dalam peningkatan jumlah nasabah.⁴

² <https://lifepal.co.id/media/tabungan-haji-bank-syariah-indonesia/>

³Linda Rambe, “Strategi Pelayanan Customer Service Alam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur Di Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidempuan”, (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan 2019), h.4.

⁴Dyah Eka Putri. “Strategi Dan Peran Customer Service Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur Di Bank Syariah Mandiri Kc Ajibarang Banyumas”,

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah dimana peneliti sebagai instrumen pengumpulan data dan dianalisis pada aspek makna. Metodologi penelitian kualitatif bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena atau obyek penelitian melalui aktivitas sosial, sikap dan persepsi orang baik individu maupun kelompok.⁵

Untuk pendekatan penelitian, yang digunakan penulis dalam Penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara menganalisis, mendeskripsikan, atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.⁶ Jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dimana data berasal dari hasil wawancara dan pengamatan peneliti kepada *customer service* di Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam. Sedangkan data sekunder bersumber dari buku-buku, karya ilmiah, internet, dan sumber terdahulu lainnya yang masih berkaitan dengan penelitian ini.

LANDASAN TEORI

Pemasaran

Menurut Philip Kotler, pemasaran sebagai sebuah proses di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan barang dan jasa yang bernilai dengan orang lain.⁷

Pakar lain, Willian J. Stanton mendefinisikan bahwa pemasaran dapat dibagi menjadi dua, yaitu dalam artian masyarakat pemasaran merupakan setiap kegiatan tukar-menukar yang bertujuan untuk memuaskan keinginan-keinginan manusia. Sedangkan dalam arti bisnis pemasaran adalah sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberikan harga, mempromosikan dan mendistribusikan jasa serta barang - barang pemuas keinginan ke pasar.

Pakar lain, Freddy Rangkuti mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas.⁸

Tingginya tingkat persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk lebih mengunggulkan segala kemampuannya dalam memasarkan produk dan jasa yang ditawarkan. Setiap kegiatan tersebut memerlukan sebuah konsep pemasaran yang mendasar agar efektif dan efisien sesuai dengan orientasi perusahaan terhadap pasar.

Pelayanan

(Program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2017), h.4.

⁵ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta 2018), h. 26

⁶ Muhammad Suhri, *Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar*. Al-Bayan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam, Volume, 1 Nomor 1, Juni 2021.

⁷ Kotler, P, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga. 2009. Hal. 5

⁸ Rangkuti, F. *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.2006, Hal. 48

Philip Kotler berpendapat bahwa pelayanan adalah setiap tindakan yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.⁹

Menurut Kasmir pelayanan adalah bentuk tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Pelayanan memegang peran penting dalam menciptakan kepuasan konsumen/nasabah yang membuatnya akan selalu menginginkan untuk berhubungan dengan suatu bank. Ketika sebuah bank memberikan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah maka akan sangat mustahil jika nasabah tersebut beralih ke bank yang lain.¹⁰

Beberapa sikap yang harus dimiliki karyawan dalam melayani nasabah yaitu memberikan nasabah kesempatan berbicara menyampaikan apa yang diinginkan, mendengarkan pembicaraan nasabah dengan baik dan serius, tidak menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai menceritakan apa yang nasabah maksud, mengajukan pertanyaan ketika nasabah selesai berbicara, tidak marah dan tersinggung, tidak mendebat nasabah, dan selalu berlaku sopan, ramah, dan tenang, serta selalu menunjukkan sikap perhatian dan rasa ingin selalu membantu dengan setulus hati.

Untuk menunjang pelayanan yang baik seorang karyawan bank haruslah memiliki etika pelayanan yang baik. Agar nasabah merasa dihargai, dihormati, dan merasa terbantu dalam penyelesaian masalahnya. Maka setiap karyawan bank perlu memahami etika perbankan. Tanpa etika perbankan yang benar maka kemungkinan bank akan kehilangan nasabahnya. Ketentuan yang diatur dalam etika secara umum adalah sebagai berikut:

1. Sikap dan perilaku

Sikap dan perilaku merupakan bagian penting dalam etika pelayanan. Sikap dan perilaku seorang karyawan bank harus menunjukkan sebuah kepribadian yang baik, hal ini juga mencerminkan citra perusahaan.

2. Penampilan

Arti penampilan secara keseluruhan adalah mulai dari cara berpakaian, berbicara, gerak-gerik, sikap dan perilaku.

3. Cara berpakaian

Seorang pegawai bank haruslah menggunakan pakaian seragam yang telah di siapkan perusahaan, namun juga memperlihatkan detil kerapiannya. Khususnya pegawai bank syariah yang juga harus mencerminkan kesyariahan pakaiannya.

4. Cara berbicara

Cara berbicara artinya cara berkomunikasi dengan konsumen. Hal ini penting karena karyawan langsung berbicara mengenai informasi yang dibutuhkan nasabah, berbicara secara jelas, lugas, singkat dan tidak bertele-tele.

5. Gerak-gerik

Gerak-gerik meliputi mimik wajah, pandangan mata, pergerakan tangan, anggota badan atau kaki.¹¹

Dasar-Dasar Pelayanan

Agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar

⁹ *Ibid*, h. 18.

¹⁰ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), hlm. 15.

¹¹ Muhammad Suhri, *Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar*. Al-Bayan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam, Volume, 1 Nomor 1, Juni 2021.

pelayanan. Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti, antara lain:

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih, dalam melayani nasabah karyawan dituntut untuk berpenampilan semenarik mungkin. Hal ini merupakan hal yang pertama yang dilihat oleh nasabah.
2. Percaya diri, bersikap akrab dengan senyum, dalam melayani nasabah karyawan tidak ragu-ragu, yakni dan percaya diri yang tinggi. Dalam melayani nasabah karyawan harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama dan senyum serta tidak dibuat-buat.
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah dikenal, usahakan karyawan menyapa dengan menyebut namanya jika sudah pernah bertemu sebelumnya.
4. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan nasabah. Dalam melayani nasabah sikap sopan, ramah tamah harus selalu dijaga. Begitu pula dengan emosi harus tetap terkendali dan selalu tenang dalam menghadapi yang kurang menyenangkan.
5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar merupakan tuntutan untuk mampu berkomunikasi dengan nasabah. Komunikasi dilakukan dapat membuat nasabah tertarik dan terkesan terhadap perusahaan.

Customer Service

Dalam peningkatan citra bank, diperlukan adanya inovasi yang dilakukan bank. salah satunya menyiapkan karyawan yang cakap dalam penanganan nasabah. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini adalah *customer service* (CS) atau ada juga disebut *service asistensi* (AS). Pengertian *customer service* secara umum adalah seseorang yang ditugaskan untuk memberikan pelayanan dalam bidang pembukaan rekening, menerima, dan menyelesaikan berbagai keluhan nasabah.¹²

Customer Service memiliki peranan penting dalam di berbagai perusahaan lembaga keuangan, selain itu tugas seorang *Customer Service* adalah memberikan pelayanan dan menjalin hubungan dengan masyarakat. Maka dari itu seorang *customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia lembaga keuangan untuk menjaga nasabahnya.

Untuk menjalankan kegiatannya, *customer service* diberikan peran tertentu, secara umum peran *customer service* lembaga keuangan, yaitu :

1. Mempertahankan Nasabah
Customer Service harus berusaha mempertahankan kelayakannya nasabah lama, artinya peran CS harus mampu membuat nasabah lama tetap setia menjadi nasabahnya dan tidak lari ke perusahaan lain. Mempengaruhi nasabah lama agar mau menambah jumlah transaksinya juga merupakan salah satu peranan *customer service*. Cara mempertahankan nasabah lama adalah dengan peningkatan layanan yang diberikan dan juga pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
2. Mendapat Nasabah Baru
Upaya mendapatkan nasabah baru oleh *customer service* dapat melalui beberapa pendekatan. Seperti merayu nasabah yang baru datang pertama kali untuk menjadi nasabah tetap, memberitahukan kualitas produk yang dimiliki bank,

¹² Kasmir, *customer service excellent: teori dan praktik*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2018), hlm. 250.

memberikan layanan yang terbaik sehingga merasa yakin dan melanjutkan menjadi nasabah tetap.¹³

Fungsi dan Tugas *Customer Service*

Dalam praktiknya, fungsi dan tugas *customer service* bank adalah sebagai berikut:¹⁴

1. Sebagai resepsionis
Seorang *customer service* berfungsi dalam penerimaan tamu atau nasabah yang datang ke bank. Dalam hal ini fungsi *customer service* adalah melayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin. Saat menerima tamu, *customer service* diharuskan bersikap ramah dan sopan.
2. Sebagai deskman
Sebagai seorang deskman seorang *customer service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Maka jika nasabah yang sudah memperoleh informasi secara lengkap kemudian bermaksud melakukan transaksi, petugas *customer service* melayani nasabah untuk mengisi berbagai aplikasi seperti formulir, slip atau lainnya.
3. Sebagai salesman
Sebagai seorang salesman artinya *Customer service*, berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*. Menjual produk artinya menawarkan produk bank kepada setiap calon nasabah yang datang ke bank. Dalam hal ini *customer service* harus pandai menyakinkan nasabah agar mau membeli produk yang ditawarkan.
4. Sebagai komunikator
Customer service berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah. *Customer service* juga sebagai penyambung lidah bank kepada nasabahnya.

Tabungan *Mabrur*

Tabungan *mabrur* merupakan suatu produk pelayanan dari perbankan yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam merencanakan tabungan untuk menunaikan ibadah haji. Sebagai lembaga keuangan yang berbasis syariah, Bank Syariah Indonesia berupaya untuk menghimpun dana masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji, dengan memberikan beberapa bentuk pelayanan yang sesuai dengan syariah. Baik dalam segi akad maupun bentuk operasional lainnya.¹⁵

Produk tabungan *mabrur* memberikan kemudahan kepada nasabah yang berniat untuk melakukan ibadah haji atau umrah namun terkendala masalah keuangan. Produk tabungan ini juga banyak diminati dari setiap kalangan, termasuk kaum muda yang sudah memiliki penghasilan tetap dalam mempersiapkan lebih awal untuk melakukan ibadah ke tanah suci.

Maka tabungan *mabrur* adalah simpanan pihak ketiga (nasabah) yang penarikannya dilakukan pada saat nasabah akan menunaikan ibadah haji atau pada saat

¹³ *Ibid*, h.251

¹⁴ Linda Rambe, “Strategi Pelayanan *Customer Service* Alam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan *Mabrur* Di Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidempuan”, (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan 2019), h.27.

¹⁵Nuryadi Akbar, *Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji Dalam Akad Mudharabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kcp Sudirman, Bogor)*, Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Vol. 3 No. 1 January 2019 Page 70-90

tertentu, sesuai dengan yang diperjanjikan. Penarikan tersebut tidak bisa dilakukan sewaktu-waktu sehingga produk ini tidak disertakan kartu *automatic teller machine* (ATM).¹⁶

PEMBAHASAN

Peran *Customer Service* Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan *Mabrur* Pada Bank Syariah Indonesia KC. Lubuk Pakam

Salah satu bentuk upaya bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah yang sebanyak-banyaknya. Dengan bertambahnya juah nasabah memberikan dampak yang positif bagi perusahaan karna hal ini mennjukan keoptimalan pelayanan yang duberikan bank kepada nasabah.

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang menyediakan produk-produk yang mempermudah dan memenuhi semua kebutuhan nasabah, seperti produk tabungan *mabrur* atau jasa serta kualitas pelayanan. Pada dasarnya nasabah yang merasa benar-benar puas atas pelayanan yang diberikan akan mampu bertahan sebagai nasabah dan akan memberikan rekomendasi kepada orang lain serta akan membantu menarik calon nasabah baru untuk membuka tabungan *mabrur*.

Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan citra perusahaan dimata nasabahnya, dan memberikan pengaruh baik bagi perusahaan tersebut. Dengan memiliki citra yang baik, segala yang dilakukan perusahaan akan dianggap baik. Kegiatan pemberian pelayanan yang optimal bukanlah pekerjaan yang mudah, namun bila pekerjaan tersebut dapat dilakukan dengan baik maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat yang besar. Salah satu bagian dari sebuah peruhaan yang dapat berperan akhtif dalam emberian pelayanan yan baik adalah *Customer service*.

Customer service secara umum adalah seseorang yang ditugaskan untuk memberikan pelayanan dalam bidang pembukaan rekening, menerima, dan menyelesaikan berbagai keluhan nasabah. Dengan kata lain tugas dari seorang *customer service* berarti melayani nasabah yang miliki keluhan atau masalah yang dihadapi calon nasabah yang datang untuk membuka rekening baru, khususnya dalam produk tabungan *mabrur*.

Dari hasil wawancara denan *customer service* pada PT. Bank Syariah Indonesia KC. Lubuk Pakam, salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis adalah sebuah pelayanan terhadap nasabah. Bentuk pelayanan yang diberikan *customer service* harus sesuai dengan standarisasi yang telah ditentukan.

Peran *customer service* pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuk Pakam untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan *mabrur* yaitu:

1. Komunikatif

Seorang *customer service* haruslah memiliki keahlian dalam bidang komunikasi, keahlian ini merupakan salah satu keahlian yang harus diperhatikan karena karyawan pada bidang *customer service* berhadapan langsung dengan nasabah yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Bentuk komunikatif yang dilakukan seorang *customer service* pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuk Pakam adalah dengan melakukan komunikasi secara jelas dan lugas, terutama dalam penanganan masalah nasabah. Terkadang seorang

¹⁶ Linda Rambe, “*Strategi Pelayanan Customer Service Alam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur Di Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidempuan*”, (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan 2019), h.30.

customer service harus bisa menjelaskan secara sabar namun juga tetap bersikap ramah pada nasabah, bila nasabah tersebut masih belum memahami system yang telah di jelaskan. .

2. *Cross selling*

Konsep *cross selling* atau penjualan silang pada dasarnya merupakan salah satu seni berjualan yang sangat menarik. Karena dengan teknik ini, memungkinkan terjadinya penjualan kembali setelah sebelumnya sudah terjadi di penjualan yang pertama. Karyawan *customer service* pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuk Pakam haruslah menguasai seluruh produk-produk perusahaan terkhusus dalam tabungan *mabrur*, karena produk tabungan *mabrur* banyak diminati. Salah satu contoh *cross selling* yang dilakukan kepada nasabah yang datang ke meja *customer service* adalah dengan menawarkan produk lainnya apabila ada nasabah yang datang untuk melakukan penyetoran dana tabungan haji. Terkadang *customer service* yang menangani nasabah dengan tujuan menabung atau eposito juga melakukan hal yang sama yaitu penawaran produk-produk yang terdapat di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuk Pakam, seperti tabungan mitraguna, tabungan emas, gadai emas, tabungan griya hasanah, dan tabungan mabrur.

3. *Roll play*

Merupakan bentuk evaluasi yang bertujuan meningkatkan sebuah pelayanan yang diberikan kepada nasabah mulai mengucapkan salam, menyapa, berbicara, mengenalkan produk-produk PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuk Pakam, dengan tujuan menarik minat nasabah terhadap produk-produk yang ditawarkan

4. *Innovation*

Salah satu bentuk inovasi yang diterapkan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam adalah dengan memberikan *gift* atau hadiah seperti mukenah, sajadah, dan beberapa hadiah lainnya kepada nasabah yang mengambil tabungan mabrur. Hal ini bertujuan sebagai bentuk *service innovation* yang nantinya akan memberikan rasa nyaman serta meningkatkan kelayaitasan nasabah kepada Bank.

KESIMPULAN

Customer service secara umum adalah seseorang yang ditugaskan untuk memberikan pelayanan dalam bidang pembukaan rekening, menerima, dan menyelesaikan berbagai keluhan nasabah. Dengan kata lain tugas dari seorang *customer service* berarti melayani nasabah yang memiliki keluhan atau masalah yang dihadapi calon nasabah yang datang untuk membuka rekening baru, khususnya dalam produk tabungan *mabrur*. Maka berdasarkan pembahasan sebelumnya peran *customer service* dalam upaya peningkatan jumlah nasabah tabungan haji pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuk Pakam adalah :

1. Meningkatkan seni komunikasi yang dilakukan seorang *customer service* pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuk Pakam menjadi lebih baik lagi. Salah satunya dengan melakukan komunikasi secara jelas dan lugas, terutama dalam penanganan masalah nasabah.
2. Menaplikasikan konsep *cross selling* atau penjualan silang kepada nasabah. Karena konsep ini merupakan salah satu seni berjualan yang sangat menarik. Dimana konsep *cross selling* memungkinkan terjadinya penjualan kembali setelah sebelumnya sudah terjadi di penjualan yang pertama. Karyawan *customer service* pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuk Pakam

haruslah menguasai seluruh produk-produk perusahaan terkhusus dalam tabungan *mabrur*,

3. Menerapkan konsep *role play*, dimana konsep ini merupakan bentuk evaluasi yang bertujuan meningkatkan sebuah pelayanan yang diberikan kepada nasabah mulai mengucapkan salam, menyapa, berbicara, mengenalkan produk-produk PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuk Pakam, dengan tujuan menarik minat nasabah terhadap produk-produk yang ditawarkan
4. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam melakukan inovasi dengan memberikan *gift* atau hadiah seperti mukenah, sajadah, dan beberapa hadiah lainnya kepada nasabah yang mengambil tabungan *mabrur*.

DAFTAR PUSTAKA

- Dyah Eka Putri. *“Strategi Dan Peran Customer Service Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur Di Bank Syariah Mandiri Kc Ajibarang Banyumas”*, (Program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2017)
- Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008),
- Kasmir, *customer service exelent: teori dan praktik*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2018)
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014)
- Kotler, P, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga. 2009
- Linda Rambe, *“Strategi Pelayanan Customer Service Alam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur Di Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidempuan”*, (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan 2019)
- Muhammad Suhri, *Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar*. Al-Bayan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam, Volume, 1 Nomor 1, Juni 2021
- Nuryadi Akbar, *Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji Dalam Akad Mudharabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kcp Sudirman, Bogor)*, Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Vol. 3 No. 1 January 2019
- Rangkuti, F. *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.2006,
- Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta 2018),