

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGHAMBAT PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI (STUDI KASUS PADA BANK SUMUT SYARIAH MEDAN)

<sup>1</sup>Irmawati, <sup>2</sup>Syahrul Amsari

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

<sup>1</sup>[irmawati180@gmail.com](mailto:irmawati180@gmail.com)

<sup>2</sup>[syahrulamsari@umsu.ac.id](mailto:syahrulamsari@umsu.ac.id)

## ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Bagaimana promosi yang dilakukan bank SUMUT Syariah agar nasabah memiliki tabungan haji. untuk mengetahui Bagaimana pelayanan yang dilakukan bank SUMUT Syariah agar nasabah memiliki tabungan haji. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan guna memperkenalkan tabungan Haji iB Makbul kepada masyarakat luas, langkah yang digunakan Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya serupa seperti kebijakan yang dilakukan oleh Bank lainnya. Bedanya, bank sumut memfokuskan rencana dimasalah pengiklanan. Dalam hal ini, dari Bank Sumut Syariah sendiri memjalankan periklanan menggunakan iklan di televisi, radio, koran, majalah dan internet. Bank juga menyediakan selebaran-selebaran yang kami susun diatas meja slip nasabah, meja *customer service*, dan *teller*. Bank juga memperkenalkan tabungan haji ke perusahaan-perusahaan dan sekolah-sekolah yang menjalin hubungan dengan Bank Sumut Syariah dan memasarkan produk Bank Sumut Syariah yang diantaranya produk tabungan Haji iB Makbul ini. Yang mana dengan cara memanfaatkan pengambilan keputusan pemasaran tersebut yang bermaksud untuk membujuk dan mempertahankan loyalitas nasabah. Beberapa masalah yang dialami Bank Sumut Syariah Medan dalam menjalankan atau menawarkan tabungan Haji iB Makbul yaitu tentang minimnya pengetahuan atau pemahaman masyarakat tentang Bank Syariah, kurangnya SDM yang berpengalaman, khususnya dibagian pemasaran dan fasilitas yang kurang memadai seperti kurangnya mesin ATM. Bentuk Pelayanan Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Medan Yaitu : Pertama Melayani dengan sepenuh hati dan memenuhi harapan nasabah sehingga nasabah menjadi loyal, kedua Menawarkan produk-produk berkualitas, ketiga Mengemukakan data dan informasi secara akurat dan benar, dan keempat Mengutamakan kepentingan perusahaan diatas kepentingan pribadi dan unit kerja.

**Kata Kunci:** Pemasaran Produk Tabungan Haji

## ABSTRACT

*The purpose of the study was to find out how the promotion carried out by the SUMUT Syariah bank so that customers had hajj savings. to find out how the services provided by the SUMUT Syariah bank are so that customers have Hajj savings. This research uses a qualitative approach. The results showed that in order to introduce Hajj iB Makbul savings to the wider community, the steps used by Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya were similar to policies carried out by other banks. The difference is, the North Sumatran bank focuses on the problem of advertising plans. In this case, Bank Sumut Syariah itself runs advertising using television, radio, newspapers, magazines and internet advertisements. The bank also provides leaflets that we arrange on the customer slip table, customer service desk, and teller. The bank also introduces Hajj savings to companies and schools that have a relationship with Bank Sumut Syariah and markets Bank Sumut Syariah products, including the Hajj iB Makbul savings product. Which is by utilizing marketing decision making which intends to persuade and maintain customer loyalty. Some of the problems faced by Bank Sumut Syariah Medan in running or offering Hajj iB Makbul savings are the lack of knowledge or understanding of the community about Islamic banks, lack of experienced human resources, especially in the marketing section and inadequate facilities such as the lack of ATM machines. The forms of Hajj Savings Services at Bank Sumut Syariah Medan are: First serve wholeheartedly and fulfill customer expectations so that customers become loyal, second offer quality products, third present accurate and correct data and information, and fourth prioritize company interests over personal interests and work units.*

**Keywords:** Hajj Savings Product Marketing

## PENDAHULUAN

Secara mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, maka hadirnya bank

syariah sudah menjadi obsesi banyak orang bahkan sebelum Indonesia merdeka. Dimana saat itu umat Islam di Indonesia terpaksa menggunakan jasa bank konvensional karena belum memiliki lembaga yang bebas riba. Tahun 1990, MUI membentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia. Ini merupakan cikal bakal lahirnya perbankan syariah di Indonesia. Pada tahun 1991, bank syariah pertama di Indonesia yaitu bank muamalat. Masyarakat di Negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap Bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktifitas keuangan. Aktifitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di Negara maju dan berkembang antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana (Ismail, 2010).

Di Negara maju Bank menjadi lembaga yang sangat strategis dan memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian Negara. Bank merupakan lembaga yang dipercaya oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan dalam menempatkan dananya secara umum. Disamping itu peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu Negara. Bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu Negara. Oleh karena itu kemajuan suatu Bank di suatu Negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan Negara yang bersangkutan. Semakin maju Negara tersebut, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya keberadaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakatnya. Adapun Islam sebagai agama merupakan konsep yang mengatur kehidupan manusia secara komprehensif dan universal, baik dalam hal hubungan dengan sang pencipta (Hablumminallah) maupun dalam hubungan sesama manusia (Hablumminannas) (Olivia, 2020), (Hery Sutanto, 2010).

Salah satu kegiatan usaha pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Medan yaitu penjualan tabungan. Tabungan merupakan dana yang berasal dari pihak ketiga yang diletakkan dalam sebuah perbankan yang mana dana tersebut bisa ditarik kapan saja termasuk bisa mempergunakan ATM (Automatic Teller Machine). Dimana dalam hal ini peneliti akan membahas tentang salah satu jenis tabungan yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Medan yaitu tabungan haji iB Makbul. Tabungan haji iB Makbul adalah produk tabungan khusus bagi nasabah yang disediakan bagi nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji terkoneksi secara online dengan sistem computer haji terpadu (SISKOHAT).

Fenomena permasalahan terkait tabungan haji di PT Bank SUMUT yaitu tabungan haji biasa berbeda dengan tabungan haji karena tabungan ini tidak bisa ditarik setiap saat. Tabungan ini diambil apabila saldo di dalam tabungan mencukupi untuk memperoleh porsi keberangkatan haji sesuai dengan ketentuan dari Departemen Agama yaitu dua puluh lima juta rupiah. Berarti nasabah tidak langsung dapat naik haji sebelum biaya untuk berangkat haji tersebut terpenuhi. Apabila nasabah telah mencukupi biaya perjalanan ibadah haji, kemudian nasabah datang ke Departemen Agama untuk melakukan foto dan menerima Surat Pendaftaran Pergi Haji (SPPH) hanya dengan menunjukkan buku tabungan hajinya. Setelah semua hal tersebut dilakukan, kemudian nasabah datang kembali ke bank agar didaftarkan melalui sistem SISKOHAT untuk memperoleh Bukti Pendaftaran Ibadah Haji (BPIH). Lalu setelah itu kembali ke Departemen Agama baru nasabah memperoleh porsi keberangkatan.

Namun demikian, tentunya produk Tabungan haji masih terdapat beberapa dinamika yang mewarnainya baik dari proses/alur hingga penerapannya. Terutama mengenai alur atau sistematika Tabungan Ibadah Haji tersebut, yang mana terkadang masih ada beberapa Nasabah yang masih kebingungan dengan sistematika produk

tersebut

Dalam memasarkan produknya Bank SUMUT Cabang Syariah Medan telah memantapkan posisinya sebagai salah satu bank yang mempunyai upaya dalam strategi pemasaran (Olivia et al., 2020). Hal ini diperlukan adanya tenaga pemasar yang harus bisa membaca situasi pasar sekarang dan masa mendatang, selain itu harus diketahui juga faktor-faktor apa saja yang menyebabkan orang memilih membuka tabungan di bank syariah khususnya tabungan haji. Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat menentukan nasabah untuk membuka tabungan. Menurut Indriyo Gitosudarmo promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Sunnyoto, 2012). Aktivitas promosi mempunyai pengaruh penting atas penjualan yang dicapai oleh perusahaan. Dalam hal ini, PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Medan juga melakukan sarana promosi dalam menarik dan meningkatkan jumlah nasabah. Selain itu adapun faktor yang menyebabkan orang tertarik untuk membuka tabungan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Medan yaitu keandalan sistem pelayanan sering menjadi penentu kepercayaan nasabah terhadap bank dan produk-produknya. Produk-produk dan jasa perbankan yang ditawarkan oleh berbagai bank bisa jadi sama, tetapi perbedaan dapat ditunjukkan melalui cara yang diterapkan oleh bank dalam melayani nasabah. Kepuasan nasabah sebagai kunci sukses jasa bank, oleh karena itu, upaya kalangan perbankan untuk memperoleh kepercayaan nasabah diwarnai oleh fenomena persaingan yang ketat. Inilah beberapa hal yang melatar belakangi peneliti tertarik untuk meneliti apakah fenomena yang peneliti paparkan berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Maka peneliti membuat judul *Analisis Faktor-faktor Penghambat Pemasaran Produk Tabungan Haji (Studi kasus pada Bank SUMUT Syariah Di Medan)*.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek peneliti seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain.

Secara induktif (mengacu pada penemuan lapangan), dan dengan cara deskripsi (mengumpulkan data berupa kata-kata dan gambaran) pada suatu konteks alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan atau memotret situasi yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam. Penelitian deskripsi secara garis besar merupakan kegiatan penelitian yang hendak membuat gambaran suatu peristiwa atau gejala secara sistematis, faktual dengan penyusunan yang akurat. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat gambaran secara sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang dimiliki. Maksudnya dari penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran secara menyeluruh dan sistematis.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Temuan Hasil Penelitian

#### Promosi Yang Dilakukan Bank Sumut Syariah Agar Nasabah Memiliki Tabungan Haji

Terkait tentang masalah ini peneliti sudah mengerjakan pengamatan di PT. Bank Sumut Syariah Medan juga sudah membuat rangkaian kegiatan berupa wawancara langsung kepada karyawan Bank Sumut Syariah Medan yaitu mengenai cara yang dilakukan bank dalam memasarkan tabungan haji pada Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah. Bank Sumut sendiri telah menjalankan produk tabungan haji ini dari tahun 2006 hingga sekarang.

Syarat dan waktu yang dibutuhkan untuk mengurus tabungan haji hingga mendapatkan nomor antrian ibadah haji juga tidak terlalu sulit dan waktu yang diperlukan juga tidak terlalu lama. Syarat yang diperlukan untuk membuka rekening tabungan haji adalah fotocopy kartu identitas yang masih berlaku (KTP atau SIM), mengisi formulir pendaftaran dan melakukan setoran awal sebesar Rp. 100.000,-. Setelah itu, jika nasabah langsung melakukan setoran awal haji, maka nasabah akan langsung memperoleh nomor porsi haji.

Guna mempromosikan tabungan Haji iB Makbul yang menggambarkan salah satu produk Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya ditemukan beberapa kebijakan yang dipakai, sesuai dengan apa yang telah didapat oleh penulis melalui wawancara langsung penulis dengan Bapak Bagus Tri Prasetyo yang bertugas dibagian pemasaran Bank Sumut Syariah Medan pada tanggal 25 Maret 2022, beliau mengatakan bahwa :

“Strategi yang kami pakai pada saat mempromosikan tabungan haji iB Makbul, seperti kebanyakan bank lainnya, strategi yang kami lakukan tidak beda jauh dengan cara yang digunakan oleh bank lainnya. Bedanya, bank Sumut sendiri sangat memfokuskan kebijakan pada masalah pengiklanan. Kebijakan yang diambil Bank Sumut Syariah sendiri memperkenalkan tabungan haji melalui iklan di televisi, radio, koran, majalah dan internet, walaupun hanya kadang-kadang terlihat tidak seperti iklan pada Bank lainnya. Selain itu, kami juga menyediakan selebaran kertas yang berupa brosur yang kami susun di atas meja slip nasabah, meja *customer service*, dan *teller*. Kami terus melakukan promosi ke perusahaan-perusahaan dan sekolah-sekolah yang bekerja sama dengan Bank Sumut Syariah, terkadang kami juga melakukan promosi ke pengajian-pengajian atau Majelis Taklim yang ada, kami buat untuk memasarkan dan memperkenalkan produk dan jasa Bank Sumut Syariah antara lain tabungan Haji iB Makbul ini”

Sedangkan menurut Ibu Titin Ellin Rangkuti yang bertugas dibagian *customer service* Bank Sumut Syariah Medan pada tanggal 25 Maret 2022, beliau mengatakan bahwa:

“Tabungan Haji IB Makbul dibuat guna membantu dan melancarkan masyarakat dalam melaksanakan ibadah haji. Ada juga kelebihan dari tabungan Haji IB Makbul juga mempunyai premi yang terjangkau yaitu dengan saldo awal Rp 100.000 dan bebas bayaran administrasi masyarakat sudah bisa membuka rekening tabungan haji. Hal lain yang dipakai bank dalam

memasarkan tabungan Haji IB Makbul ini yaitu melalui teknik yang biasa dilakukan dikalangan masyarakat mendengar informasi dari teman ke teman atau dari mulut ke mulut yang sering terjadi dilingkungan bermasyarakat, yang mana diharapkan kepada karyawan Bank Sumut maupun nasabah Bank Sumut dapat berbagi informasi kepada teman, kerabat, ataupun keluarga kalau di Bank Sumut Syariah mempunyai produk baru yang dinamakan tabungan Haji iB Makbul yang dijalankan secara hukum islam, selain itu juga mempromosikan bagi konsumen yang datang langsung ke Bank Sumut Syariah merupakan satu cara yang jitu yang sering dilakukan”.

Menurut hasil penelitian, strategi yang digunakan oleh Bank Sumut Syariah Medan guna pemasaran produk tabungan Haji iB Makbul yaitu memakai taktik *marketing mix*, yaitu:

a. Strategi Produk (*Product*)

Semua produk dan jasa yang diperkenalkan ke masyarakat tidak selamanya mendapat tanggapan yang baik dari warga medan, oleh sebab itu Bank Sumut Syariah harus membuat ide baru yang lebih menarik, dan juga membuat ketentuan seperti premi yang murah yaitu saldo minimal Rp.100.000-, yang lebih rendah dari sebelumnya yaitu Rp. 500.000-, dan ditambahkan nama iB di depan tulisan diproduksi tersebut. Ini juga dapat dijadikan sebagai cara yang baik guna membujuk orang-orang yang ingin naik haji apabila kualitas dan fasilitas yang diterapkan diduga dapat memberi kesenangan juga tiada merugikan nasabah.

b. Strategi Harga (*Price*)

Disetiap penetapan nilai jual, Bank Sumut Syariah menggunakan ketentuan ketentuan setoran premi yang sebelumnya bayaran diawal adalah sejumlah Rp. 500.000,- yang sekarang menjadi Rp. 100.000,- dan kandidat jamaah juga terhindar dari seluruh potongan-potongan biaya lainnya dan juga menerima pengamanan dari asuransi. Selain itu penetapan ini juga melainkan cara lain guna menetapkan setoran untuk pelaksanaan promosi.

c. Strategi Tempat (*Place*)

Kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya Medan berada di Komp. Brayان Trade Center Center No. 13-14 Helvetia, gampang didatangi oleh kendaraan umum. Bagian dalam kantornya ditata semenyenangkan mungkin yang dapat membuat betah untuk menunggu giliran untuk transaksi ditambah lagi dengan fasilitas lainnya seperti TV dan AC yang dingin.

d. Strategi Promosi (*Promotion*)

Bank menggunakan kebijaksanaan keputusan, Tabungan Haji iB Makbul mengadakan pembagian cendera mata yang dilaksanakan setiap tahunnya. Adapun upaya yang dilakukan PT. Bank Sumut Syariah Medan tersebut dimaksudkan guna pelayanan jasanya dapat diingat dimasyarakat yaitu:

1) Pengiklanan

Reklame telah dibuat oleh PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya yaitu melalui televisi. Cara yang dipakai guna mengiklankan yaitu:

- a) Pembagian selebaran yang berisi mengenai informasi tabungan Haji IB Makbul.
- b) Pemberitahuan dengan lewat koran.
- c) Pemberitahuan melalui siaran radio lokal.
- d) Pemberitahuan melauai internet atau media sosial.
- e) Spanduk yang diletakkan di tempat yang terlihat oleh banyak orang.

2) *Sales Promotion*

Pelaksanaan *sales promotion* telah dibuat oleh PT. Bank Sumut Syariah Medan yaitu dengan cara pembagian bingkisan berbentuk payung, jam dinding, gelas dan kaos yang ada gambar logo PT. Bank Sumut Syariah. Promosi dari mulut ke mulut atau pengajian-pengajian yang ada, karena informasi dari omongan ke omongan merupakan kebiasaan yang sering terjadi dikalangan masyarakat. Memperluas jaringan dari satu nasabah yang kemudian menawarkan pada pasangan, keluarga dan teman-teman nasabah melalui telepon, datang kerumah atau langsung melakukan transaksi di bank langsung.

Disuatu perusahaan, pastilah ada masalah yang akan dialami atau dihadapi oleh perusahaan baik masalah mudah atau masalah berat. Hal tersebut dapat dipecahkan melalui prosedur dan organisasi yang ada di Bank Sumut Syariah Medan. Apabila masalah yang dijalani belum bisa terselesaikan dengan benar, akan berpengaruh baik secara tersusun kepada perkembangan dan kesinambungan hidup perusahaan yang tanpa terkecuali Bank Sumut Syariah KCP Medan.

Bank Sumut Syariah KCP Medan haruslah dapat menaikkan atau memajukan SDM supaya agar dapat melawan bank syariah lainnya maupun bank konvensional.

Berbagai macam hal dapat dibuat oleh Bank Sumut Syariah Medan guna menaikkan atau memajukan SDM yaitu dengan cara pembekalan atau latihan juga rancangan karyawan guna menambah rancangan pelamar yang baru akan dapat menciptakan Sumber Daya Manusia yang lebih terampil, terlatih dan berpengalaman.

Berikut beberapa masalah yang dihadapi Bank Sumut Syariah Medan dalam menawarkan tabungan Haji iB Makbul yaitu:

- a. Kurangnya pengetahuan atau pemahaman masyarakat mengenai bank syariah  
Kurangnya pengetahuan atau pemahaman masyarakat mengenai bank syariah menjadi salah satu masalah penting yang dijalani oleh Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya Medan, kurangnya pengetahuan atau pemahaman mengenai bank syariah ini lebih mengarah kepada banyak masalah, terdapat anggapan masyarakat bahwa perbankan syariah dikhususkan bagi orang terbatas saja atau untuk agama tertentu saja dan sistem bagi hasil yang dirasa kurang menguntungkan jika dibandingkan dengan sistem bunga yang ditawarkan oleh bank konvensional.
- b. Kurangnya SDM bagian pemasaran yang kompeten  
Kurangnya sumber daya manusia pemasaran yang berpengalaman yang disebabkan karena alasan latar belakang atau kemampuan pegawai promosi yang tidak mempunyai dari background pemasar, ketika pemilihan pegawai yang memiliki latar belakang pemasaran belum menjadikan standar dan tumpuan guna menjadikan pegawai menjadi karyawan. Diutamakan yang lebih kepada pengalaman kerja, serta skill dan kemampuan lain yang diduga berkecukupan untuk dijadikan sebagai tenaga pemasar. Sehingga dasar-dasar pemasaran yang dilakukan oleh pemasar hanya berdasarkan pengalaman.
- c. Fasilitas yang tidak memadai  
Beberapa orang nasabah protes terhadap fasilitas yang tidak memadai, salah satunya seperti kurangnya atau terbatasnya mesin ATM disuatu daerah. Yang menjadikan kekurangan yang wajib ditangani oleh pihak bank yaitu dengan menambah fasilitas mesin ATM terutama didaera-daerah terpencil yang jauh dari kota supaya dapat mempermudah masyarakat dalam proses transaksi.

## **Pelayanan Yang Dilakukan Bank Sumut Syariah Agar Nasabah Memiliki Tabungan Haji**

Peranan *Customer Service* dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah di Bank Sumut Syariah Medan merupakan kunci sukses dan dasar untuk membangun keberhasilan Bank tersebut. Oleh karena itu, segala kegiatan yang dilakukan harus berjalan dengan baik dan demi terciptanya kepuasan pelanggan. Karena pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan akan datang kembali untuk mencoba produk lain yang ditawarkan oleh Bank dan berbagi kebaikan tersebut kepada rekan lain. Peranan seorang *Customer Service* dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah di Bank Sumut Syariah Medan, dapat dilihat sebagai berikut : Selalu memfokuskan produk-produk yang ada di Bank, mengenali apa yang menjadi kebutuhan bagi seorang nasabah dan selalu menyampaikan dengan sikap dan positif, membantu para nasabah dalam membuka dan penutupan rekening, mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah Bank melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah, selalu berusaha untuk mendapatkan nasabah baru, melalui berbagai pendekatan misalnya meyakinkan nasabah tentang kualitas produk yang diberikan oleh BTN Syariah.

Seorang *Customer Service* dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan dilakukannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan terhadap nasabah. Dasar-dasar pelayanan yang perlu dikuasai oleh seorang *Customer Service* sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah sangat beragam.

Dalam praktiknya memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan atau nasabah bukanlah suatu hal yang mudah mengingat banyak kendala yang dihadapi. Upaya memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabah utama dilakukan dengan sungguh-sungguh dengan memperhatikan faktor-faktor utama dan pendukungnya. Adapun faktor utama yang mendukungnya adalah sumber daya manusia, maksudnya peranan manusia (*Customer Service*) yang melayani pelanggan/nasabah berkomunikasi secara langsung dan terbuka. *Customer Service* bisa mengangkat nama baik suatu bank Banyak tugas yang dilakukan oleh karyawan khususnya *Customer Service* dalam melayani nasabah. Nasabah selalu meminta hal-hal yang bisa membuat mereka merasa puas, terkadang yang mereka inginkan tidak sesuai dengan prosedur yang ada, secara garis besar.

Adapun layanan yang diberikan oleh *customer service* di Bank Sumut Syariah Medan adalah sebagai berikut:

1. Melayani dengan sepenuh hati dan memenuhi harapan nasabah sehingga nasabah menjadi loyal Menawarkan produk-produk
2. Mengemukakan data dan informasi secara akurat dan benar
3. Mengutamakan kepentingan perusahaan diatas kepentingan pribadi dan unit kerja

*Customer service* adalah suatu bagian dari unit organisasi yang berada di front office yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank. Sarana komunikasi pemasaran bank ini akan membangun hubungan dengan calon nasabah atau pun nasabah dan menjaga hubungan itu tetap baik. Hal ini tentu harus dilakukan karena menjaga hubungan yang baik dengan nasabah juga berarti menjaga citra bank.

Antara *customer service* dengan nasabah akan berkomunikasi langsung atau secara tatap muka. Disini terjadi saling tukar-menukar pesan antara *customer*

*service. Customer service* harus mendengarkan dengan baik, sehingga terjalin hubungan yang sangat akrab.

Peranan *customer service* juga merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh suatu perusahaan dalam melakukan pelayanan peranan dari *customer service* ini berhubungan langsung dengan pilihan konsumen, maka diperlukan *customer service* yang handal. Pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. *Customer service* memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak bank dalam menghadapi nasabah. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *Customer Service* yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.

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

Bank menginginkan bahwa konsumen (nasabah) yang diciptakan dapat dipertahankan selamanya, karena konsumen yang loyal merupakan asset terbesar yang harus dijaga perusahaan. Untuk mendapatkan konsumen yang loyal bank harus menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen, berbagai keinginan dan kebutuhan konsumen harus dipenuhi. Salah satu cara bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya.

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang diberikan produsen kepada konsumen atau perusahaan/instansi kepada publik untuk memberi rasa puas dan menanggapi respon konsumen. Pelayanan memiliki banyak arti dan pandangan berbeda-beda dari setiap individu. Pelayanan yang mengesankan, yang istimewa, dapat menyebabkan kesetiaan pelanggan: misalnya, dalam bentuk pra-jual, kegiatan menjual, maupun purnajual yang handal. Berikut penjelasan *customer service* Bank Sumut Syariah Medan mengenai setoran awal pada tabungan haji yang mengatakan bahwa:

“Jadi untuk pelayanan nasabah sendiri terutama untuk membuka tabungan haji persyaratan yang diperlukan hanya membawa ktp dan npwp.persyaratan itu sendiri untuk setoran awal minimal Rp.100.000 dan untuk bisa menemukan nomor porsi jumlah tabungan di nasabah harus mencapai Rp.25.000.000. setelah mencapai Rp.25.000.000,baru nasabah bisa menerima nomor porsi setelah itu nasabah ke departemen agama untuk melakukan pelaporan terkait pendaftaran”.

Melaksanakan haji merupakan salah satu dari rukun Islam yang kelima, yang mewajibkan kepada seluruh umat manusia yang beragama Islam bagi yang mampu, untuk itu diperlukan dana yang cukup dan aman untuk menunaikan salah satu rukun Islam tersebut, sekarang banyak perusahaan perusahaan yang membuka biro perjalanan haji, baik ONH atau ONH plus. Begitu juga dengan perbankan syariah seperti Bank Syariah Mandiri, Bank Danamon Syariah, dan Bank Sumut Syariah Medan yang sudah mengeluarkan produknya yaitu Tabungan Haji. Peran *customer service* pada Bank Sumut Syariah Medan khususnya dalam melayani nasabah membuka tabungan haji dimana *Customer Service* merupakan

suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai jembatan penghubung atau perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk bank yang tersedia. Setiap karyawan *customer service* harus melayani nasabah dengan sikap yang ramah, agar nasabah tersebut merasakan kenyamanan ketika melakukan aktivitas yang berhubungan dengan perbankan, seperti pembukaan rekening baru, konsultasi mengenai produk, keluhan yang dirasakan nasabah dan lain-lain. Serta mengawali komunikasi yang hangat dengan nasabah.

*Customer service* dalam menangani nasabah atau calon nasabah harus menguasai pengetahuan mengenai produk-produk yang ada di bank secara keseluruhan. Oleh karena itu *Customer service* mempunyai tugas yang tidak sama dengan unit-unit lain yang hanya memahami dibidangnya.

Keinginan nasabah untuk menggunakan produk-produk dalam suatu bank juga sangat berpengaruh terhadap cara *customer service* menjelaskan produk-produk tersebut. Apabila *customer service* mampu memberikan pemahaman-pemahaman yang baik kepada nasabah yang terkait dengan produk yang ada dalam bank tersebut maka *customer service* telah menjalankan tugasnya dengan baik. Karena mampu memberikan pemahaman kepada nasabah sehingga nasabah loyal menggunakan jasa perbankan khususnya di Bank Sumut Syariah Medan. Berikut wawancara yang dilakukan dengan Nurhidayat Arifa Selaku Customer Service di Bank Sumut Syariah Medan, beliau mengatakan:

“Kalau untuk di Bank Bank Sumut Syariah Medan, Produknya hanya satu namanya tabungan BTN Haji. Peruntukan nya untuk mempermudah nasabah dalam mewujudkan ibadah haji”.

Berikut Wawancara saya dengan *Customer Service* Bank Sumut Syariah Medan mengenai upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada Bank Sumut Syariah Medan: “Di Bank Sumut Syariah Medan upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kepuasan nasabah sangat penting, adapun yang dilakukan Bank Sumut Syariah Medan dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah:

1. Kualitas Produk

Nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan

Nasabah akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan diharapkan.

3. Emosional

Nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat nasabah menjadi puas terhadap produk tertentu.”

Kepuasan Nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan Nasabah adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa berfokus pada lima dimensi yaitu tangible (bukti langsung), reability (keandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), empathy (empati) dan access. Kepuasan Nasabah, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi perusahaan perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang memiliki nilai dipasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan pelayanan yang unggul dan terus menyempurnakan.

Pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. Memperbaiki kualitas pelayanan ataupun jasa merupakan tantangan penting bagi perusahaan bersaing di pasar global. Perbaikan kualitas pelayanan akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang tahan lama.

Memperbaiki kualitas pelayanan ataupun jasa merupakan tantangan penting bagi perusahaan bersaing di pasar global. Perbaikan kualitas pelayanan akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang tahan lama. Pentingnya kepuasan nasabah dalam perbankan tidak diragukan lagi. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada saudara Adiyatma selaku nasabah yang menggunakan produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah Medan mengenai pendapatnya tentang kepuasan nya terhadap pelayanan *customer service* di Bank Sumut Syariah Medan:

“Bicara tentang kepuasan pelayanan di Bank Sumut Syariah Medan, tentunya saya sangat puas. *Customer service* memberikan pelayanan dan penjelasan baik dan terperinci dalam penyampaian produk tabungan haji yang mudah di mengerti. Sehingga bahasa mampu ditangkap dengan mudah. *Customer service* juga menyampaikan kalau bukan hanya tabungan haji, ada umrah, qurban tabungan biasa dan produk-produk lain Yang biasa di buka di Bank Sumut Syariah Medan”.

Pelayanan *customer service* khususnya di Bank Sumut Syariah Medan sangatlah penting, karena pelayanan sangat berkaitan erat dengan sumber daya manusia di dalamnya. Banyak strategi dan cara yang digunakan bank untuk membangun sumber daya manusianya agar dapat bekerja dan memperlakukan nasabah dengan baik. Pelayanan sering pula dijadikan acuan untuk mengukur kepuasan nasabah. Pelayanan yang baik harus tanggap dan respon terhadap kritik, saran dan keluhan-keluhan nasabah. Tidak untuk menjadikan bank mundur atau jatuh, tapi untuk lebih memotivasi bank agar dapat bekerja lebih baik.

Tugas *Customer service* adalah melayani keperluan nasabah yang datang ke bank. Tentunya gaya bahasa yang digunakan *customer service* sangat mempengaruhi kepuasan nasabah. Karena setiap nasabah bermacam-macam pola pikir dan pengetahuannya. *Customer service* sebagai penerima tamu yang datang ke bank.

Tamu yang dimaksud adalah nasabah yang datang ke bank. Fungsinya dalam hal melayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin, dan *customer service* sebagai seseorang yang wajib

membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu dan membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan. Tentunya untuk mencapai semua itu maka seorang *customer service* harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh nasabah.

Pelayanan sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, namun pelayanan yang baik saja tidak cukup untuk memberi kepuasan pada nasabah. Pelayanan yang diberikan harus bermutu atau berkualitas, Misalnya nasabah bank mengharapkan pada saat berada di bank, mereka tidak harus antri lebih dari lima menit, menemukan kasir bank yang ramah, teliti dan menguasai seluk beluk pekerjaannya serta computer bank yang selalu berjalan lancar. Karena pentingnya pelayanan nasabah, profesionalisme petugas pelayanan nasabah di dalam usaha perbankan adalah suatu keharusan. Oleh karena itu pihak bank (misalnya seksi pelayanan nasabah) perlu mendefinisikan dengan jelas peringkat pelayanan yang disediakan, dengan demikian para karyawan akan memahami apa yang harus mereka berikan dan supaya para nasabah mengetahui juga apa yang mereka peroleh. Apabila pelayanan dihubungkan dengan nasabah, beberapa hal yang dicoba untuk diamati antara lain yang menyangkut tingkat Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan.

Terdapat beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh *customer service* yang bertugas melayani nasabah:

1. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik.
2. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.
3. Mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi, memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
4. Berusaha memahami kebutuhan nasabah, mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah
5. Selalu menawarkan tiga hal, yaitu produk berupa barang atau jasa, harga dan pelayanan.

## **Pembahasan**

### **Promosi Yang Dilakukan Bank Sumut Syariah Agar Nasabah Memiliki Tabungan Haji**

Strategi yang kami pakai pada saat mempromosikan tabungan haji iB Makbul, seperti kebanyakan bank lainnya, strategi yang kami lakukan tidak beda jauh dengan cara yang digunakan oleh bank lainnya. Bedanya, bank sumut sendiri sangat memfokuskan kebijakan pada masalah pengiklanan. Kebijakan yang diambil Bank Sumut Syariah sendiri memperkenalkan tabungan haji melalui iklan di televisi, radio, koran, majalah dan internet, walaupun hanya kadang-kadang terlihat tidak seperti iklan pada Bank lainnya. Selain itu, kami juga menyediakan selebaran kertas yang berupa brosur yang kami susun diatas meja slip nasabah, meja *customer service*, dan *teller*. Kami terus melakukan promosi ke perusahaan-perusahaan dan sekolah-sekolah yang bekerja sama dengan Bank Sumut Syariah, terkadang kami juga melakukan promosi ke pengajian-pengajian atau Majelis Taklim yang ada, kami buat untuk memasarkan dan memperkenalkan produk dan jasa Bank Sumut Syariah antara lain tabungan Haji iB Makbul ini.

“Tabungan Haji IB Makbul dibuat guna membantu dan melancarkan masyarakat dalam melaksanakan ibadah haji. Ada juga kelebihan dari tabungan Haji IB Makbul juga mempunyai premi yang terjangkau yaitu dengan saldo awal Rp 100.000 dan bebas bayaran administrasi masyarakat sudah bisa membuka rekening tabungan haji. Hal lain yang dipakai bank dalam memasarkan tabungan Haji IB Makbul ini yaitu melalui teknik yang biasa dilakukan dikalangan masyarakat mendengar informasi dari teman ke teman atau dari mulut ke mulut yang sering terjadi dilingkungan bermasyarakat, yang mana diharapkan kepada karyawan Bank Sumut maupun nasabah Bank Sumut dapat berbagi informasi kepada teman, kerabat, ataupun keluarga kalau di Bank Sumut Syariah mempunyai produk baru yang dinamakan tabungan Haji iB Makbul yang dijalankan secara hukum islam, selain itu juga mempromosikan bagi konsumen yang datang langsung ke Bank Sumut Syariah merupakan satu cara yang jitu yang sering dilakukan”

Menurut hasil penelitian, strategi yang digunakan oleh Bank Sumut Syariah Medan guna pemasaran produk tabungan Haji iB Makbul yaitu memakai taktik *marketing mix*, yaitu:

1. Strategi Produk (*Product*)

Semua produk dan jasa yang diperkenalkan ke masyarakat tidak selamanya mendapat tanggapan yang baik dari warga medan, oleh sebab itu Bank Sumut Syariah harus membuat ide baru yang lebih menarik, dan juga membuat ketentuan seperti premi yang murah yaitu saldo minimal Rp.100.000-, yang lebih rendah dari sebelumnya yaitu Rp. 500.000-, dan ditambahkan nama iB di depan tulisan diproduk tersebut. Ini juga dapat dijadikan sebagai cara yang baik guna membujuk orang-orang yang ingin naik haji apabila kualitas dan fasilitas yang diterapkan diduga dapat memberi kesenangan juga tiada merugikan nasabah.

2. Strategi Harga (*Price*)

Disetiap penetapan nilai jual, Bank Sumut Syariah menggunakan ketentuan ketentuan setoran premi yang sebelumnya bayaran diawal adalah sejumlah Rp. 500.000,- yang sekarang menjadi Rp. 100.000,- dan kandidat jamaah juga terhindar dari seluruh potongan-potongan biaya lainnya dan juga menerima pengamanan dari asuransi. Selain itu penetapan ini juga melainkan cara lain guna menetapkan setoran untuk pelaksanaan promosi.

3. Strategi Tempat (*Place*)

Kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya Medan berada di Komp. Brayan Trade Center Center No. 13-14 Helvetia, gampang didatangi oleh kendaraan umum. Bagian dalam kantornya ditata semenyenangkan mungkin yang dapat membuat betah untuk menunggu giliran untuk transaksi ditambah lagi dengan fasilitas lainnya seperti TV dan AC yang dingin.

4. Strategi Promosi (*Promotion*)

Bank menggunakan kebijaksanaan keputusan, Tabungan Haji iB Makbul mengadakan pembagian cendera mata yang dilaksanakan setiap tahunnya. Adapun upaya yang dilakukan PT. Bank Sumut Syariah Medan tersebut dimaksudkan guna pelayanan jasanya dapat diingat dimasyarakat yaitu :

5. Pengiklanan

Reklame telah dibuat oleh PT. Bank Sumut Syariah KCP yaitu melalui televisi. Cara yang dipakai guna mengiklankan yaitu:

- 1) Pembagian selebaran yang berisi mengenai informasi tabungan Haji IB Makbul.
- 2) Pemberitahuan dengan lewat koran.
- 3) Pemberitahuan melalui siaran radio lokal.

- 4) Pemberitahuan melalui internet atau media sosial.
- 5) Spanduk yang diletakkan di tempat yang terlihat oleh banyak orang.
6. *Sales Promotion*

Pelaksanaan *sales promotion* telah dibuat oleh PT. Bank Sumut Syariah Medan yaitu dengan cara pembagian bingkisan berbentuk payung, jam dinding, gelas dan kaos yang ada gambar logo PT. Bank Sumut Syariah. Promosi dari mulut ke mulut atau pengajian-pengajian yang ada, karena informasi dari omongan ke omongan merupakan kebiasaan yang sering terjadi dikalangan masyarakat. Memperluas jaringan dari satu nasabah yang kemudian menawarkan pada pasangan, keluarga dan teman-teman nasabah melalui telepon, datang kerumah atau langsung melakukan transaksi di bank langsung.

Disuatu perusahaan, pastilah ada masalah yang akan dialami atau dihadapi oleh perusahaan baik masalah mudah atau masalah berat. Hal tersebut dapat dipecahkan melalui prosedur dan organisasi yang ada di Bank Sumut Syariah Medan. Apabila masalah yang dialami belum bisa terselesaikan dengan benar, akan berpengaruh baik secara tersusun kepada perkembangan dan kesinambungan hidup perusahaan yang tanpa terkecuali Bank Sumut Syariah KCP Medan.

Bank Sumut Syariah KCP Medan haruslah dapat menaikkan atau memajukan SDM supaya agar dapat melawan bank syariah lainnya maupun bank konvensional.

Berbagai macam hal dapat dibuat oleh Bank Sumut Syariah Medan guna menaikkan atau memajukan SDM yaitu dengan cara pembekalan atau latihan juga rancangan karyawan guna menambah rancangan pelamar yang baru akan dapat menciptakan Sumber Daya Manusia yang lebih terampil, terlatih dan berpengalaman.

### **Pelayanan Yang Dilakukan Bank Sumut Syariah Agar Nasabah Memiliki Tabungan Haji**

Adapun layanan yang diberikan oleh *customer service* di Bank Sumut Syariah Medan adalah sebagai berikut:

1. Melayani dengan sepenuh hati dan memenuhi harapan nasabah sehingga nasabah menjadi loyal Menawarkan produk-produk
2. Mengemukakan data dan informasi secara akurat dan benar
3. Mengutamakan kepentingan perusahaan diatas kepentingan pribadi dan unit kerja

*Customer service* adalah suatu bagian dari unit organisasi yang berada di front office yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank. Sarana komunikasi pemasaran bank ini akan membangun hubungan dengan calon nasabah atau pun nasabah dan menjaga hubungan itu tetap baik. Hal ini tentu harus dilakukan karena menjaga hubungan yang baik dengan nasabah juga berarti menjaga citra bank.

Antara *customer service* dengan nasabah akan berkomunikasi langsung atau secara tatap muka. Disini terjadi saling tukar-menukar pesan antara *customer service*. *Customer service* harus mendengarkan dengan baik, sehingga terjalin hubungan yang sangat akrab.

Peranan *customer service* juga merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh suatu perusahaan dalam melakukan pelayanan peranan dari *customer service* ini berhubungan langsung dengan pilihan konsumen, maka diperlukan *customer service* yang handal. Pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. *Customer service* memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak bank dalam menghadapi nasabah. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *Customer Service* yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.

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

Bank menginginkan bahwa konsumen (nasabah) yang diciptakan dapat dipertahankan selamanya, karena konsumen yang loyal merupakan asset terbesar yang harus dijaga perusahaan. Untuk mendapatkan konsumen yang loyal bank harus menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen, berbagai keinginan dan kebutuhan konsumen harus dipenuhi. Salah satu cara bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya.

Pelayanan *customer service* khususnya di Bank Sumut Syariah Medan sangatlah penting, karena pelayanan sangat berkaitan erat dengan sumber daya manusia di dalamnya. Banyak strategi dan cara yang digunakan bank untuk membangun sumber daya manusianya agar dapat bekerja dan memperlakukan nasabah dengan baik. Pelayanan sering pula dijadikan acuan untuk mengukur kepuasan nasabah. Pelayanan yang baik harus tanggap dan respon terhadap kritik, saran dan keluhan-keluhan nasabah. Tidak untuk menjadikan bank mundur atau jatuh, tapi untuk lebih memotivasi bank agar dapat bekerja lebih baik.

Tugas *Customer service* adalah melayani keperluan nasabah yang datang ke bank. Tentunya gaya bahasa yang digunakan *customer service* sangat mempengaruhi kepuasan nasabah. Karena setiap nasabah bermacam-macam pola pikir dan pengetahuannya. *Customer service* sebagai penerima tamu yang datang ke bank.

Tamu yang dimaksud adalah nasabah yang datang ke bank. Fungsinya dalam hal melayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin, dan *customer service* sebagai seseorang yang wajib membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu dan membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan. Tentunya untuk mencapai semua itu maka seorang *customer service* harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh nasabah.

Pelayanan sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, namun pelayanan yang baik saja tidak cukup untuk memberi kepuasan pada nasabah. Pelayanan yang diberikan harus bermutu atau berkualitas, Misalnya nasabah bank mengharapkan pada saat berada di bank, mereka tidak harus antri lebih dari lima menit, menemukan kasir bank yang ramah, teliti dan menguasai seluk beluk pekerjaannya serta computer bank yang selalu berjalan lancar. Karena pentingnya

pelayanan nasabah, profesionalisme petugas pelayanan nasabah di dalam usaha perbankan adalah suatu keharusan. Oleh karena itu pihak bank (misalnya seksi pelayanan nasabah) perlu mendefinisikan dengan jelas peringkat pelayanan yang disediakan, dengan demikian para karyawan akan memahami apa yang harus mereka berikan dan supaya para nasabah mengetahui juga apa yang mereka peroleh. Apabila pelayanan dihubungkan dengan nasabah, beberapa hal yang dicoba untuk diamati antara lain yang menyangkut tingkat Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

1. Guna memperkenalkan tabungan Haji iB Makbul kepada masyarakat luas, langkah yang digunakan Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya serupa seperti kebijakan yang dilakukan oleh Bank lainnya. Bedanya, bank sumut memfokuskan rencana dimasalah pengiklanan. Dalam hal ini, dari Bank Sumut Syariah sendiri menjalankan periklanan menggunakan iklan ditelevisi, radio, koran, majalah dan internet. Bank juga menyediakan selebaran-selebaran yang kami susun diatas meja slip nasabah, meja *customer service*, dan *teller*. Bank juga memperkenalkan tabungan haji ke perusahaan-perusahaan dan sekolah-sekolah yang menjalin hubungan dengan Bank Sumut Syariah dan memasarkan produk Bank Sumut Syariah yang diantaranya produk tabungan Haji iB Makbul ini. Yang mana dengan cara memanfaatkan pengambilan keputusan pemasaran tersebut yang bermaksud untuk membujuk dan mempertahankan loyalitas nasabah.
2. Beberapa masalah yang dialami Bank Sumut Syariah Medan dalam menjalankan atau menawarkan tabungan Haji iB Makbul yaitu tentang minimnya pengetahuan atau pemahaman masyarakat tentang Bank Syariah, kurangnya SDM yang berpengalaman, khususnya dibagian pemasaran dan fasilitas yang kurang memadai seperti kurangnya mesin ATM.
3. Bentuk Pelayanan Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Medan Yaitu :  
Pertama Melayani dengan sepenuh hati dan memenuhi harapan nasabah sehingga nasabah menjadi loyal, kedua Menawarkan produk-produk berkualitas, ketiga Mengemukakan data dan informasi secara akurat dan benar, dan keempat Mengutamakan kepentingan perusahaan diatas kepentingan pribadi dan unit kerja.

### **Saran**

1. Lebih meningkatkan kualitas atau kemampuan SDM khususnya dibagian pemasaran yang diharapkan dan diminta agar memiliki semangat dan sikap seperti yang dicerminkan oleh Rasulullah SAW.
2. Bank Sumut Syariah diharapkan sering melakukan sosialisasi ataupun mempromosikan produk tabungan haji kepada masyarakat.
3. Bank Sumut Syariah diharapkan agar terus dapat meningkatkan baik dari segi kualitas pelayan ataupun kualitas produk, khususnya tabungan haji iB makbul yaitu dengan mengeluarkan ideide baru agar terus menarik minat nasabah dan dengan tetap berprinsip pada syariat Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hery Sutanto, K. U. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Pustaka Setia.
- Ismail. (2010). *Perbankan Syariah*. Kencana Prenadamedia Group.
- Olivia, H. (2020). Akuntansi Dalam Persepsi Syariah Islam. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 1(2), 105–115.
- Olivia, H., Tanjung, D. F., & Sugianto. (2020). Pengaruh Margin Keuntungan dan Biaya Administrasi Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Kpr Syariah Pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Binjai. *Seminar Nasional Teknologi Komputer Dan Sains (SAINTEKS)*, 521–529. <http://seminar-id.com/prosiding/index.php/sainteks/article/view/490>
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. PT. Buku Seru.

- Amsari , Syahrul .,“Analisis Mekanisme Pembiayaan Dana Talangan Haji Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan”. Jurnal Ekonomi Islam.No.1.Volume 12. 2021.
- Antonio , Muhammad Syafi’l., Bank Syariah dari Teori ke Praktik,(Jakarta:Gema Insani Press, 2001).h.85
- Arifin , Immamul., Membuka Cakrawali Ekonomi, (Cet.1; Bandung: PT Serta Purna Inves, 2007) h.143-144
- Daulay , Aqwa Naser., “Faktor-faktor yang berhubungan dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah di Indonesia”, Jurnal Hukum Falah,(UIN: Sumut,2017), h.118
- <http://www.pengertianpakar.com/2015/02/pengertian-fungsi-dan-sejarah-bank-syariah.html>.
- <https://banksyariah1.blogspot.com>
- Ismail, Perbankan Syariah (Surabaya: Kencana Prenadamedia Group, 2010), h.29
- Juliandi , Azuar & Irfan., Metodologi Penelitian kuantitatif: Untuk Ilmu-ilmu Bisnis, (Medan: Umsu Press, 2013), h. 66
- juliandi , Azuar., et al. Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi, juliandi, Azuar ., et al. Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi, Kasmir, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Keenam, (Jakarta: raja Grafindo Persada,2003), h.24