Journal of International Multidisciplinary Research

Strategi Bank Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia KC Banjarmasin

Abdul Fattah[1*], Masrina[2], Ikhwatun Hasanah [3]
Universitas Muhammadiyah Banjarmasin[123], Banjarmasin, Indonesia
abdulfatahbtl@gmail.com[1], Masrinamh9@gmail.com[2], ikhwatunhasanah@ymail.com[3]

Informasi Artikel
E-ISSN : 3026-6874
Vol: 2 No: 8 Agustus 2024
Halaman : 169-174

Abstract
This research analyzes how Bank Muamalat's strategies maintain customer loyalty. The study was motivated by MRI's research conducted at the end of 2021, which was announced during the 5th Infobank Satisfaction, Loyalty & Engagement (SLE) Award 2022. Bank Muamalat ranked first in Loyalty Index, Engagement Index, and Marketing Engagement. The achievement is credited to the efforts of Bank Muamalat KC Banjarmasin, which played a pioneering role in this accomplishment. This research is a qualitative study that uses both primary and secondary data. The subjects of the research are Branch Managers and Relationship Managers at Bank Muamalat Indonesia, Banjarmasin Branch. The research object is the strategies used by Bank Muamalat Banjarmasin Branch. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The data analysis techniques used are Inductive and Grounded theory approaches. The results of the research show that the strategies used by Bank Muamalat to maintain customer loyalty involve several steps. Firstly, they select potential market segments that include Muslim customers with high religiosity and a good level of education. Next, Bank Muamalat always strives to maintain customer trust, provide the best services, and engage in intensive communication. Continuous evaluation and monitoring are also conducted to support efforts in maintaining customer loyalty, including assessing the usage of their products by customers, conducting customer satisfaction surveys, and utilizing surveys conducted by independent institutions. Keywords: Strategy, Loyalty, Bank Muamalat.

Keywords:
Strategy
Loyalty
Bank Muamalat

Abstrak
Penelitian ini menganalisis tentang bagaimana strategi bank muamalat dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Penelitian dilatarbelakangi dengan Studi yang dilakukan oleh MRI (Market Research Indonesia) pada akhir tahun 2021 yang diumumkan dalam ajang 5th Infobank *Satisfaction, Loyalty & Engagment* (SLE) *Award* 2022, bank muamalat berada diposisi pertama pada *Loyalty Index, Engagement Index,* dan *Marketing Engagment.* Dalam perolehan ini tak terlepas dari usaha bank muamalat KC Banjarmasin yang menjadi salah satu pionir yang bergerak di dalam pencapaian tersebut. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Subjek dalam penelitian ini adalah *Branch Manager* dan *Realitionship Manager* di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin. Dengan objek penelitian dalam penelitian ini adalah strategi yang digunakan Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian Teknik analisis datanya dengan Induksi dan *Grounded.* Hasil dalam penelitian pada analisis strategi bank dalam mempertahankan loyalitas nasabah yaitu sebelumnya pihak bank akan melakukan pemilihan beberapa segmen pasar yang berpotensi menjadi nasabah loyal seperti nasabah muslim, tingkat religiusitas yang tinggi serta tingkat Pendidikan yang baik. Selanjutnya pihak bank akan selalu menjaga kepercayaan nasabah, memberikan pelayanan yang terbaik serta komunikasi yang intens. Serta dilakukannya evaluasi monitoring sebagai penunjangnya dalam menjaga tingkat loyalitas nasabah dengan melihat seberapa banyak produk yang digunakan nasabah, survey kepuasan nasabah dan survey yang dilakukan oleh Lembaga independen.

Kata Kunci : Strategi, Loyalitas, Bank Muamalat

PENDAHULUAN

Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin merupakan kantor pelayanan berbasis Syariah di kota Banjarmasin yang pertama kali beroperasi pada tahun 2003 dan berlokasi di km Jl.A.Yani. 6 dan saat ini pindah ke lokasi di Jl. Yani km. 5,2 Banjarmasin. Gedung 3 lantai ini menyediakan layanan

perbankan kepada masyarakat. Lantai dasar meliputi lobby bank (unit pelayanan), counter, customer service dan back office office, serta ruangan untuk financial aid unit (USP). Lantai 2 meliputi ruang keuangan dan pemasaran, ruang pertemuan dan ruang kepala cabang. Lantai 3 terdapat ruang pemasaran penggalangan dana, dan dapur umum. Selain itu, terdapat anjungan tunai mandiri (ATM) di halaman bank (Zulkifli, 2019).

Loyalitas nasabah merupakan hal yang mutlak bagi bank yang ingin tetap bertahan dalam usahanya. Menemukan pelanggan baru itu sulit, tetapi mempertahankan pelanggan lama lebih sulit lagi. Mengupayakan loyalitas pelanggan adalah kunci terpenting untuk memenangkan persaingan. Retensi pelanggan adalah puncak kesuksesan perbankan. Nasabah yang puas dan loyal tidak akan segan-segan menjadi pembawa pesan yang baik yang selalu menebar kebaikan atas produk perbankan yang dikonsumsinya. Mereka sangat andal karena tidak ada pihak yang dibayar untuk merekomendasikan produk atau merek perbankan ini (Marlius et al., 2017) .

Loyalitas pada Bank Muamalat Indonesia terbilang sudah sangat baik sekali, hal ini dapat terlihat pada Studi yang dilakukan oleh MRI (Market Research Indonesia) pada akhir tahun 2021 yang diumumkan dalam ajang 5th Infobank *Satisfaction, Loyalty & Engagment* (SLE) *Award* 2022, bank muamalat berada diposisi pertama pada *Loyalty Index, Engagement Index,* dan *Marketing Engagment.* Bahkan sebelumnya pada tahun 2017 dan 2018 telah mendapatkan pengharagaan yang serupa dalam 2 tahun berturut-turut.

Tabel 1 Data Laporan Keuangan 2017 sampai 2018

No.	Nama	2017 (Rp)	2018(Rp)
1	Total Aset	61.696.919.644	57.227.276.046
2	Total Liabilitas	9.985546.831	9.454.878.298
3	Laba Bersih Tahun Berjalan	26.155.563	46.002.044
4	Laba Komprehensif Tahun Berjalan	249.389.519	41.348.357

Sumber: Laporan Keuangan Bank Muamalat Indonesia

Data di atas menunjukkan bahwa laporan keuangan Bank Muamalat Indonesia mengalami penurunan dari tahun 2017, baik dari sisi aset, liabilitas maupun penghasilan komprehensif tahun berjalan. Penurunan terbesar adalah laba komprehensif tahun berjalan dengan selisih yang besar sebesar Rp 208.041.162 diikuti penurunan total aset dan total liabilitas. Dimana selisih penurunan total aset dari tahun 2017 ke 2018 sebesar Rp4.469.643.598 dan total liabilitas mengalami penurunan sebesar Rp530.668.533. Pada dasarnya ketika sebuah bank mengalami penurunan kualitas kerjanya, maka loyalitas nasabah terhadap bank tersebut akan menurun karena meningkatnya resiko dalam bertransaksi, namun kejadian di Bank Indonesia Muamalat berbeda. Dari beberapa aspek pada tahun 2017 sampai dengan tahun 2018 mengalami penurunan, namun nasabah Bank Muamalat Indonesia selalu loyal dan melekat pada bank, sehingga Bank Muamalat Indonesia selalu mendapatkan penghargaan sebagai bank dengan nasabah paling loyal pada tahun 2017 dan 2018 di tahun Statisfaction Loyality Engagement Award diselenggarakan oleh infobank.

Hal ini juga didukung dengan jumlah pertumbuhan nasabah Pengguna Muamalat DIN di salah satu cabang Bank Muamalat didaerah Madiun (Akyun Maslikah & Siswahyudianto, 2023) yang memiliki peran dalam tingkat loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia, adapun datanya sebagai berikut:

Tabel 1 Jumlah Nasabah Pengguna Muamalat DIN

Bulan	*2019*	*2020*	*2021*	*2022*
Januari	48	57	51	128
Februari	31	29	36	16
Maret	20	27	39	144
April	28	26	28	126
Mei	21	23	48	87

Juni	28	25	81	12
Juli	30	35	72	268
Agustus	52	51	75	228
September	39	49	65	180
Oktober	24	33	46	208
November	23	26	65	212
Desember	42	39	52	384
Total	**386**	**144**	**658**	**1.993**

Sumber: (Hasil Wawancara oleh Sub BM, 2023)

Pada penelitian ini, peneliti akan mengkaji tentang lembaga keuangan Bank yaitu Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin. Merupakan salah satu lembaga keuangan yang dalam menjalankan kegiatan usahanya dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah dan dengan menggunakan prinsip bagi hasil, dan yang paling utama yang dilakukan adalah dengan mengutamakan kepuasan nasabah diantaranya melayani masyarakat yang ingin menabung dan juga memberikan fasilitas pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan.

Menggunakan sudut pandang (I Laut Mertha Jaya & Husain Fira, 2020) pihak Bank Muamalat dengan memperoleh data maupun fakta yang terjadi dengan menyusun dan mengelompokkan informasi yang diperoleh dari informan dalam hal ini adalah Branch Manager dan Relationship Manager, sehingga dapat memberikan gambaran nyata terhadap informasi yang dibutuhkan berupa kata-kata yang bersifat subyektif yang ditafsirkan oleh orang yang berbeda (Hasanah, 2017). Adapun tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui Strategi bank dalam mempertahankan loyalitas nasabah pada Bank Muamalat KC Banjarmasin dan 2) untuk mengetahui dampak loyalitas nasabah pada Bank Muamalat KC Banjarmasin.

METODE

Jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian pendekatan yang menghasilkan berupa data deskriptif berupa tulisan ataupun lisan dari narasumber dalam penelitian (Suhaasaputra Uhar, 2012). Dengan pendekatan deskriptif, pendekatan ini yaitu berupaya mendeskripsikan suatu kejadian ataupun peristiwa yang terjadi (Nurlan, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Bank dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa, Bank Muamalat Indonesia KC Banjarmasin selalu berkomitmen dalam memberikan pelayanan yang terbaik terhadap nasabahnya (Antonio Safi'i, 2001). Meningkatkan mutu serta kualitas pelayanan (Husna Yahya, 2021) dengan memenuhi keinginan, kebutuhan, serta kepentingan para nasabahnya.

Pada dasarnya nasabah merupakan pihak yang memberikan kepercaya pada bank dalam mengurus finansialnya, baik itu secara individu maupun kelompok dalam suatu instansi. Di Bank Muamalat terdapat 2 jenis nasabah yaitu nasabah umum dan nasabah khusus.

Nasabah Umum

Pada umumnya nasabah akan menerima sebuah pelayanan yang baik dan ramah, serta akan selalu dijaganya kepercayaannya dan komunikasi yang intens. Komunikasi intens sendiri maksudnya adalah pemberian perhatian yang memberikan rasa nyaman terhadap nasabah.

Nasabah Khusus

Sedangkan nasabah khusus selain mendapatkan pelayanan seperti nasabah umum, dia akan mendapat layanan prioritas seperti jalur bebas antri, *private dealing room, business lounge* dan *meeting room.*

Pada Bank Muamalat KC Banjarmasin memiliki beberapa strategi dalam memilih nasabah salah satunya dengan pemilahan segmen pasar yaitu beragama islam, kemudian memiliki tingkat religiusitas yang tinggi serta memiliki tingkat Pendidikan yang baik.

Beragama Islam

Hal ini berkaitan erat yang dimana bank muamalat dibentuk karena adanya asumsi para ulama serta desakan dari para kaum muslimin yang ada di Indonesia, dimana negara Indonesia mayoritas warganya beragama Islam. Ini merupakan sebuah ladang peluang yang sangat luas serta salah satu strategi dalam pemilihan segmen pasar yang baik.

Tingkat Religiusitas yang Tinggi

Pada segmen ini berkaitan pada haramnya riba yang terdapat pada Al-Qur'an serta *As-sunnah* Rasulullah. Pada bank konvensional pada umumnya dalam pengoprasiannya terdapat hal tersebut yang dilarang dalam ajaran agama islam. Sebagai penganut yang taat atau tingkat religiusitas yang baik tentunya akan mehindari hal tersebut dan akan lebih memilih bank tanpa riba atau bank Syariah.

Tingkat Pendidikan yang Baik

Sedangkan tingkat Pendidikan yang baik, hal ini berkaitan pada luasnya wawasan serta banyaknya pemahaman yang telah dia emban. Pada segmen pasar nasabah ini memiliki pemikiran yang lebih kritis serta pengambilan keputusan yang lebih baik, salah satunya lebih banyaknya literasi tentang keuangan dan perekonomian. Dengan banyaknya kelebihan pada jasa dan produk bank muamalat tersebut memberikan sebuah peluang besar pada segmen pasar ini.

Dampak Loyalitas Nasabah Terhadap Bank Muamalat KC Banjarmasin

Nasabah yang memberikan rasa kepercayaan, memiliki rasa aman dan nyaman terhadap bank serta menggunakan produk bank secara berulang-ulang termasuk nasabah loyal. Berkaitan tentang nasabah loyal, peneliti setelah wawancara terhadap pihak Bank Muamalat terdapat beberapa indikator nasabah, yaitu:

Suka dan Puas

Yang dimaksud pada indikator pertama nasabah telah menggunakan jasa dan juga produk pada bank muamalat, jika nasabah ini merasa cocok maka akan timbul sebuah perasaan suka dan puas (Nurmalasari et al., 2020).

Menjadi *Top of Mind*

Pada indikator kedua nasabah telah tertanam dalam benak pikirannya yang secara spontan akan memberikan rekomendasi bank (Fawzi Haque Grace Marisa et al., 2022) yang menjadi *top of mind* kepada keluarga, teman, ataupun kerabatnya. Biasanya nasabah ini adalah sebagai pengguna serta sudah menerima segala manfaat bank tersebut .

Advokasi

Sedangkan pada indikator ketiga nasabah termasuk pada gabungan indikator pertama dan kedua yang memunculkan sebuah emosional serta kedekatan batin sehingga menumbuhkan rasa memiliki pada bank tersebut (Kholid et al., 2018).

Dari berbagai indikator tersebut maka akan muncul sebuah dampak dari kegiatan tersebut yaitu loyalitas nasabah (Mardalis, 2005). Bagi Bank Muamalat dampak nasabah yang loyal terhadap pihak bank sangat luar biasa sekali, dengan tingkat kepercayaan dan advokasi yang tinggi oleh nasabah kepada bank memberikan energi serta dampak *positif* tersendiri. Menurut pihak Bank Muamalat KC Banjarmasin adalah sebuah amanah besar yang harus selalu dijaga serta selalu memberikan layanan yang tebaik sebagai timbal balik kepada nasabah.

Selain itu salah satu dampak dari nasabah loyal adalah pihak Bank Muamalat Cabang Banjarmasin memperoleh sebuah Penghargaan Kantor Cabang dengan Jumlah Pembukuaan Rekening Terbanyak pada agenda MIKO AWARDS 2023 yang diselenggarakan oleh Pihak Muamalat Institute.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam analisis strategi bank dalam mempertahankan loyalitas nasabah pihak bank akan melakukan pemilihan beberapa segmen pasar yang berpotensi menjadi nasabah loyal seperti nasabah muslim, tingkat religiusitas yang tinggi serta tingkat Pendidikan yang baik. Selanjutnya pihak bank akan selalu menjaga kepercayaan nasabah, memberikan pelayanan yang terbaik serta komunikasi yang intens. Serta dilakukannya evaluasi monitoring sebagai penunjangnya dalam menjaga tingkat loyalitas nasabah dengan melihat seberapa banyak produk yang digunakan nasabah, survey kepuasan nasabah dan survey yang dilakukan oleh Lembaga independen.

REFERENCES

Akyun Maslikah, & Siswahyudianto. (2023). Optimalisasi Layanan Digital Islamic Network dalam Meningkatkan Bertransaksi Nasabah Bank Muamalat. Idarotuna : Journal of Administrative Science, 4(1), 63–72. https://doi.org/10.54471/idarotuna.v4i1.44

Antonio Safi'i. (2001). Bank Syariah dari Teori ke Praktik.

Fawzi Haque Grace Marisa, Iskandar Syarief Ahmad, Nurjaya, & Sunarsi Denok. (2022). STRATEGI PEMASARAN (Putri Anastiya Della, Ed.). Pacsal Books.

Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial).

Husna Yahya. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Konveksi Assafar Collection Dengan Pendekatan Analisis Strengths Weakness Opportunitiess Threats Di Desa Waung Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung.

I Laut Mertha Jaya, & Husain Fira. (2020). Metode Penelitian Kuantatif dan Kualitatif: teori, penerapan, dan riset nyata.

Kholid, M., Syari'ah Dan, F., Uin, H., Gunung, S., & Bandung, D. (2018). Prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah Dala Undang-undang Tentang Perbankan Syariah (Issue 13).

Mardalis, A. (2005). MERAIH LOYALITAS PELANGGAN.

Marlius, D., Keuangan, A., & Padang, P. (2017). LOYALITAS NASABAH BANK NAGARI SYARIAH CABANG BUKITTINGGI DILIHAT DARI KUALITAS PELAYANAN. In Jurnal Pundi (Vol. 01, Issue 03).

Nurlan, F. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif (Asnidar, Ed.). CV. Pilar Nusantara.

Nurmalasari, N., Masitoh, I., Strategi, M., & Pendidikan, P. (2020). MANAJEMEN STRATEGIK PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS MEDIA SOSIAL. 4, 543. https://doi.org/10.25157/mr.v4i3.4524

Suhaasaputra Uhar. (2012). Metode Penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan Tindakan (Atif Falah Nurul, Ed.). Refika Aditama.

Zulkifli. (2019). Manajemen Pembiayaan Hunian Syariah pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin. http://www.muamalatbank.com/home/about/profile