



AL-MUNAWWIR

Jurnal Komunikasi, Pendidikan & Syari'ah

Vol.2 No.1 Januari-Juni 2024 (pp): 22-30

Strategi Pelayanan Customer Service Perbankan Syariah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Plaju Palembang Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

M. Jauhari^{1*}, Meilina Fatjarriyah²

¹²Universitas Muhammadiyah Palembang

***Corresponding Author, Email : m_jauhari@um-palembang.ac.id**

Abstrak

Customer Service merupakan suatu bagian dari unit organisasi atau bank yang mampu menangani kebutuhan nasabahnya, adapun tugas customer service ialah memberikan pelayanan dan membangun hubungan yang baik dengan nasabah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pelayanan Customer Service dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Muamalat KCP Plaju, serta Faktor-Faktor yang mempengaruhi Customer Service dalam meningkatkan Pelayanan pada Bank Muamalat KCP Plaju. Dalam penulisan ini penulis menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini, strategi yang digunakan ialah customer service bersikap ramah kepada nasabah, komunikatif. Faktor yang mempengaruhi Customer service dalam meningkatkan pelayanan ialah faktor Sumber Daya Manusia, serta faktor kualitas produk.

*Kata Kunci: **Strategi, Pelayanan, Bank Muamalat***

Abstract

Customer Service is a part of an organizational unit or bank that is able to handle the needs of its customers, while the task of customer service is to provide services and build good relationships with customers. The purpose of this research is to find out the customer service strategy in increasing the number of customers at Bank Muamalat KCP Plaju, as well as the factors that influence customer service in improving services at Bank Muamalat KCP Plaju. In this writing the writer uses the method of interviews and documentation. The results of this study, the strategy used is customer service to be friendly to customers, communicative is shown strangely. Factors that influence customer service in improving service are the Human Resources factor, as well as the product quality factor.

Keywords: *Strategy, Service, Bank Muamalat.*

PENDAHULUAN

Undang-undang No. 10 Tahun 1998. Mengatur dengan rinci landasan hukum serta jenis- jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah, undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah.

Saat sekarang yang merupakan era revolusi teknologi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan yang luar biasa. Adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat pelanggan semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan. Sehingga bagi perusahaan kunci ke arah profitabilitas bukan lagi volume penjualan melainkan kepuasan jangka panjang bagi pelanggan titik kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan dua hal yang harus diperhatikan perusahaan. Sebagaimana pendapat Schnoor, dalam Tjiptono (2002), Pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta adanya rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut.

Bank sebagai lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa harus dapat memberikan pelayanan terbaiknya (*service excellent*) untuk dapat memenangkan persaingan dalam situasi yang semakin kompetitif. Untuk menghadapi persaingan perbankan yang semakin ketat tersebut masing-masing bank mau tidak mau harus mengembangkan konsep pelayanan terbaik bagi nasabahnya titik pengembangan ini bertujuan untuk mempertahankan nasabah yang telah ada dan menjangkau nasabah baru yang potensial di samping itu untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah bank perlu menjaga Citra yang baik dan positif di mata masyarakat. Untuk mempertahankan Citra ini bank dapat membangunnya melalui peningkatan pada kuantitas dan kualitas produk perbankan yang dihasilkan maupun melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya. Untuk mendukung pencapaian tujuan tersebut lembaga perbankan harus menyiapkan karyawan yang kompeten serta mampu menangani berbagai kebutuhan nasabahnya terutama dalam hal ini yang menjadi salah satu ujung tombak perbankan (dalam hal pelayanan) adalah petugas teller, customer service dan funding officer.¹

Belum lagi di era sekarang yang merupakan era revolusi teknologi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan yang luar biasa. Adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat pelanggan semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan. Sehingga bagi perusahaan kunci ke arah profitabilitas

¹ *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* PT.Gramedia Pustaka Utama

bukan lagi volume penjualan melainkan kepuasan jangka panjang bagi pelanggan titik kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan dua hal yang harus diperhatikan perusahaan. Sebagaimana pendapat Schnoor, dalam Tjiptono (2002), Pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta adanya rekomendasi kepada orang lain kepada khalayak.

Dari uraian diatas penulis tertarik meneliti tentang strategi Costumer Service Bank Perbankan Syari'ah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Kantor Cabang Pembantu Bank Muamalat Plaju ? serta faktor penghambat dan faktor pendukung Costumer Service bank Muamalat Cabang Pembantu Plaju dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah.?

METODOLOGI PENELITIAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Studi kasus didasarkan pada peristiwa yang telah terjadi. Adapun lokasi penelitian ini yaitu bertempat di Jl. Jendral Ahmad Yani 13,Komp.RS.Muhammadiyah,Ulu.Bank Muamalat KCP Plaju Palembang. Jenis data yang digunakan pada penelitian adalah data kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk “Bank Muamalat Indonesia”memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syari'ah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syari'ah seperti Asuransi Syari'ah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia.

Selain itu produk Bank yaitu Share yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syari'ah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank

Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia. Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia.

Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia Electronic Payment (MEPS). Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank syariah Islami, Modern dan Profesional. Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi *“The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence.”*

Salah satu cara perusahaan bank agar dapat merebut pasar adalah dengan memperoleh nasabah yang sebanyak-banyaknya. Peningkatan jumlah nasabah merupakan aspek yang paling penting untuk dilakukan melalui pemberian pelayanan yang optimal karena dengan pelayanan yang optimal memberikan dampak yang positif bagi jumlah nasabah yang di dapatkan. Perusahaan akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah banyak apabila perusahaan itu dinilai dapat memberikan kepuasan bagi nasabah tersebut. Selain itu perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa serta kualitas pelayanan.

Sejatinya nasabah yang merasa benar-benar puas atas pelayanan yang diberikan akan mampu mempertahankan nasabah yang lama untuk tetap membeli produk yang ditawarkan. Dan juga nasabah yang lama dapat memberikan rekomendasi kepada orang lain serta akan mampu pula untuk menarik calon nasabah yang baru untuk mencobanya.’

Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan image perusahaan sehingga citra perusahaan dimata nasabahnya terus meningkat pula. Dengan memiliki citra yang baik, segala yang dilakukan perusahaan akan dianggap baik pula. Dalam pemasaran, produk mempunyai arti luas, yaitu satu kesatuan yang di tawarkan pada pasar baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Produk yang berwujud biasanya disebut barang (goods) dan produk yang tidak berwujud biasa disebut dengan jasa (service). Memberikan pelayanan bukanlah pekerjaan yang mudah, akan tetapi bila pekerjaan tersebut dapat dilakukan dengan baik maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat yang besar. Customer service berarti petugas yang siap melayani nasabah berupa keluhan atau masalah yang di hadapi atau calon nasabah yang datang untuk membuka rekening baru.

Strategi Customer Service bank Muamalat Cabang Pembantu Plaju dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah

Strategi Pelayanan bahwa salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis adalah sebuah pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan customer service harus sesuai dengan standarisasi SOP (standar operasional prosedur) yang telah ditentukan.

a. Bersikap ramah

Setiap karyawan customer service harus melayani nasabahnya dengan sikap yang ramah agar nasabah tersebut merasakan nyaman ketika melakukan aktifitas yang berhubungan dengan perbankan seperti pembukaan rekening baru, konsultasi tentang produk, keluhan dan lain lain. Dan mengawali komunikasi dengan memberikan salam yang hangat kepada nasabah.

b. Komunikatif

Customer service harus memiliki keahlian dalam bidang komunikasi, keahlian tersebut merupakan salah satu keahlian yang harus di perhatikan karena karyawan pada bidang customer service berhadapan langsung oleh nasabah yang memiliki karakteristik yang berbeda beda. selain itu penting juga diperhatikan gaya komunikasi yang jelas dan terarah agar tidak timbul kesalah pahaman.

Menurut BM Bank Muamalat Diantara strategi dasar tersebut ada tujuh strategi utama guna meningkatkan pelayanan terhadap nasabah yang dilakukan oleh customer service di Bank Muamalat Cabang Palembang diantaranya adalah :

- a. Competence (Kompetensi) : Setiap karyawan customer service dituntut untuk meningkatkan keahlian sesuai tugas yang berikan dan tuntutan profesi banker.
- b. Trusted & Trust (Percaya dan Dipercaya) : Mengembangkan perilaku yang dapat dipercaya oleh nasabah dan percaya kepada nasabah. Segala informasi yang diberikan kepada nasabah harus up to date sehingga nasabah bisa mempercayai untuk melakukan transaksi.
- c. Contribution (Kontribusi) : Memberikan kontribusi yang positif berupa pemikiran dan tindakan yang bertujuan untuk mencapai pelayanan yang optimal.
- d. Honesty (Kejujuran) : perilaku yang harus ditanamkan oleh semua karyawan diperusahaan dan diaplikasikan di dunia pekerjaan.
- e. Service Excellent (Pelayanan Prima) : memberikan pelayanan yang terbaik untuk melampaui harapan dari nasabah serta memberikan kepuasan dan mendapatkan penilaian yang baik dari nasabah.
- f. Social & Environment Care (Sosial dan peduli pada lingkungan) : memiliki kepedulian yang tulus terhadap lingkungan kerja sehingga menimbulkan kemajuan keseluruhan staff dan sosial.
- g. Innovation (Perubahan) : Mengembangkan proses, layanan, dan produk untuk melampaui harapan dari nasabah.

Serta menurut Pak Helmi selaku BM Bank Muamalat Palembang adalah dengan melakukan sosialisasi serta pembagian brosur ke Universitas, Sekolah, Ke kantor

Pemerintah, Serta Lingkungan masyarakat sekitar tentang Pengenalan Produk-produk syari'ah Bank Muamalat Cabang Pembantu Plaju serta keuntungannya. Misalnya produk tabungan IB Hijrah keuntungan adalah Bebas biaya layanan bulanan, Setoran awal ringan, Fasilitas Kartu Share Debit dan Debit Online (VISA) dengan beragam promo subsidi belanja, Fasilitas e-Banking (Muamalat Digital Islamic Network (MDIN) & Internet Banking), Dapat buka rekening online melalui Muamalat Digital Islamic Network (MDIN), Benefit subsidi biaya transaksi 5x gratis 5x hanya melalui MDIN (untuk transaksi transfer online (Bersama/Prima), Pembayaran utilitas publik, BI Fast dan Top Up e-wallet).

Faktor pendukung dan faktor penghambat Customer Service bank Muamalat Cabang Pembantu Plaju dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah

Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pelayanan Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah, baik faktor pendukung maupun faktor penghambat. Tindakan adalah perbuatan atau sesuatu yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk menghasilkan sesuatu. Bila dikaitkan dengan pelayanan, yang dimaksud dengan tindakan disini adalah upaya atau perbuatan nyata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan yang wajar atau pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Adapun Faktor-faktor pendukung strategi pelayanan PT. Bank Muamalat Tbk dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu : Pertama, Pelayanan SDM PT. Bank Muamalat Tbk. Pelayanan prima adalah faktor penting dalam meningkatkan jumlah nasabah. Pelayanan prima akan memberikan nasabah kepuasan dan kepercayaan pada Bank Untuk menunjang hal tersebut, maka Bank Muamalat merasa perlu membekali diri dengan informasi tentang kondisi karyawannya, sehingga dapat berbicara atas nama perusahaan dengan meyakinkan. Oleh karena itu, perlu usaha untuk meningkatkan kemampuan komunikasi, baik dari segi sikap, pengetahuan, ataupun keterampilan sehingga dapat mewakili perusahaan apabila dibutuhkan.

Kedua, Nasabah. Bank Muamalat sebagai sebuah perusahaan jasa, perlu mengembangkan informasi yang lebih terpadu tentang para nasabahnya. Nasabah berhubungan dengan Bank Muamalat dengan berbagai cara: e-mail, surat telepon, langsung bertemu, dan sebagainya. Namun, jika cara-cara ini tidak tercatat dengan baik, sehingga hal itu bisa menjadi kendala dalam mengembangkan penawaran dan komunikasi yang mendalam serta menyeluruh terhadap nasabah. Misalnya sasaran nasabah dari produk tabungan IB Hijrah adalah Mahasiswa dan pegawai negeri, sasaran nasabah dari produk Haji adalah pegawai negeri, sasaran nasabah dari produk investasi adalah pengusaha. Kepuasan serta kepercayaan nasabah kepada bank akan memberikan hubungan timbal balik yang baik. Nasabah akan loyal dan bank akan memberikan keuntungan pada produk-produk bank itu sendiri yang dibutuhkan nasabah.

Ketiga, Produk. Persaingan bank saat ini sangatlah ketat, oleh karena itu peningkatan pelayanan kualitas produk dari sebuah bank sangatlah perlu diperhatikan. Inovasi-inovasi

produk perbankan juga perlu dilakukan sebagai alternatif pilihan yang dapat menarik nasabah untuk bertransaksi pada bank tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhannya. Melakukan Pembagian brosur dan sosialisasi tentang produk-produk syari'ah Bank Muamalat serta jelaskan keuntungan apa saja yang dimiliki produk Bank Muamalat adalah Tabungan IB Hijrah. Strategi nya adalah dengan melakukan sosialisasi dan pembagian Brosur kepada masyarakat sekitar atau mahasiswa tentang IB Hijrah Keuntungan adalah Bebas biaya layanan bulanan, Setoran awal ringan, Fasilitas Kartu Share Debit dan Debit Online (VISA) dengan beragam promo subsidi belanja, Fasilitas e-Banking (Muamalat Digital Islamic Network (MDIN) & Internet Banking), Dapat buka rekening online melalui Muamalat Digital Islamic Network (MDIN), Benefit subsidi biaya transaksi 5x gratis 5x hanya melalui MDIN (untuk transaksi transfer online (Bersama/Prima), Pembayaran utilitas publik, BI Fast dan Top Up e-wallet). Selanjutnya adalah KPR IB Hijrah . Strategi nya adalah dengan melakukan sosialisasi dan pembagian Brosur kepada Para Pegawai Negeri atau Pengusaha tentang Keuntungan nasabah dari KPR IB Hijrah adalah Sesuai dengan prinsip syari'ah, Angsuran Ringan dan Pasti, Bebas memilih skema angsuran dengan Angsuran berjenjang atau fixed sepanjang tenor, Uang muka ringan mulai 0%, Margin mulai dari 3,99% (Primary) & 6,99% (Secondary) efektif p.a, Program apresiasi untuk nasabah loyal Bank Muamalat dengan percepatan proses dan persyaratan yang lebih simpel, Fleksibel sesuai kebutuhan, Jangka waktu pembiayaan maksimal 15 tahun, Dapat diajukan oleh pasangan suami istri dengan sumber penghasilan untuk angsuran diakui secara bersama (joint income).

Selanjutnya, faktor-faktor penghambat strategi pelayanan PT. Bank Muamalat Tbk dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu: Pertama, Perubahan Lingkungan Eksternal: Faktor-faktor eksternal seperti perubahan regulasi, persaingan yang meningkat, atau perubahan tren industri dapat menjadi hambatan dalam strategi peningkatan kualitas pelayanan. Ketika lingkungan eksternal berubah secara drastis, organisasi harus mampu beradaptasi dan menyesuaikan strategi mereka dengan cepat agar tetap relevan dan kompetitif. Jika tidak, hal ini dapat mempengaruhi kemampuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan bagi jumlah nasabah.² Kedua, Faktor Internal seperti gangguan Sinyal atau sistem Pada Komputer.

KESIMPULAN

Strategi Pelayanan bahwa salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis adalah sebuah pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan customer service harus sesuai dengan standarisasi SOP (standar operasional prosedur) yang telah ditentukan. Faktor-faktor pendukung strategi pelayanan Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu Pelayanan SDM PT. Bank Muamalat Tbk, Nasabah, dan Produk. Persaingan

² Wawancara dengan Ibu Fina Selaku Customer service Bank Muamalat Cabang Pembantu Plaju
22 Juni 2023

bank saat ini sangatlah ketat, oleh karena itu peningkatan pelayanan kualitas produk dari sebuah bank sangatlah perlu diperhatikan. Inovasi-inovasi produk perbankan juga perlu dilakukan sebagai alternatif pilihan yang dapat menarik nasabah untuk bertransaksi pada bank tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhannya. Melakukan Pembagian brosur dan sosialisasi tentang produk-produk syariah Bank Muamalat serta keuntungan apa saja yang dimiliki produk Bank Muamalat.

DAFTAR PUSTAKA

- Asep Saeful Muhtadi dan Agus Ahmad Safei (2003), *Metode Penelitian Dakwah* (Bandung:Pustaka Setia, 2003)
- Ahmad, Syakir.2015. *Perbankan Syari'ah*. Medan:UIN-SU
- Al- Arif, M. N. (2012). *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*. Bandung; Alfabeta
- Al-Qur'an Dan Terjemahan
- Bank Indonesia (2016) *Perjalanan Perbankan Syariah di Indonesia; Kelembagaan dan Kebijakan Serta Tantangan ke Depan*, Jakarta: Departemen Riset Kebanksentralan
- Basrowi, Suwandi (2008) *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Jakarta : Rineka Cipta, 2008)
- Djoko Muljono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. (Yogyakarta: C.V Andi Offset)
- Edi Sutrisno (2009) *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Rawamangun: Kencana, 2009)
- Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama)
- Hermansyah. (2005). *Hukum Perbankan Nasional Indonesia. Cetakan ke 4*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/konsep-operasional-PBS.aspx>
- https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/kajian_akuntansi/article/download/2511/1497
- <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/deposito-consumer/deposito-ib-hijrah>
- Ismail (2014). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Prenada Media Group
- Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Vol 14.No.1 April 2018*
- Karnaen A. Perwata atmadja, *dalam wawancaranya dengan penulis mengenai sejarah perbankan syariah pada 28 Agustus 2016*.
- Khalidin, (2013). *Perbankan Syari'ah*
- Lexy. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*,
- Linda Atikasari (2017) *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Melalui Kualitas Produk Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Ajibarang*. (Skrisi sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada IAIN Purwokerto, tidak diterbitkan, 2017)
- Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* PT.Gramedia Pustaka Utama
- M,Syafi'i Antonio (2001), *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik cetakan ke -1*, (Jakarta: Gema Insani, 2001)
- M, Nur Rianto(2012), *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012)

- Noen Muhajirin(1998), *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: RAKE SARASIN 1998)
- Rima Rahmayanti(2010), *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, 2013, *Perilaku Konsumen*, C.V Andi Offset
- Setiawan Hari Purnomo dan zulkiefli mansyah, *Manajemen Strategi, Sebuah Konsep Strategi*, (Jakarta: LPPEE UI, 1998)
- Shahdeiny (2007). *Perbankan Syari'ah*
- Shofwan Al Banna Choiruzzad(2012), *The Central Bank' in the Development of Islamic Economy Project in Indonesia: Role, Motivations and Moderating Effect*, *The Ritsumeikan Journal of International Studies*, Vol. 25-2, 2012
- Suci Rahmadani(2017), *Strategi Peningkatan Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BPRS Carana Kiat Andalas*, (Skripsi Sarjana Pada FakultasEkonomi dan Bisnis Islam, IAIN Bukittinggi, diterbitkan 2017)
- Sugiyono(2013), *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, 2013)
- Suharsimi Arikunto(2010), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta : Rhineka Cipta, 2010)
- Tjetjep Rohendi Rohidi(1992), *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: UI Press, 1992)
- Tri Nurbaiti(2020), program studi Perbankan Syariah ,Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, "*Dampak layanan jasa mobile banking terhadap peningkatan jumlah nasabah studi kasus Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam*".(Skripsi sarjana program studi Perbankan Syariah Institut Negeri (IAIN) Metro,tidak diterbitkan, 2020)
- Undang-Undang No. 14 Tahun 1967 Bab I Pasal 1 huruf a,
- Wibowo, Herman. (2005). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Erlangga
- Yolanda Darma Fernandes dan Doni Marlius(2017), *Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangun Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang*, *Jurnal Ekonomi*, (Padang: akademi keuangan dan perbankan padang, 2017)
- Yusron Mustafha Kamal, *Strategi Pelayanan Customer Service dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri kantor Cabang Rawamangun*
- Zubair Hasan(2009), *Undang-Undang Perbankan Syariah: Titik Temu Hukum Islam dan Hukum Nasional*, (Jakarta: Rajawali Pers,2009)