



membagi petugas *account officer* menjadi dua, *account officer funding* dan *account officer lending*.

Pembagian petugas *account officer* dilakukan untuk lebih memfokuskan kegiatan masing masing disamping tugas utama mereka yaitu memasarkan produk jasa BPRS Ummu. Petugas *account officer funding* menghimpun dana secara langsung dari para nasabah BPRS Ummu yang tidak bisa datang ke kantor untuk menyetor secara langsung. Berdasarkan wawancara dengan Pak Kamto manajer pemasaran BPRS Ummu Bangil, kantor pusat BPRS Ummu Bangil memiliki dua petugas *account officer funding* yaitu Fuad dan Rokhim. Pak Fuad melayani nasabah yang letaknya jauh dari kantor pusat serta lembaga sekolah yang menjadi nasabah di BPRS Ummu Bangil sedangkan Pak Rohim melayani nasabah yang berada di Pasar bangil.

Berdasarkan pengamatan penulis, dalam aktivitasnya menghimpun dana Pak Rohim akan mendatangi satu persatu kios pedagang pasar Bangil yang menjadi nasabah untuk menghimpun dana. Pak Rohim akan mencatat dan memasukkan ke dalam aplikasi negakom jumlah uang yang disetorkan oleh setiap nasabah. Nasabah akan memberikan buku tabungan kepada petugas untuk dicatat dan menerima bukti *print out* dari transaksi penyetoran yang dilakukan. Selain penyetoran tabungan, dalam kegiatan jemput tabungan nasabah juga melakukan transaksi penarikan tabungan. Nasabah yang melakukan penarikan akan memberikan slip penarikan yang sudah mereka isi dengan jumlah uang yang akan ditarik dan saat Pak Rohim datang mereka menyerahkan buku tabungan maka Pak Rohim akan memberikan sejumlah

uang yang mereka tarik. Aktivitas tersebut dilakukan sampai semua nasabah di pasar Bangil telah didatangi.

Dalam melaksanakan tugasnya sebagai penghubung langsung bank dengan nasabah, Pak Rohim memiliki kemampuan yang diharapkan sesuai dengan tugas dan petunjuk kerja dari BPRS Ummu. Tugas dan petunjuk kerja yang diberikan oleh BPRS Ummu yang pertama adalah mencari dana dengan jalan mempromosikan produk-produk bank khususnya produk tabungan maupun deposito. Promosi yang dilakukan dalam bentuk lisan atau dengan brosur-brosur yang tersedia untuk menarik calon nasabah baru, baik sebagai nasabah penabung ataupun deposan.

Sebagai seorang *account officer funding*, menjual produk adalah tugas utama. Jenis produk simpanan yang ditawarkan oleh BPRS Ummu beragam, tetapi yang paling banyak digunakan oleh nasabah pasar Bangil adalah tabungan umum syariah. Supaya target kerja *account officer funding* dapat terpenuhi Pak Rohim akan menawarkan produk lain seperti deposito. Produk deposito adalah salah satu produk yang bisa menghimpun dana cukup besar dan bisa digunakan untuk memenuhi target kerja *account officer funding*. Selain produk simpanan, terdapat pula produk pembiayaan yang dimiliki BPRS Ummu. Meskipun produk pembiayaan bukanlah lingkup dari petugas *account officer funding*, tetapi menawarkan produk pembiayaan juga sering dilakukan oleh *account officer funding* untuk bisa meningkatkan kemampuan dibidang pemasaran dan pemahaman produk.

Kedua, menjaga dan memelihara hubungan baik dengan nasabah agar tetap terjalin dan harmonis. Sebagai wakil bank untuk bertemu langsung dengan nasabah, Pak Rohim dalam menghimpun dana nasabah juga tidak lupa untuk selalu menjelaskan produk produk tabungan dari BPRS Ummu. Nasabah terkadang membandingkan keuntungan dari produk simpanan dari lembaga lain. Untuk dapat menjawab pertanyaan tersebut Pak Rohim menawarkan produk yang sejenis yang tidak kalah menguntungkan untuk nasabah. Menjalin hubungan dengan manusia bukanlah hal yang mudah. Karakteristik perilaku setiap orang sangat beragam dan tidak sama. Menjadi seorang *account officer funding* yang selalu berhubungan langsung dengan nasabah membuat petugas Pak Rohim menjadi lebih memahami kebutuhan setiap nasabahnya.

Menjadi *account officer funding* membuat Pak Rohim menjadi sangat akrab dengan para nasabah khususnya yang berada di pasar bangil. Mereka (nasabah) tidak pernah sungkan apabila ingin bertanya tentang produk lain dari BPRS Ummu dibandingkan harus datang ke kantor. Terkadang nasabah juga sering menghubungi kembali Pak Rohim jika mereka berniat untuk menabung atau ingin menarik uang lagi walaupun pak rohim sudah mendatangnya sebelumnya. Pak Rohim selalu siap melayani kebutuhan para nasabah tersebut.

Ketiga, merencanakan strategi, sasaran funding dan berusaha untuk merealisasikan rencana tersebut bersama-sama dengan kepala bagian operasional. Nasabah pasar Bangil yang menggunakan layanan jemput

tabungan berjumlah 110 orang. Setiap nasabah memiliki rekening yang harus dikelola dengan baik oleh *account officer funding*. Dalam praktiknya Pak Rohim mampu mengelola semua rekening nasabah dengan baik. Pak Rohimbahkan sudah hafal besarnya tabungan yang sering disetor oleh nasabah. Apabila dalam aktivitasnya Pak Rohim mempunyai kendala, beliau biasanya akan mendiskusikan dengan Pak Fuad atau langsung dengan Pak Kamto.

Keempat, Menjaga dan meningkatkan *outstanding* dana tabungan masyarakat, untuk mencapai target rencana kerja yang telah diberikan oleh pihak manajemen. Nasabah memiliki hak untuk menitipkan dananya atau tidak. Hal tersebut memang menjadi kuasa penuh yang dimiliki oleh nasabah. Apabila jumlah dana yang didapat dalam penghimpunan tidak sesuai target maka sesuai peraturan *account officer funding* akan mendapatkan *punishment*. Untuk menghindari hal tersebut Pak Rohim memiliki cara tersendiri supaya nasabah selalu menabung dengan rutin. Pak Rohim akan merayu nasabah yang tidak menabung dan akhirnya nasabah tersebut tetap menabung.

Membawa nama lembaga dengan label syariah membuat Pak Rohim dalam melakukan kegiatan jemput tabungan harus berlandaskan prinsip prinsip syariah. Prinsip syariah tersebut dibuktikan dengan sikap dan perilaku Pak Rohim saat menjemput tabungan. Selalu berkata jujur dalam menjelaskan semua produk anpa ada yang ditutupi, bersaing secara sehat tanpa menjatuhkan dan menjelekkkan dengan semua pesaing. Keempat tugas dan



kesalahan *account officer funding* saat memasukkan jumlah atau kesalahan penulisan angka sehingga merubah data yang ada menjadikannya tidak *balance* dan menimbulkan kemungkinan adanya kerugian oleh salah satu pihak.

- b. Kurangnya jumlah uang yang disetor oleh petugas *account officer funding* akibat tidak menghitung uang yang diberikan oleh anggota/nasabah dikarenakan terkadang uang yang disetor oleh nasabah merupakan uang koin yang jumlahnya cukup banyak sehingga menghabiskan waktu jika dihitung di tempat.
- c. Lemahnya antisipasi terhadap adanya uang palsu yang beredar di masyarakat karena petugas *marketing* tidak dibekali dengan alat pengecek keaslian uang.
- d. Terjadi gangguan pada aplikasi negakom dikarenakan sinyal sehingga transaksi harus ditulis secara manual.

#### **B. Analisis peran *account officer funding* PT. BPRS Ummu Bangil dalam meningkatkan loyalitas nasabah Pasar Bangil untuk menabung**

Kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan suatu hal terpenting perusahaan, sehingga kepuasan pelanggan merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan atau organisasi. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong

terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi. Loyalitas akan memberikan keuntungan yang signifikan terhadap kemajuan bisnis perusahaan tersebut.

Pemasaran dengan layanan jemput tabungan disini menekankan pada mempertahankan nasabah melalui peningkatan hubungan perusahaan dengan nasabahnya. Pelayanan kepada nasabah menjadi prioritas utama dalam kegiatan pemasaran untuk membentuk loyalitas nasabah kepada bank. Jemput tabungan menawarkan strategi memperdalam hubungan dengan nasabah. Hubungan tersebut tidak akan terjalin apabila petugas *account officer funding* tidak berperan aktif untuk menciptakan hubungan dengan nasabah.

Dalam usaha untuk meningkatkan loyalitas nasabah *account officer funding* memiliki peran yang sangat penting karena mereka yang terhubung langsung dengan nasabah. Loyalitas akan tumbuh seiring dengan bagaimana nasabah menggunakan jasa yang mereka terima. Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas berdasarkan pendapat dari Mardalis adalah kepuasan pelanggan, kualitas jasa, citra, dan rintangan untuk berpindah

#### 1. Kepuasan Pelanggan

Penggunaan suatu produk jasa akan menghasilkan respon dari seorang pelanggan. Respon yang diberikan bisa bernilai positif ataupun negatif. Semua perusahaan dibidang jasa akan selalu berusaha mendapatkan respon yang positif dari pelanggan. Respon yang positif



ini menjadi acuan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan.

Dalam kegiatan jemput tabungan, memberikan pelayanan yang terbaik untuk setiap nasabah adalah hal yang selalu diutamakan oleh petugas *account officer funding*. Hal ini telah terbukti dengan respon beberapa nasabah yang merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima. Mereka menilai bahwa kemudahan dalam bertransaksi menjadi hal utama yang membuat mereka merasakan keuntungan dalam kegiatan jemput tabungan.

## 2. Kualitas Jasa

Kualitas suatu produk jasa perbankan tidak bisa dilihat secara langsung seperti halnya kualitas suatu produk barang. Kualitas jasa akan dirasakan oleh nasabah seiring dengan manfaat yang mereka peroleh. Kualitas suatu produk perbankan meliputi bagaimana lembaga bisa menjaga dan mengelola dana nasabah dan memberikan bonus sesuai dengan akad produk yang digunakan. *Account officer funding* selalu menjelaskan bagaimana mekanisme produk yang digunakan oleh nasabah agar tidak terjadi kesalahpahaman. Tidak semua nasabah memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk jasa perbankan yang mereka gunakan.

Nasabah umumnya hanya mengetahui bahwa mereka menitipkan uangnya dan mendapatkan bonus setiap bulan sesuai dengan jumlah tabungan yang mereka miliki. Keterbatasan pengetahuan dari nasabah



#### 4. Rintangan Untuk Berpindah

Persaingan dibidang lembaga sejenis selalu ada dalam setiap lini bisnis. Jika tidak terjadi persaingan maka bisnis tersebut berada pada pasar monopoli. Umumnya konsumen akan selalu membandingkan dan mencoba beberapa lembaga untuk memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut tidak bisa dihindari oleh semua pelaku bisnis karena menjadi hak dari konsumen, yang bisa dilakukan adalah meminimalisir ketertarikan konsumen untuk mencoba produk dari pesaing yang lain dengan memberikan kelebihan produk yang bisa memenuhi semua kebutuhan konsumen tanpa harus menggunakan produk dari pesaing.

Persaingan dengan bisnis sejenis juga terjadi pada BPRS Ummu Bangil. Terdapat banyak lembaga keuangan yang juga berada tidak jauh dari BPRS Ummu Bangil. Keberadaan lembaga lain tidak mungkin bisa dihindari tetapi BPRS Ummu Bangil memberikan kinerja yang berbeda dari lembaga lain. Menurut manajer pemasaran pembeda itu adalah adanya lembaga penjamin simpanan yang tidak dimiliki oleh lembaga lain karena bentuk usaha lembaga lain adalah koperasi. Aplikasi negakom juga merupakan nilai lebih yang diunggulkan oleh BPRS Ummu Bangil dengan sistem yang langsung terhubung dengan server. Hal ini membuat kecurangan dalam memasukkan jumlah tabungan yang disetor tidak mungkin terjadi.

Menurut analisis peneliti bahwa pelayanan jemput tabungan yang dilakukan oleh petugas *account officer funding* telah sesuai dengan

pendekatan faktor faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Nasabah yang sudah mempercayakan dirinya untuk bergabung menjadi nasabah di BPRS Ummu Bangil, diharapkan dapat semakin meningkat kepercayaannya dengan pelayanan yang diberikan perusahaan khususnya dalam jemput tabungan. Wujud kepercayaan nasabah pasar Bangil dibuktikan dengan sikap loyalitas nasabah terhadap BPRS Ummu Bangil. Sikap loyalitas tersebut tercermin pada karakteristik yang telah ditunjukkan oleh nasabah

- a. Melakukan pembelian ulang secara teratur, sikap ini telah dilakukan oleh nasabah pasar Bangil dengan rutin menabung melalui layanan jemput tabungan setiap harinya. Mereka merasa jika layanan jemput tabungan ini sayang jika tidak dimanfaatkan untuk mempermudah kebutuhan penyimpanan dana mereka.
- b. Membeli antarlini produk dan jasa, selain memanfaatkan layanan jemput tabungan untuk melakukan transaksi setor dan penarikan tabungan, nasabah pasar Bangil juga memanfaatkan kehadiran petugas *account officer funding* untuk berkonsultasi tentang produk lain dari BPRS Ummu. Kemudahan untuk mengajukan pembiayaan jika telah menjadi nasabah memberikan kepuasan dari nasabah pasar Bangil untuk selalu memanfaatkan produk dari BPRS Ummu.
- c. Mereferensikan kepada orang lain, saat Pak Rohim mendatangi kios pedagang yang menjadi nasabah, terkadang nasabah tersebut tidak hanya menabung untuk satu rekening. Biasanya mereka memegang

beberapa rekening milik tetangga atau saudara yang juga menjadi nasabah di BPRS Ummu tetapi tidak berprofesi atau berada di pasar Bangil. Hal tersebut menunjukkan bahwa selain menjadi nasabah, para pedagang juga menyarankan dan memberikan referensi kepada orang lain.

Selain berdasarkan faktor faktor yang dapat memengaruhi nasabah untuk bersikap loyal, peran dari *account officer funding* dapat ditunjukkan dengan mengukur seberapa besar sikap loyal dari nasabah dengan beberapa indikator. Karena banyaknya ahli yang berpendapat mengenai indikator yang bisa digunakan untuk mengukur tingkat loyalitas nasabah, penulis hanya menarik 3 indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur sikap loyal dari nasabah, antara lain:

1. Lama seseorang menjadi nasabah

Pengukuran jangka waktu seseorang menjadi nasabah memang tidak bisa ditetapkan secara pasti karena perbedaan jangka waktu operasional setiap bank. BPRS Ummu yang resmi menggunakan nama Ummu yang sebelumnya menggunakan nama Untung Suropati dengan prinsip bank umum telah beroperasi sejak tahun 2009. Berdasarkan tabel 3.1 diketahui bahwa 50% informan telah menjadi nasabah dari BPRS Ummu diatas 5 tahun, atau bisa dikatakan telah menjadi nasabah sejak BPRS Ummu beroperasi kembali. Sedangkan sisinya merupakan nasabah dibawah 5 tahun.

Menurut Burton dan Elliot lamanya hubungan yang dijalin antara pengguna jasa dan pemberi jasa dapat mengindikasikan bahwa pengguna jasa tersebut merasa bahwa dirinya telah memiliki ikatan dengan produk jasa yang telah diberikan. Sehingga pengguna jasa tidak merasa perlu untuk berpindah kepada pihak lainnya. Sehingga nasabah BPRS Ummu yang menjadi informan dapat dikatakan loyal.

## 2. Kepuasan Pelayanan

Konsep kepuasan yang sering dihubungkan dengan loyalitas nasabah membuat banyak pendapat sering mengatakan bahwa nasabah yang puas berarti nasabah tersebut bersikap loyal. Kepuasan dari nasabah sangat dipengaruhi oleh bagaimana pelayanan yang telah diberikan. Petugas *account officer funding* dalam kegiatannya menjemput tabungan telah memberikan pelayanan yang menurutnya telah sesuai dengan prosedur dan telah memberikan layanan yang sebaik baiknya.

Berdasarkan angket yang diberikan dan telah diperoleh data yang diolah berdasarkan tabel 3.2 10% dari jumlah nasabah yang menjadi informan merasa cukup puas dan sebanyak 90% merasa puas dengan layanan yang diberikan dengan pelayanan yang diberikan oleh *account officer funding*.

## 3. Frekuensi Menabung

Penggunaan jasa yang berulang juga merupakan salah satu indikator nasabah dapat dikatakan loyal. Kegiatan operasional BPRS

Ummu dalam melayani setiap transaksi perbankan adalah 5 hari dalam satu minggu. Sehingga frekuensi nasabah menabung diukur dengan seberapa sering nasabah melakukan penyetoran tabungan dalam satu minggu. Berdasarkan tabel 3.3 tentang frekuensi menabung nasabah dapat dilihat bahwa 98% nasabah melakukan transaksi penyetoran tabungan sebanyak 5 kali dalam seminggu atau bisa dikatakan secara rutin. Hal ini juga tidak terlepas dari bagaimana upaya petugas *account officer funding* dalam kegiatan menarik tabungan nasabah.

Dari ketiga indikator tersebut, penulis bisa melihat bahwa peran *account officer funding* dalam meningkatkan loyalitas nasabah untuk menabung telah dilakukan dengan baik dan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.