

**STRATEGI *FRONTLINER* DALAM MENGOPTIMALKAN
MUAMALAT DIN (*DIGITAL ISLAMIC NETWORK*)
PADA BANK MUAMALAT KC
PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagian Syarat Tugas Akhir
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh

AHMAD RIAD
NIM. 1604110092

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
TAHUN 2020 M /1442 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI *FRONTLINER* DALAM
MENGOPTIMALKAN MUALAMAT DIN
(*DIGITAL ISLAMIC NETWORK*) PADA BANK
MUAMALAT KC PALANGKA RAYA

NAMA : AHMAD RIAD
NIM : 1604110092
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN : EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH
JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, 26 Oktober 2020

Menyetujui,

Pembimbing I

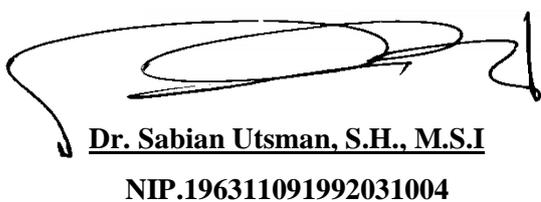

Jelita, M.S.I
NIP. 198301242009122002

Pembimbing II

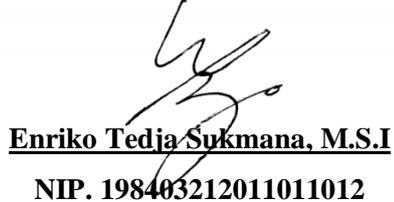

Isra Misra, M.S.I
NIP. 199209092019031009

Mengetahui,

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Sabian Utsman, S.H., M.S.I
NIP.196311091992031004

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam


Enriko Tedja Sukmana, M.S.I
NIP. 198403212011011012

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi** Palangka Raya, 7 Oktober 2020
AHMAD RIAD

Kepada
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN PALANGKA RAYA
Di-
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara :

NAMA : AHMAD RIAD
NIM : 1604110092
JUDUL : **STRATEGI FRONTLINER DALAM
MENGOPTIMALKAN MUAMALAT DIN (DIGITAL
ISLAMIC NETWORK) PADA BANK MUAMALAT KC
PALANGKA RAYA**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Mengetahui,

Pembimbing I


Jelita, M.S.I
NIP. 198301242009122002

Pembimbing II


Isra Misra, M.S.I
NIP. 198403212011011012

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**STRATEGI FRONTLINER DALAM MENGOPTIMALKAN MUAMALAT DIN (DIGITAL ISLAMIC NETWORK) PADA BANK MUAMALAT KC PALANGKA RAYA**”. Oleh **Ahmad Riad, NIM: 160 411 0092** telah dimunaqasahkan oleh tim Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Jumat

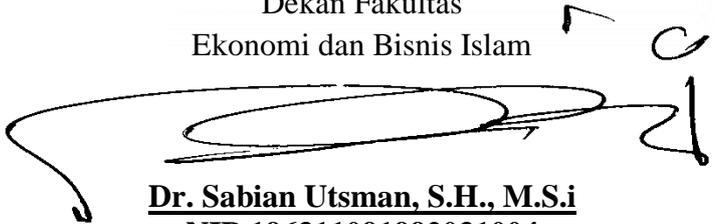
Tanggal : 16 Oktober 2020

Palangka Raya, 26 Oktober 2020

TIM PENGUJI

1. **Dr. Imam Qalyubi, M.Hum** (.....)
(Ketua Sidang/Penguji)
2. **M. Zainal Arifin, M.Hum** (.....)
(Penguji I)
3. **Jelita, M.S.I** (.....)
(Penguji II)
4. **Isra Misra, M.S.I** (.....)
(Sekretaris/Penguji)

Mengetahui
Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Sabian Utsman, S.H., M.S.i
NIP.196311091992031004

**STRATEGI *FRONTLINER* DALAM MENGOPTIMALKAN
MUAMALAT DIN (*DIGITAL ISLAMIC NETWORK*)
PADA BANK MUAMALAT KC
PALANGKA RAYA**

ABSTRAK

Oleh Ahmad Riad

NIM: 1604110092

Transformasi digitalisasi telah merambat diberbagai bidang salah satunya sektor perbankan. Dalam menyikapi hal ini Bank Muamalat meluncurkan sebuah fitur layanan berbasis aplikasi *Mobile Banking* Muamalat DIN. Namun dengan adanya fitur baru ini justru tidak memenuhi target pengguna yang ingin dicapai. Untuk mengoptimalkan penggunaannya perlu adanya strategi yang digunakan khususnya *frontliner*. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji (1) Bagaimana Strategi *frontliner* dalam mengoptimalkan penggunaan Digitalisasi *Islamic Network* pada Bank Muamalat KC Palangka Raya; (2) Apakah yang menjadi kendala dan kemudahan yang dirasakan nasabah menggunakan Digitalisasi *Islamic Network* di Bank Muamalat KC Palangka Raya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Bagaimana strategi yang digunakan untuk mengoptimalkan penggunaan Digital *Islamic Network* pada Bank Muamalat KC Palangka Raya; (2) apa kendala dan kemudahan yang dirasakan nasabah menggunakan Digital *Islamic Network* pada Bank Muamalat KC Palangka Raya.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah pihak Bank Muamalat KC Palangka Raya khususnya di bagian Pelayanan atau *frontliner* 3 orang dan ditambah dengan 3 nasabah di Bank Muamalat Kota Palangka Raya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu pengumpulan data dari informasi sejenis dari berbagai sumber yang berbeda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Dalam mengoptimalkan Digital *Islamic Network* Bank Muamalat KC Palangka Raya. Pihak *frontliner* Bank Muamalat menerapkan strategi layanan dan pemasaran yang didalamnya menerapkan prinsip layanan dan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*), dengan cara langsung mendatangi nasabah, ATM, *SMS blast*, *sales call*, dan *mobile banking* lama. (2) Berdasarkan strategi yang telah dilakukan pihak *frontliner* bank mestinya ada kendala dan kemudahan. Kendala yang dihadapi adalah sulitnya mengedukasi pihak lansia untuk menggunakan Muamalat DIN dan jaringan yang secara tiba-tiba *down* kemudian kepada nasabah yang mempunyai banyak rekening tabungan. Sedangkan kemudahan yang dirasakan adalah mengurangi transaksi di kantor dan memudahkan mengontrol saldo rekening

Kata Kunci : Strategi, *Frontliner*, Digital *Islamic Network*, Bank Syariah

**FRONTLINER STRATEGY IN OPTMIZING OF MUAMALAT DIN
(ISLAMIC NETWORK DIGITALIZATION)
ON PALANGKA RAYA BRANCH
OF MUAMALAT BANK**

ABSTRACT

**By Ahmad Riad
NIM: 1604110092**

Digital transformation has spread through various field, one of them is in banking sector. Dealing with the issue, Muamalat Bank has launched an application-based service, mobile banking Muamalat DIN. However, the newly feature has not attained numbers of target users. In order to optimize the usage, there must be a strategy applied especially by the front liner. This research has been conducted to examine on (1) How are the front liner strategy in optimizing the usage of Islamic network digitalization on Palangka Raya Branch of Muamalat Bank; (2) What are the strength and weakness perceived by the client in using Islamic network digitalization on Palangka Raya Branch of Muamalat Bank. The aim of this research is to find out (1) How are the front liner strategy in optimizing the usage of Islamic network digitalization on Palangka Raya Branch of Muamalat Bank. (2) What are the strength and weakness perceived by the client in using Islamic network digitalization on Palangka Raya Branch of Muamalat Bank.

This research is a field studies using descriptive qualitative method. The subjects on this research are Palangka Raya Branch of Muamalat Bank specifically the customer service or 3 front liner and 3 clients of Palangka Raya Branch of Muamalat Bank. The data collecting technique includes observation, interview and documentation. The data verification applies source triangulation, in which the similar information taken from different sources.

The research findings show that (1) In optimizing the usage of Islamic Network digitalization on Palangka Raya Branch of Muamalat Bank, the front liner of Muamalat Bank service strategic and marketing strategy, they apply marketing mix, then the front liner carries out marketing or promotion by directly approaching the clients via mass media, ATM, SMS blast, sales call and previous mobile banking. (2) According to the strategy implemented by the front liner there must be strength and weakness. The weakness are difficulties in instructing elderly clients to use Muamalat DIN and the network suddenly goes down while registering and then for the client who are having multiple accounts. Meanwhile, the strengths are reducing number of transactions in branch office and the easiness in managing the account balance and transferring funds.

Keywords: Strategy, Front liner, Islamic Network Digitalization, Islamic Bank.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji bagi Allah, *Wasyukurillah* bersyukur kepada sang Maha Pencipta dan Pengatur Alam Semesta, berkat Ridho-Nya, peneliti akhirnya mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Strategi Frontliner Dalam Mengoptimalkan Muamalat DIN (Digital Islamic Network) pada Bank Muamalat KC Palangka Raya**” skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu Tugas Akhir Kuliah untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Dalam menyusun skripsi ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang peneliti alami, namun berkat dukungan, dorongan dan semangat dari orang terdekat, sehingga peneliti mampu menyelesaikannya. Oleh karena itu peneliti pada kesempatan ini mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. Khairul Anwar SH, MH, selaku Rektor IAIN Palangka Raya.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Sabian Usman, SH., M.S.i selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, S. Th.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
4. Bapak Rahmad Kurniawan, S.H.I., M.S.i selaku Dosen Penasehat Akademik selama perkuliahan.
5. Ibu Jelita, S.H.I., M.S.i selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dan saran kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.

6. Bapak Isra Misra., M.S.i selaku Dosen Pembimbing II, yang telah banyak membantu, mengarahkan, dan membimbing peneliti menyelesaikan tugas akhir.
7. Bapak M.Zainal Arifin, M.Hum sebagai dosen yang selalu memotivasi saya untuk selalu mempercepat kelulusan dan juga seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang selalu menginspirasi dan memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan dan membantu memberikan informasi terkait penelitian
8. Ayah dan Ibu yang telah memberikan dukungan moril, dan materil dan juga selalu mendoakan keberhasilan peneliti dan keselamatan selama menempuh pendidikan.
9. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah ikut membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu segala kritikan dan saran membangun akan peneliti terima dengan senang hati. Semoga skripsi denga judul **“Strategi Frontliner Dalam Mengoptimalkan Muamalat DIN (Digital Islamic Network) pada Bank Muamalat KC Palangka Raya”** dapat bermanfaat bagi semuanya.

Palangka Raya 26 Oktober 2020

Peneliti

Ahmad Riad
Nim. 1604110092

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Riad
NIM : 1604110092
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan skripsi dengan judul “**STRATEGI FRONTLINER DALAM MENGOPTIMALKAN MUAMALAT DIN (DIGITAL ISLAMIC NETWORK) PADA BANK MUAMALAT KC PALANGKA RAYA**”, adalah benar karya saya sendiri, dan bukan hasil menjiplak karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menanggung resiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, 26 Oktober 2020

Yang membuat pernyataan,



AHMAD RIAD
NIM.1604110092

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ

بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

“HAI ORANG-ORANG YANG BERIMAN, APABILA KAMU BERMUAMALAH TIDAK
SECARA TUNAI UNTUK WAKTU YANG DITENTUKAN, HENDAKLAH KAMU
MENULISKANNYA. DAN HENDAKLAH SEORANG PENULIS DIANTARA KAMU
MENULISKANNYA DENGAN BENAR”

(QS. AL-BAQARAH : 282)



PERSEMBAHAN

Atas Ridho Allah SWT.dengan segala kerendahan hati penulis, karya ini penulis persembahkan untuk :

Teruntuk Tuhanku Yang Maha Esa, Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah, karunia serta kasih sayang dari Engkau, hamba-Mu yang dhaif ini dapat menyelesaikan tugas akhir ini, semoga hamba bisa selalu bersyukur atas semua kenikmatan yang telah diberikan. Apapun anugraah dan cobaan itu, semoga hamba selalu mengingat-Mu dan selalu dekat dan menyayangi Tuhanku.

Teruntuk Kedua Orang Tuaku,Abah ulun Fahmi dan Mama Rusdiana serta Adik-Adikku tersayang Fahriah, Maisarah, dan Muhammad Juhri yang telah menanti-nantikan keberhasilanku. Terimakasih atas do'a, dukungan moral spiritual, materiil maupun inmateriil, semoga panjang perjalanku ini membawakan berkah serta menjadi wujud yang membanggakan untuk kalian.

Teruntuk Dosen Pembimbingku Ibu Jelita, M.S.I dan Bapak Isra Misra, M.S.I yang telah memberikan banyak masukan, motivasi, serta meluangkan waktunya untuk membimbing dalam pembuatan skripsi ini dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Tiada kata lain yang dapat saya ucapkan selain terimakasih banyak.

Teruntuk Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) maupun Dosen pengajar lain dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, terimakasih banyak karena telah bersedia berbagi ilmu serta pengalaman yang berharga.

Teruntuk Keluarga Besarku KSPM FEBI IAIN Palangka Raya (Kelompok Studi Pasar Modal) beserta Pembina yang luar biasa. Rumah, keluarga, cinta, berdiskusi, motivasi, kepemimpinan, saling menghargai, menolong sesama, memahami perbedaan, serta arti hidup bermanfaat bagi orang lain telah aku temukan disini. Terimakasih untuk banyak pembelajaran, pengalaman, serta penghargaan yang luar biasa yang aku dapatkan saham syariah the best choice for investment.

Teruntuk teman-teman seperjuangan dari awal hingga akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah terkhusus kelas (PBS A) angkatan 2016. Banyak sejarah yang kita buat yang akan menjadi cerita kelak. Apapun yang terjadi dikemudian hari, jangan pernah saling melupakan, jangan pernah enggan untuk menyapa bahkan hanya sekedar menanyakan kabar.Semoga kita semua menjadi orang yang sukses.

Teruntuk teman penelitian serta penggarapan skripsiku Hendrianur, Iwan Kurniawan, dan Johansyah terimakasih banyak telah memberikan banyak masukan disaat aku sedang tidak tau arah dalam penulisan skripsi ini.

Teruntuk teman-temankosku, Samsul Muarif, Husnul Hakim, Debby Swastika, Salasiah, Hartinah, Misgirawati, Dodi dan Andi , terimakasih banyak sudah menjadi teman yang selalu ada di setiap kondisiku, maafkan aku jika pernah melakukan banyak kesalahan.

Teruntuk para sahabatku Ahmad Rinjani dan Muhammad Kamrani (STAI AL-Ma`Arif Buntok), terimakasih banyak sudah menjadi sahabat yang asik, terimakasih banyak sudah menganggapku seperti saudara, terimakasih banyak atas segala kebaikan yang telah diberikan, terima kasih banyak atas segala saran dan masukan yang selalu diberikan jika aku meminta, serta terimakasih banyak untuk selalu ada kapanpun dan dimanapun itu.



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	H .	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas

ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Ṣād</i>	Ṣ	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	D ·	de titik di bawah
ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	Z ·	zet titik di bawah
ع	' <i>Ayn</i>	... ' ...	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka

ل	<i>Lām</i>	L	El
م	<i>Mīm</i>	M	Em
ن	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
هـ	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...'	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena *Tasydīd* Ditulis Rangkap

متعاقدين	Ditulis	<i>muta'āqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' Marbūtah* Di Akhir Kata

1. Bila dimatikan, ditulis h.

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t.

اللَّهِعْمَة	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>zakātul-fitri</i>

D. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جَاهِلِيَّة	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	Ā
يَسْعِي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	Ī
مَجِيد	Ditulis	<i>Majīd</i>

Dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek Yang Berurutan Dalam Satu Kata, Dipisahkan Dengan Apostrof

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*.

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
--------	---------	------------------

القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>
--------	---------	-----------------

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

1. Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN ORSINALITAS	xi
PERSEMBAHAN.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xv
DAFTAR ISI.....	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxiv
DAFTAR BAGAN.....	xxv
DAFTAR SINGKATAN.....	xxvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Teori Konseptual.....	16

1. Strategi.....	16
2. Strategi Pemasaran	17
3. Konsep Layanan	30
4. Frontliner	32
5. Digitalisasi	36
C. Kerangka berpikir.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Waktu dan Tempat Penelitian	44
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	44
C. Subjek dan Objek Penelitian	46
D. Teknik Pengumpulan Data.....	47
E. Pengabsahan Data	49
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	49
G. Sistematika Penelitian	50
BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN	52
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
1. Profil Bank Muamalat	52
2. Visi dan Misi Bank Muamalat.....	55
3. Struktur Organisasi	55
4. Produk-Produk Bank Muamalat Kota Palangka Raya	59
B. Penyajian Data	64
1. Bagaimana Strategi <i>frontliner</i> dalam Mengoptimalkan Penggunaan <i>Digital Islamic Network</i> (Muamalat DIN) pada Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya	64
2. Apakah yang menjadi kendala dan kemudahan yang dirasakan nasabah menggunakan <i>Digital Islamic Network</i>	79

C. Analisis Data	90
1. Bagaimana strategi <i>frontliner</i> dalam mengoptimalkan penggunaan <i>Digital Islamic Network</i> pada Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.....	91
2. Apakah yang menjadi kendala dan kemudahan yang dirasakan nasabah menggunakan <i>Digital Islamic Network</i>	95
BAB V PENUTUP	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106
A. Buku	106
B. Jurnal.....	107
C. Skripsi	108
D. Internet	109
LAMPIRAN-LAMPIRAN	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Fitur Mobile Banking	5
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian	15



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pikir	43
Bagan 4.1 Struktur Organisasi BMI	56
Bagan 4.2 Struktur BM Kota Palangka Raya	58



DAFTAR SINGKATAN



KC	: Kantor Cabang
SDM	: Sumber Daya Manusia
ATM	: <i>Automated Teller Machine</i>
SMS	: <i>Short Message Service</i>
QS	: Quran Surah
EDC	: <i>Electronik Data Capture</i>
MUI	: Majelis Ulama Indonesia
ICMI	: Ikatan Cendekiwan Muslim Indonesia
DIN	: <i>Digital Islamic Network</i>
BPRS	: Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
KSPPS	: Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Rakyat
BMT	: <i>Baitul Mal Wat Tamwil</i>
iB	: <i>Islamic Bank</i>
UMKM	: Usaha Mikro Kecil dan Menengah
UKM	: Usaha Kecil Menengah
4P	: <i>Product, Price, Place, Promotion</i>
CSF	: <i>CRITICAL SUCCES Factor</i>
OJK	: Otoritas Jasa Keuangan
PDB	: Produk Domestik Bruto
CEO	: <i>Chief Executive Officer</i>
PIN	: <i>Personal Identification Number</i>
ID	: Identitas Diri



H	: Hijriah
DPLK	: Dana Pensiun Lembaga Keuangan
MURI	: Museum Rekor Indonesia
BEI	: Bursa Efek Indoneisa
PUT	: Penawaran Umum Terbatas
HMETD	: Hak Memesan dan Efek Terlebih Dahulu
MEPS	: <i>Malaysia Electronik Payment</i>
ALIF	: <i>Al-Ijarah Indonesia Finance</i>
ZIS	: Zakat, Infak dan Sedekah
PT	: Perseroan Terbatas
BPS-BPIH	: Bank Penerima Setoran Biaya Penyelngaan Ibadah Haji
SISKOHAT	: Sistem Informasi dan Komputerasi Haji Terpadu
USD	: US Dollar
SGD	: Singapore Dollar
KPR	: Kredit Pemilikan Rumah
SID	: Sistem Informasi Debitur
SRE	: Sub Rkening Efek
GPN	: Gerbang Pembayaran Nasional
CS	: <i>Costumer Service</i>
SKN	: Sistem Kliring Nasional
RTGS	: <i>Real Time Gross Senttlement</i>

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia bisa dikatakan cukup berkembang. Yang bisa dijadikan bukti atau indikatornya yakni dapat dilihat semakin banyaknya lembaga keuangan baik bank maupun non bank yang menerapkan prinsip syariah. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak menggunakan sistem bunga. Hal itu dikarenakan bunga merupakan sesuatu yang identik dengan riba hal ini dijelaskan dalam kitab Suci Al Quran yakni Surah Al Baqarah ayat 275.

..... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۖ ﴿٢٧٥﴾

Artinya : “Allah Menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (Q.S. Al Baqarah : 275)

[106]: riba yang sudah diambil (dipungut) sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan.¹

Bank syariah atau bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan perbankan yang operasional dan produknya berlandaskan Al-Qur`an sehingga, bank syariah melayani pembiayaan dan peredaran uang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.² Pada era globalisasi saat ini, pertumbuhan teknologi telah berkembang sangat pesat. Perkembangan teknologi telah merasuk kedalam diri setiap manusia yang mengetahui yang namanya internet yang mana sudah mempengaruhi berbagai sektor kehidupan manusia. Bahkan sektor ekonomi dan keuangan pun juga tidak mau ketinggalan. Perkembangan teknologi telah

¹Departemen Agama RI, *AL-Quran dan Terjemahan*, Bandung: CV Penerbit Al-Quran Junnatul Ali Tahun 2005, h. 58

²Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Akademia Manajemen dan Perusahaan YKPN, 2005, h. 59.

mempengaruhi kebijakan dan strategi dunia perbankan yang selanjutnya lebih mendorong inovasi dan persaingan yang semakin ketat terutama dibidang pelayanan jasa pembayaran melalui bank. Inovasi jasa layanan perbankan yang berbasis teknologi tersebut telah berkembang mengikuti pola kebutuhan masyarakat.

Kehadiran dan praktek bank syariah khususnya di Indonesia hampir 3 dekade, akan tetapi perkembangan usahanya masih belum sebanding dengan lama waktu yang telah dilalui. Hal ini dikarenakan dalam prakteknya permasalahan yang sering dihadapi sektor perbankan syariah antara lain; keterbatasan akses akan produk bank syariah, keterbatasan SDM, Perlunya optimalisasi koordinasi dengan para pemangku kepentingan serta, kebijakan keuangan yang selaras dan dapat saling mendukung perkembangan seluruh sektor keuangan syariah.

Transformasi digitalisasi layanan perbankan merupakan salah satu langkah untuk bisa bertahan. Hubungan intensitas sosialisasi yang tinggi oleh pihak perbankan dapat mempengaruhi masyarakat secara umum, fasilitas internet dan beragam media sosial dapat dimanfaatkan untuk kepentingan edukasi sosialisasi perbankan syariah. Dijaman yang semua serba digital ini media sudah beralih ke format online karena mudah diakses oleh siapa saja yang memerlukan informasi. Layanan teknologi menjadi andalan perbankan

adalah *online banking*. *Online banking* dapat menjadi nilai tambah bagi produk syariah.³

Transaksi perbankan yang berbasis elektronik termasuk internet merupakan salah satu bentuk pengembangan penyediaan jasa layanan bank yang memberikan peluang usaha baru bagi bank yang berdampak pada perubahan strategi usaha perbankan, dari berbasis tradisional menjadi teknologi informasi yang lebih efisien bagi bank dan praktis bagi nasabah. Adapun contoh layanan perbankan melalui media elektronik yaitu *e-banking*. *E-banking* adalah layanan bagi nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik. Layanan *e-banking* antara lain *Automated Teller Machine (ATM)*, *Phone Banking*, *Short Message Service (SMS) Banking*, *Elektronik Data Capture (EDC)*, *Internet Banking*, dan *Mobile banking*.⁴

Kelebihan dari layanan *e-banking* yakni memberikan kemudahan bagi nasabah dalam kegiatan perbankan baik dari segi waktu, tempat maupun biaya. Nasabah tidak perlu mendatangi kantor bank untuk memperoleh informasi atau melakukan transaksi perbankan karena layanan *e-banking* memiliki fitur yang menarik dan mudah bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi. Hampir semua bank sudah memiliki *Mobile banking* masing-masing tak terkecuali bank syariah yang pertama kali berdiri di Indonesia yakni Bank Muamalat.

³Abdus Salam, *Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital Banking : Optimalisasi Dan Tantangan*, Al-Amwal, Volume 10, No.1, h.76.

⁴Peraturan otoritas jasa keuangan nomor 12/pojk.03/2018 tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum, pasal 3.

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (BMI) memulai perjalanan bisnisnya sebagai bank syariah pertama di Indonesia pada 1 Desember 1991 atau 24 *Rabiuts 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.⁵

Bank Muamalat juga tidak mau ketinggalan memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut. Dalam hal ini Bank Muamalat mengeluarkan atau meluncurkan satu aplikasi yang dibuat khusus untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada tanggal 14 November 2019 yakni aplikasi Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*). Muamalat DIN adalah aplikasi layanan *mobile banking* Bank Muamalat dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh penggunanya baik nasabah maupun non nasabah. Muamalat DIN memiliki beragam fitur menarik seperti:

1. Fitur finansial yang memungkinkan nasabah bertransaksi finansial tanpa harus datang ke Bank.
2. Fitur non finansial yang dilengkapi informasi produk dan layanan untuk mempermudah pengguna mengetahui berbagai produk perbankan Muamalat, lokasi ATM dan kantor cabang, serta konten Islami (kalkulator zakat, arah kiblat dan jadwal shalat).

⁵Dikutip dari situs resmi Bank Muamalat, <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat-online> pada tanggal 8 Agustus jam 12:44.

3. Fitur menarik lainnya tampilan lebih fresh, login dengan sidik jari, lebih mudah dan aman *single portofolio view* dan *smart transfer* (pilihan menyimpan nomor rekening yang sering jadi tujuan transfer).

Adapun fitur yang ada di Muamalat DIN bisa dilihat pada Tabel 1.1 dibawah ini:⁶

Fitur	Keterangan
1. Transfer	Antar Bank Muamalat, antar Bank lain, SKN, dan RTGS.
2. Pembayaran dan top up	<ul style="list-style-type: none"> - PLN (Pasca Bayar, Token dan Non Tagihan) - Telkom (Telkom Pay dan Internet Telkom) - Ponsel pascabayar - Pulsa ponsel - Paket data - Uang elektronik - Tv berlangganan - Tiket - Zakat - Virtual account - DPLK syariah Muamalat
3. Pembukaan rekening online	<ul style="list-style-type: none"> - Tabungan - Deposito

Sumber : [Http://bankMuamalat.co.id](http://bankMuamalat.co.id).

Tujuan dirilisnya aplikasi terbaru ini yaitu untuk meningkatkan kemudahan pelayanan dan kepuasan nasabah sebagai mitra Bank Muamalat sendiri. Dari data yang peneliti dapatkan yang dilansir dari *republika.co.id* dari jumlah nasabah yang ditargetkan yakni 180.000 dan total target transaksinya 26 juta kali pada akhir tahun ini, namun hingga saat ini jumlah pengguna aplikasi Muamalat DIN baru mencapai 100.000 pengguna dari

⁶Dikutip dari situs <http://bankmuamalat.co.id>. Diakses pada tanggal 8 agustus 2020 jam 13:27

seluruh nasabah Bank Muamalat Indonesia. sedangkan pada aplikasi yang lama penggunaannya mencapai 500.000, yang mana seharusnya dengan adanya upgrade digital *banking* mampu menarik dan minat nasabah yang lebih banyak lagi untuk menggunakannya.⁷

Pada bank mana saja tentu ada langkah-langkah atau strategi yang digunakan untuk mengenalkan atau mensosialisasikan setiap program baru pada nasabah dalam rangka memudahkan mereka. Maka dalam hal ini peranan seorang *frontliner* sangat menentukan. *Frontliners* adalah petugas atau staff bank yang berada diposisi garis depan dalam melayani kebutuhan nasabah. *Frontliners* bank terdiri dari *teller*, customer service, satpam, dan supervisor layanan. Tugas *frontliners* yakni memberi informasi dengan jelas kepada setiap pelanggan dan ikut serta memasarkan jenis produk jasa yang ditawarkan oleh perbankan. Maka dari itu untuk mengoptimalkan penggunaan aplikasi Muamalat DIN tersebut *frontliners* memiliki peran utama dalam segi pelayanan untuk dituntut mampu melaksanakan apa yang menjadi target perusahaan.

Bank Muamalat KC Palangka Raya juga salah satu kantor cabang yang ikut serta dalam mengoptimalkan jumlah nasabah untuk menggunakan *mobile banking* Muamalat DIN. pada saat diluncurkannya *mobile banking* Muamalat DIN pihak PT Bank Muamalat Indonesia menggaungkan untuk mempromosikan aplikasi baru yang dirilis khususnya pada kantor cabang masing-masing di seluruh provinsi untuk mencapai 180.000 nasabah dan 26

⁷Tri Nurbaiti, *Dampak Layanan Jasa Mobile banking Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam)*, Skripsi Sarjana Metro : IAIN Metro 2020. h. 3.

juta transaksi. Pada saat observasi di Bank Muamalat KC Palangka Raya peneliti menanyakan langsung ke nasabah yang datang ke bank dan dari data yang didapat peneliti bahwa ada nasabah yang masih tidak mengetahui akan Muamalat DIN.⁸

Berdasarkan Pada data dan fakta diatas, maka peneliti melakukam penelitian tentang “**Strategi *Frontliner* dalam Mengoptimalkan Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) Pada Bank Muamalat KC Palangka Raya**”

B. Batasan Masalah

Memberikan batasan masalah merupakan suatu tujuan agar fokus penelitian lebih terarah dan tidak terlalu luas, perihal *frontliner* dalam perbankan ada terdapat 3 posisi yang bisa dikatakan bagian *frontliner* yakni CS, *Teller*, dan *Security*. Namun dalam penelitian ini peneliti membatasi masalah *Frontliner* yakni hanya terfokus pada *Costumer Service* hal ini dikarenakan hanya bagian inilah yang lebih mendalami tentang pelayanan nasabah..

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi *frontliners* dalam mengoptimalkan Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) pada Bank Muamalat KC Palangka Raya ?
2. Apa saja kendala dan kemudahan yang dirasakan nasabah menggunakan Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) ?

⁸Hasil Observasi pada tanggal 24 agustus 2020.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi yang digunakan untuk mengoptimalkan *Digital Islamic Network*.
2. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi kendala atau tantangan dan keuntungan jika nasabah menggunakan *Digital Islamic Network*.

E. Manfaat Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian adalah sebagai berikut

1. Manfaat teoritis
 - a. Untuk menambah dan memperluas wawasan peneliti dan mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam khususnya Perbankan Syariah serta mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya dalam bidang Ekonomi Islam.
 - b. Dalam hal kepentingan ilmiah, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi ilmu pengetahuan intelektual di bidang Perbankan Syariah.
2. Manfaat praktis
 - a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi program S1 di perguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
 - b. Sebagai bahan bacaan dan juga sumbangan pemikiran untuk memperkaya khazanah literatur perbankan syariah bagi kepustakaan Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

- c. Sebagai bahan masukan terhadap perusahaan agar lebih mengetahui sisi positif negatif dari *mobile banking* Muamalat DIN tersebut.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dicantumkan untuk tujuan sebagai penguat dalam skripsi, agar tidak terjadi plagiat dan kesamaan, hal itu dikarenakan peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan judul peneliti. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti temukan yaitu sebagai berikut:

1. Sela Widya Sari 2019 dengan judul **Strategi Pelayanan Prima dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah *Financing* di PT BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu** skripsi dengan rumusan masalah mengenai strategi pelayanan prima dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah *financing* di PT BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan hasilnya untuk meningkatkan jumlah nasabah *financing* yaitu dengan menggunakan strategi pelayanan prima berupa mengidentifikasi determinan utama pelayanan prima, menumbuh kembangkan budaya kualitas, menindaklanjuti pelayanan, mengembangkan sistem informasi layanan, ketulusan, kesetiaan, dan jempot bola. Adapun manfaatnya Bank dapat menerapkan strategi baru meningkatkan kinerja karyawan dan untuk masyarakat diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan masyarakat strategi pelayan yang baik dan optimal⁹ sedangkan

⁹ Sela Widya Sari, *Strategi Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Financing di PT BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu*, Skripsi Sarjana, Semarang: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019.

relevansinya dengan penelitian peneliti yakni membahas pada strategi yang digunakan pada perbankan.

2. Elma Zakiati 2019 dengan judul **Strategi Pelayanan Prima oleh Frontliner untuk Membangun Loyalitas Nasabah di BRI Syariah KC Purwokerto** skripsi dengan rumusan masalah mengenai strategi pelayanan prima oleh *frontliner* untuk membangun loyalitas nasabah di BRI Syariah KC Purwokerto. Metode yang digunakan yakni metode kualitatif dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh *frontliner* BRI Syariah KC Purwokerto sangat beragam. Antara lain *cross selling* dan *up selling* untuk menjual produk yang terdapat di BRI Syariah KC Purwokerto. Program loyalitas dengan memberikan *souvenir* kepada nasabah yang menabung dan mendepositokan dananya dengan jumlah yang banyak, dan *role play* yang digunakan untuk mencari tahu kekurangan dan cara mengembangkan kemampuan yang terdapat pada *frontliner*.¹⁰ Manfaatnya bagi Bank untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan serta dapat mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh signifikan dalam membentuk manajemen pelayanan prima yang baik. Sedangkan relevansinya dengan penelitian peneliti yang diteliti adalah langkah-langkah atau strategi *frontliner*.
3. Betria Rahayu Mudiyani 2017 dengan judul **Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Frontliner Pada PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Kantor Cabang Purwokerto** skripsi sarjana

¹⁰Elma Zakiati, *Strategi Pelayanan Prima Oleh Frontliner Untuk Membangun Loyalitas Nasabah di BRI Syariah KC Purwokerto*, Skripsi Sarjana, Semarang: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019.

dengan rumusan masalah bagaimana strategi yang diterapkan oleh BRI Syariah KC Purwokerto untuk meningkatkan kualitas pelayanan *frontliner*. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif yang hasil penelitiannya, yaitu dengan mengadakan pelatihan berupa *role play*, mengadakan *test online* berupa *test product knowledge*, dan *sharing* perdivisi bagian operasional setiap minggu sekali pada hari rabu, dan mereka menerapkan lima dimensi dalam meningkatkan kualitas pelayanan di BRI Syariah Kantor Cabang Purwokerto, diantaranya dimensi yang dapat terlihat (*tangible*), dimensi jaminan (*assurance*), dimensi keandalan (*reliability*), dimensi cepat tanggap (*responsiveness*), dan dimensi empati (*empathy*). Manfaatnya bagi bank sebagai bahan masukan dalam mengambil langkah-langkah perbaikan agar mengalami kemajuan pada masa yang akan datang dan sebagai bahan pertimbangan bagi bank untuk meningkatkan kualitas pelayanan *frontliner* dalam usahanya sedangkan bagi masyarakat Sebagai referensi atau bacaan sehingga masyarakat dapat memperoleh wawasan pengetahuan yang lebih tentang perbankan¹¹ Adapun relevansinya dengan penelitian peneliti hampir sama dengan dengan sebelumnya yakni fokus pada strategi perbankan.

4. Siti Nurzanah 2019 dengan judul **Aplikasi Ceria Digital dalam Meningkatkan Pelayanan Prima Terhadap Anggota di KSPPS BMT Asyafiiyah Berkah Nasional Kota Gajah** skripsi dengan rumusan masalah mengenai aplikasi ceria digital dalam meningkatkan pelayanan

¹¹Betria Rahayu Mudiyani, "Strategi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan *Frontliner* pada PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Kantor Cabang Purwokerto", Skripsi Sarjana, Semarang: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2017

prima terhadap anggota di KSPPS (koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah) BMT Assafiiyah Berkah Nasional Kota Gajah. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif yang hasil penelitiannya BMT Assafiiyah Berkah Nasional Kota Gajah telah memberikan pelayanan ekstra dalam bentuk Aplikasi Ceria Digital. Kepuasan anggota terhadap Aplikasi Ceria Digital ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kualitas produk, faktor kualitas pelayanan dan faktor biaya. Pada segi kualitas produk Aplikasi Ceria Digital memberikan berbagai kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan melalui *handphone* yang sesuai dengan kebutuhan para anggota. Pada segi kualitas pelayanan Aplikasi Ceria Digital dapat memberikan pelayanan selama 24 jam. Pada segi biaya anggota hanya akan dikenakan biaya administrasi sebesar Rp. 1.000 perbulan dan manfaatnya Diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi praktisi-praktisi perbankan syariah dan masyarakat mengenai aplikasi ceria digital yang ada di KSPPS BMT Assafiiyah Berkah Nasional Kota Gajah.¹² Relevansinya dengan penelitian peneliti yakni objek yang diamati yaitu aplikasi digitalisasi pada lembaga keuangan.

Berdasarkan penelitian terdahulu perbedaan dan persamaan dengan penelitian peneliti dapat disimpulkan bahwa yang menjadi perbedaan yakni terletak pada aspek yang ingin diteliti. Dalam hal ini peneliti ingin meneliti strategi *frontliner* dalam mengoptimalkan penggunaan produk yang ada sedangkan penelitian terdahulu lebih terfokus pada pelayanannya. Adapun

¹²Siti Nurzanah, *Aplikasi Ceria Digital dalam Meningkatkan Pelayanan Prima Terhadap Anggota di KSPPS BMT Assafiiyah Berkah Nasional Kota Gajah*, Skripsi Sarjana, Semarang: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019.

relevansinya dengan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu adalah berfokus pada cara atau strategi dari pihak bank khususnya *frontliner* dalam upaya meningkatkan, memaksimalkan dan mengoptimalkan tugas dari seorang *frontliner*. Untuk mempermudah dalam melihat perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya maka dibuatlah Tabel 2.1 dibawah ini:



Tabel 2.1
Perbedaan penelitian

No	Nama Peneliti, Judul Penelitian, Tahun dan Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Sela Widya Sari, “Strategi Pelayanan Prima dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah <i>Financing</i> di PT BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu”, Lapangan	Membahas tentang strategi meningkatkan jumlah nasabah	Mengkaji tentang pelayanan prima untuk meningkatkan jumlah nasabah <i>financing</i> di PT BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu
2.	Elma Zakiati, “Strategi Pelayanan Prima Oleh <i>Frontliner</i> untuk Membangun Loyalitas Nasabah di BRI Syariah KC Purwokerto”, 2019, Lapangan	Membahas tentang strategi membangun loyalitas	Mengkaji tentang pelayanan prima oleh <i>frontliner</i> untuk membangun loyalitas nasabah di BRI KC Purwokerto
3.	Betria Rahayu Mudiyani, “Strategi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan <i>Frontliner</i> pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Kantor Cabang Purwokerto”, 2014, Lapangan	Membahas tentang strategi kualitas pelayanan	Mengkaji tentang meningkatkan kualitas pelayanan <i>frontliner</i> pada PT BRI Syariah KC Purwokerto
4.	Siti Nurzanah, “Aplikasi Ceria Digital dalam Meningkatkan Pelayanan Prima Terhadap Anggota di KSPPS BMT Asyafiiyah Berkah Nasional Kota Gajah”, 2019, Lapangan	Membahas tentang Digital	Mengkaji tentang meningkatkan pelayanan kepada anggota KSPPS BMT Asyafiiyah Berkah Nasional Kota Gajah

Sumber: dibuat oleh peneliti

B. Teori Konseptual

1. Strategi

Strategi secara bahasa berasal dari kata *strategia* yang merupakan Bahasa Yunani yang berarti “*the art of general*”. Kalimat ini diartikan sebagai seni yang sering digunakan dalam peperangan agar kelompoknya dapat memenangkan pertempuran.¹³ Strategi merupakan suatu rencana atau *plan* yang mengintegrasikan tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan suatu organisasi yang mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang ingin dicapai menjadi satu kesatuan yang utuh. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan.¹⁴

Istilah strategi sudah sering digunakan oleh khalayak umum untuk mendeskripsikan berbagai makna seperti rencana, atau cara untuk mencapai yang diinginkan. Pada hakikatnya, strategi adalah perencanaan, manajemen, untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana strategi operasionalnya.¹⁵

Macam-macam strategi pada prinsipnya dapat dikelompokkan berdasarkan tiga bentuk strategi, yaitu: strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis (strategi pemasaran). untuk mengoptimalkan

¹³M. Suyanto, *Marketing Strategy*, Yogyakarta: Andi Offset, 2007, h. 106.

¹⁴Chatab, *Diagnostic Management*, Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta, 2007, h. 10.

¹⁵Onong Uchjana, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003, h. 32

layanan pastinya yang dilakukan oleh sebuah perusahaan adalah strategi bisnis.

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran memiliki tiga komponen yakni segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar.

a. *Segmenting/* Segmentasi Pasar

Menurut Kasmir, segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang bermacam-macam yang mungkin memerlukan produk sendiri. Bank dalam menjual produknya ke nasabah membagi pasar menjadi beberapa jenis sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan. Pembagian pasar ini akan memudahkan bank dalam menentukan nasabah yang menjadi sasarannya.¹⁶ Untuk melakukan segmentasi pasar ada beberapa variabel yang diperhatikan yang mana tujuannya adalah agar segmentasi yang dilakukan tetap sasaran. Berikut ini adalah variabel utama untuk melakukan segmentasi pasar konsumen menurut Philip Kotler, antara lain :

- 1) Segmentasi geografis, meliputi bangsa, provinsi, kabupaten kecamatan dan iklim.
- 2) Segmentasi demografis, meliputi umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, daur hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras dan kebangsaan.

¹⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media, 2004, h. 115.

- 3) Segmentasi psikografis, meliputi kelas sosial, gaya hidup, karakteristik kepribadian.
- 4) Segmentasi perilaku, meliputi pengetahuan, sikap, kegunaan, tanggap terhadap suatu produk.

Menurut M Nur Rianto Al Arif, secara garis besar ada tiga pendekatan dalam segmentasi pasar bank, yaitu:¹⁷

- 1) Pemasaran tanpa perbedaan

Pendekatan dimana tidak melakukan segmentasi atas satu jenis produk untuk semua kelompok konsumen, misalnya bank syariah menawarkan produk tabungan iB kepada semua segmen lapisan masyarakat. Dalam hal produk tabungan iB bank syariah tidak melakukan perbedaan apakah masyarakat yang ditawarkan adalah nasabah menengah bawah ataukah menengah keatas, semua nasabah ditawarkan produk tabungan.

- 2) Pemasaran dengan perbedaan

Perusahaan (bank) merancang dan memproduksi beberapa jenis prosedur untuk dipasarkan ke beberapa segmen. Misalnya Bank Muamalat memasarkan beberapa produk kepada berbagai kelompok konsumen/ nasabah:

- a) Tabungan
- b) Deposito
- c) Giro

¹⁷Al Arif, *Dasar-Dasar pemasaran perbankan syariah* Bandung: Alfabeta tahun 2012,,h , 88-90.

- d) Kartu
 - e) Gadai Syariah.
- 3) Pemasaran terkonsentrasi

Perusahaan (bank) mengkonsentrasikan pada satu atau dua macam produk yang dimiliki kemudian diikuti dengan pemasaran yang hanya dikonsentrasikan pada satu atau dua segmen saja. Namun pada dasarnya memilih segmentasi pasar haruslah memperhatikan hal-hal dibawah ini :¹⁸

- a) Dapat diukur (*measurable*) meliputi ukuran, daya beli, dan profil segmen dapat diukur.
- b) Besar (*suistanable*), segmen pasarnya cukup besar dan cukup memberi keuntungan apabila dilayani. Suatu segmen sebaiknya merupakan kelompok yang homogen yang cukup bernilai untuk dilayani program pemasaran yang diselesaikan.
- c) Dapat dijangkau (*acesible*), segmen harus dapat dijangkau dan dilayani secara efektif.
- d) Dapat dibedakan (*deffrentable*), segmen dapat dipisah-pisahkan secara konseptual dan memberikan tanggapan yang berbeda terhadap unsur-unsur dan program-program bauran pemasaran yang berlainan.

¹⁸ *Ibid*, h, 94.

e) Dapat diambil tindakan (*actionable*), program-program yang efektif dapat dirumuskan untuk menarik dan melayani segmen-segmen yang bersangkutan.

b. *Targeting*/ Target Pasar

Menurut M Nur Rianto Al Arif, *targeting* atau pasar sasaran adalah proses penyeleksian produk baik barang maupun jasa atau pelayanan terbaik sehingga benar-benar berada posisi yang terbaik guna mencapai keberhasilan perusahaan.¹⁹ Secara umum pengertian menetapkan pasar sasaran adalah mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan.²⁰

Setelah segmentasi pasar selesai dilakukan, maka terdapat beberapa segmen yang layak untuk digarap karena dianggap paling potensial. Perusahaan harus melihat apakah suatu segmen potensial memiliki yang secara umum menarik seperti ukuran, pertumbuhan, profitabilitas, skala ekonomi, resiko yang rendah dan lain-lain. Maka langkah selanjutnya adalah melakukan *targeting* (pasar sasaran).²¹

Langkah-langkah yang dilakukan dalam pasar sasaran meliputi :

¹⁹ Al Arif, *Dasar-Dasar*,h, 96..

²⁰ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2003, h. 50.

²¹ Al Arif, *Dasar-Dasar*,h, 95.

1) Evaluasi segmen pasar

- a) Ukuran dan pertumbuhan segmen seperti data tentang penjualan terakhir (dalam rupiah), proyeksi laju pertumbuhan dan margin laba dari setiap segmen yang dipilih adalah penjualan terakhir, proyeksi laju pertumbuhan dan margin laba dari setiap segmen.
- b) Struktural segmen yang menarik dilihat dari segi profitabilitas. Kurang menarik apabila terdapat pesaing yang kuat dan agresif. Perhatikan juga ancaman dari produk pengganti.
- c) Sasaran dan sumber daya perusahaan. Memperhatikan energi yang dimiliki perusahaan, yaitu ketersediaan sumber daya manusia termasuk keterampilan yang dimilikinya.²²

2) Pemilihan pasar sasaran

Memilih segmen yaitu menentukan satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan. Kemudian menentukan segmen mana dan berapa banyak yang dapat dilayani. Pemilihan segmen dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

Pertama, membagi pemasaran menjadi:

- a) Pemasaran serba sama yaitu melayani semua pasar dan tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan, mencari apa yang sama dalam kebutuhan konsumen. Biasanya untuk produk yang bersifat massal seperti tabungan untuk semua orang, baik usia

²² Kasmir dan Jakfar, *Studi*,h, 50.

pendapatan maupun wilayah. Keuntungannya adalah menghemat biaya.

- b) Pemasaran serbaneka yaitu merancang tawaran untuk semua pendapatan, tujuan atau kepribadian seperti beda desain untuk industri mobil. Untuk pasar ini memerlukan biaya tinggi.
- c) Pemasaran terpadu, khusus untuk sumber daya manusia yang terbatas.²³

Kedua, melakukan seleksi atau pemilihan pasar sasaran, setidaknya ada lima alternatif dalam memilih pasar sasaran. Oleh karenanya, setiap perusahaan perlu mempertimbangkan kelima alternatif ini ketika hendak melakukan pemilihan pasar.

Adapun kelima alternatif pemilihan pasar sasaran adalah:

- a) Konsentrasi pada pasar tunggal
- b) Spesialisasi efektif
- c) Spesialisasi pasar
- d) Spesialisasi produk
- e) Peliputan pasar secara menyeluruh

c. *Positioning/* Posisi Pasar

Sasaran penentuan posisi pasar adalah strategi untuk merebut posisi dihati konsumen, sehingga strategi ini menyangkut bagaimana

²³ Al Arif, *Dasar-Dasar*, h, 97-98.

membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan.²⁴

Menentukan posisi pasar yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang akan dimasuki, maka harus pula menentukan posisi mana yang ingin ditempati dalam segmen tersebut.²⁵

Positioning atau menentukan posisi pasar adalah suatu kegiatan merumuskan penempatan produk dalam persaingan dan menetapkan bauran pemasaran yang terinci. Penentuan posisi pasar bagi produk ataupun jasa suatu perusahaan sangat penting. Produk atau jasa diposisikan pada posisi yang diinginkan oleh nasabah, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Positioning mencakup perancangan penawaran dan citra perusahaan/ bank agar target pasar menganggap perlu posisi perusahaan/ bank diantara pesaing.

M. Presley, *positioning*/ posisi pasar adalah bagaimana sebuah produk dimata konsumen yang membedakannya dengan produk pesaing. Dalam hal ini mencakup *brand image* (citra merek), manfaat yang dijanjikan serta *competitive advantage* (keunggulan bersaing).

²⁴Dimas Hendika Wibowo, Zainal Arifin, Sunarti, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Bank Batik Di Jeng Solo)*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 29 No.1 Desember 2015, h.61.

²⁵ Kasmir dan Jakfar, *Studi*, 50.

Inilah kenapa konsumen memilih produk suatu perusahaan bukan produk pesaing.²⁶

Tujuan penetapan posisi pasar adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan ke dalam benak konsumen.²⁷

Ada tiga langkah dalam melaksanakan *positioning*, yaitu::

- 1) Mengenali keunggulan kompetitif yang mungkin memberikan nilai yang terbesar dengan cara mengadakan perbedaan, yaitu :
 - a) Diferensiasi produk
 - b) Diferensiasi jasa
 - c) Diferensiasi personal
 - d) Diferensiasi citra
- 2) Memilih keunggulan kompetitif yang tepat, kuat dan menonjol.
 - a) Berapa banyak perbedaan dipromosikan
 - b) Perbedaan mana yang dipromosikan
- 3) Menyampaikan keunggulan itu secara efektif kepada target pasar.

Untuk menentukan *positioning* janganlah dilakukan secara sembarangan, akan tetapi perlu dilakukan strategi yang benar, sehingga posisi pasar yang diinginkan tepat pada sasarannya.

Strategi penentuan pasar terdiri dari :²⁸

²⁶ Al Arif, *Dasar-Dasar*,.....h, 101.

²⁷ Kasmir dan Jakfar, *Studi*,.....h, 51.

²⁸ Al Arif, *Dasar-Dasar*,h,102-103.

- a) Atas dasar atribut. Maksudnya, didasarkan pada penentuan atribut produk tertentu, misalnya tingkat bagi hasil yang kompetitif dengan bunga yang ditawarkan oleh bank.
 - b) Kesempatan penggunaan. Maksudnya, simpanan diposisikan sebagai kas atau tempat mengamankan uang atau tempat untuk melakukan investasi.
 - c) Menurut pengguna. Maksudnya, produk diposisikan berdasarkan penggunaan produk tersebut, misalnya tabungan haji yang di khususkan kepada nasabah yang memiliki niat untuk pergi haji.
 - d) Langsung menghadapi pesaing. Maksudnya, produk diposisikan sebagai sesuatu yang lebih dibandingkan pesaing, misalnya bank kami memiliki jaringan ATM terluas.
 - e) Kelas produk. Maksudnya, produk tersebut ditujukan kepada kelompok tertentu, misalnya kredit bagi UKM.
- d. *Marketing Mix/ Bauran Pemasaran*

Setelah memutuskan seluruh strategi pemasarannya, perusahaan siap untuk mulai merencanakan rincian bauran pemasaran, salah satu konsep utama dalam pemasaran modern.

Menurut Philip Kotler,²⁹ bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan oleh

²⁹Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jakarta: Erlangga, 2006, h.62.

product, price, promotion, place yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat variabel yang disebut “4P”: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*).³⁰

1) Produk (*Product*)

Menurut Mia Lasmi Wardiah, produk adalah sama halnya dengan perbankan konvensional, produk yang dihasilkan dalam perbankan syariah bukan berupa barang melainkan berupa jasa.

Keputusan-keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (*brand*), fitur yang ditawarkan di dalam produk tersebut, pembungkus, garansi, dan *service* sesudah penjualan. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dari keinginan pasarnya yang didapat salah satunya dengan riset pasar. Jika masalah ini telah diselesaikan, maka keputusan selanjutnya mengenai harga, distribusi, dan promosi dapat diambil.³¹

³⁰ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip*,h, 62.

³¹ Al Arif, *Dasar-Dasar*,.....h, 14-15.

2) Harga (*Price*)

Harga merupakan satu-satunya elemen pendapatan dalam *marketing mix*. Menentukan harga jual produk berupa jasa yang ditawarkan dalam perbankan syariah merupakan salah satu faktor terpenting untuk menarik minat nasabah.

Dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah harga bahan-bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya pemerintah dan faktor lainnya. Faktor yang tidak langsung namun erat kaitannya dengan penetapan harga adalah harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur dan konsumen.

3) Tempat (*Place*)

Bagi perbankan, pemilihan lokasi (tempat) sangat penting, dalam menentukan lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor cabang atau kantor ras termasuk peletakkan mesin ATM, bank harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju berikut sesuai dengan *core business* dari perusahaan.³²

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah dengan pertimbangan sebagai berikut :

³² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011 ,h ,203.

- a) Dekat dengan kawasan industri.
 - b) Dekat dengan lokasi perkantoran.
 - c) Dekat dengan lokasi pasar.
 - d) Dekat dengan pusat pemerintahan.
 - e) Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat.
 - f) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi.
 - g) Sarana dan prasarana (jalan, pelabuhan, listrik, dan lain-lain).
- 4) Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan di atas, baik produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru.³³

Ada 4 macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya, yaitu:

- a) Periklanan (*advertising*) merupakan bentuk promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan, gambar, atau kata-kata yang

³³ Kasmir dan Jakfar, *Studi*,h, 57-58.

tertuang dalam bentuk brosur, spanduk, baliho, koran, majalah, televisi, dan lain-lain.

- b) Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan.
- c) Publisitas (*publicity*) dorongan permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa atau ide dengan menggunakan berita komersial di dalam media massa dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung.
- d) Penjualan pribadi (*personal selling*) merupakan bentuk promosi dengan melakukan kegiatan penjualan langsung secara personal atau secara pribadi kepada konsumen.³⁴ Keterlibatan karyawan secara pribadi dalam *personal selling* ini dilakukan dalam rangka memperkuat citra perusahaan. Hal positif yang dinilai konsumen dengan adanya *personal selling* adalah bahwa produk dan perusahaan tidak perlu diragukan lagi, terbukti dari karyawan yang terlibat langsung dalam proses penjualan.³⁵

³⁴Arlina Nurbaity Lubis, *Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*, Medan: UIN Sumatera Utara, 2004 Digitez By USU Digital Library. h. 4-6

³⁵Ibid,h, 59.

3. Konsep Layanan

a. Pengertian layanan

Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang lain.³⁶ Sedangkan menurut istilah pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang maupun organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan dengan cara langsung melayani pelanggan atau tidak langsung yaitu dengan melalui mesin atau sarana teknologi informasi.³⁷

Tujuan dari pelayanan adalah untuk membantu memenuhi kepentingan informasi kepada orang lain atau umum, karena untuk memenuhi kebutuhan informasi tidak dapat dilakukan sendiri melainkan memerlukan bantuan berupa sarana pra sarana yang memadai dan sumber daya yang handal dibidangnya.

b. Fungsi layanan

Adapun fungsi dari adanya pelayanan antara lain:

- 1) Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan, sehingga dapat menghemat waktu.
- 2) Meningkatkan produktifitas, baik barang maupun jasa.
- 3) Mendapatkan kualitas produk yang lebih atau terjamin
- 4) Menimbulkan rasa kenyamanan bagi orang-orang yang berkepentingan

³⁶ Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 1999.

³⁷ Kashmir, *Etika Costumer Service*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005, Cet, Ke-1, hlm, 15.

- 5) Menimbulkan perasaan puas pada orang-orang yang berkepentingan sehingga dapat mengurangi sifat emosional mereka.³⁸

c. Prinsip layanan

Adapun prinsip-prinsip yang harus yang harus diperhatikan dalam bidang pelayanan adalah:

- 1) Merumuskan strategi pelayanan.

Strategi pelayanan dimulai dengan perumusan suatu tingkat keunggulan yang disajikan kepada pelanggan

- 2) Mengkomunikasikan kualitas kepada pelanggan.

Hal ini dapat membantu pelanggan agar tidak salah menafsirkan tingkat kepentingan yang akan diperolehnya.

- 3) Menetapkan standar kualitas dengan jelas.

Hal ini perlu diketahui agar setiap orang mengetahui secara jelas tingkat kualitas yang harus dicapai.

- 4) Menerapkan sistem pelayanan yang efektif

Menghadapi persaingan tidak cukup hanya dengan senyuman dan sikap yang ramah, tetapi perlu dari itu, yaitu suatu sistem yang terdiri dari metode dan prosedur untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara tepat.

- 5) Karyawan yang berorientasi pada kualitas pelayanan

- 6) Survey tentang kepuasan dan kebutuhan pelanggan.³⁹

³⁸ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002, h, 119.

³⁹ Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Relationship Strategy*, Jakarta: Gramedia, 2006, h. 20.

4. Frontliner

Pada umumnya organisasi bank terbagi atas dua bagian atau dua divisi yaitu; *Back Office* dan *Front Office*. *Back office* adalah bagian-bagian organisasi seperti pembukuan, audit, urusan sumber daya manusia (HRD) dimana para karyawannya tidak berhubungan langsung dengan bank. Sedangkan *Front Office* adalah bagian-bagian organisasi dimana karyawan secara langsung melayani nasabah. Setiap karyawan diberikan desentralisasi otoritas terhadap deskripsi pekerjaan. *Front office* di bank sendiri lebih dikenal dengan sebutan *frontliner*. Adapun *frontliner* yang ada di bank terdiri dari *Account Officer*, *Customer Service* dan *Teller*,⁴⁰

Frontliner adalah sebuah kategoeri dibidang pekerjaan di dalam suatu perusahaan yang biasanya bergerak dibidang jasa seperti perbankan. Secara umum tugas dari seorang *frontliner* adalah melayani nasabah secara langsung. Tugas seorang *frontliner* bank secara umum adalah memberikan informasi yang jelas dan lengkap kepada nasabah. Semakin banyak produk dan fitur yang disediakan oleh perbankan membuat *frontliner* harus memiliki kemampuan untuk memberikan layanan yang terbaik pada setiap produk dan fitur yang di inginkan nasabah oleh karena itu bagian *frontliner* dituntut untuk memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjual produk dengan kualitas pelayanan yang memuaskan.⁴¹

⁴⁰ Moh Khoirul Anam, Khoiriyah Safitri, *Peranan Pelatihan Frontliner bagi Peningkatan Kompetensi Teller di Bank Syariah*, Jurnal Emanasi, Jurnal Ilmu Keislaman dan Sosial, Vol 2, No. 1, April 2019, h. 3.

⁴¹ Archie Oathanantha, Mochammad Al Musadieg, Mochammad Djudi Mukzam, *Pengaruh Hasil Pelatihan Berbasis Kompetensi Terhadap Kinerja Studi Pada Karyawan Bagian*

Selain mampu selalu memberikan kesan yang terbaik pada pelanggan juga dituntut memiliki kemampuan informatif, berpenampilan menarik, mampu bekerja sama baik sendiri maupun *team work* dan memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dan jelas dalam dunia perbankan.

Adapun peranan petugas *frontliner* adalah sebagai berikut:

- a. *Costumer service* : petugas bank yang bertanggung jawab atas pelaksanaan fungsi pembukaan rekening, penutupan rekening, pencairan deposito, serta penyediaan informasi kepada nasabah.
- b. *Teller* : petugas bank yang bertanggung jawab dibagian kasir atau atas transaksi tunai maupun nontunai.
- c. *Security* : yakni petugas yang bertanggung jawab atas keamanan bank, selain itu juga security juga bisa membantu nasabah dalam penelitian slip serta penyedia informasi kepada nasabah.⁴²

1) *Customer Service*

Dalam ilmu manajemen *customer service* dapat dikatakan sebagai ilmu dan dapat juga dikatakan sebagai seni. Dikatakan sebagai ilmu karena *customer service* termasuk dalam bagian pemasaran dan lebih dekat kepada penjualan dan *customer service* dapat dipelajari, diajarkan dan dipraktikkan. Sedangkan *customer service* dikatakan sebagai seni dikarenakan *customer service* sangat membutuhkan unsur

Frontliner Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Area Tangerang Bintaro, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 51 No.2 Oktober 2017| h. 127

⁴²Tri Rahayu, Yanto, Indria, *Analisis Kualitas Pelayanan Frontliner Pada Nasabah PT Bank BNI Syariah KC Panorama Bengkulu*, Jurnal Professional FIS UNIVED Vol. 5 No. 1 Juni 2018, h. 51.

kreatifitas, inisiatif dan keterampilan dalam berhubungan atau berkomunikasi dengan orang lain. Jadi, *customer service* adalah ilmu dan seni tentang melayani pelanggan sebagai ujung tombak perusahaan yang berada digaris paling depan dan bertugas melayani pelanggan atau nasabah pada suatu perusahaan atau bank. Tugas dan fungsi bagian *customer service* adalah sebagai berikut:

sedangkan *Customer Service* berperan untuk melayani nasabah dalam pembukaan rekening pertama untuk melakukan penabungan di bank, melayani nasabah dengan ramah, senyum dan penuh kesabaran.

- a) Melayani pelanggan atau nasabah dengan ramah dalam memberikan informasi kepada nasabah tentang produk-produk, jasa dan persyaratan- persyaratan yang terkandung dari setiap jenis produk bank.
- b) Melaksanakan tahapan awal administrasi dalam pembukuan rekening.
- c) Memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan atau nasabah dalam pemberian informasi.
- d) Memberikan informasi produk-produk dan jasa bank kepada calon nasabah.⁴³

2) *Teller*

Sistem *teller* adalah suatu rangkaian kerja pelayanan kepada nasabah yang sebagian besar proses kerjanya diselesaikan sendiri oleh

⁴³ Vinny Ribka Bolang, James D.D Massie, Agus Supandi Soegoto, *Peran Pelayanan Teller Dan Costumer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado*, Jurnal EMBA Vol.3 No.3 Sept. 2015, h .1126-1139.

teller yang bersangkutan tanpa melalui prosedur kerja yang biasanya ditempuh dalam sistem kasir. *Teller* adalah karyawan bank yang bertanggung jawab terhadap lalu lintas uang tunai. *Teller* disebut juga kuasa kas terbatas karena dalam jumlah uang terbatas karyawan bank tersebut dapat bertindak secara langsung untuk melakukan transaksi.

Teller merupakan salah satu organ penting bagi sebuah bank. Merekalah yang memberi kesan langsung kepada masyarakat pada umumnya dan nasabah bank pada khususnya.⁴⁴

Dalam pelaksanaannya, sistem *teller* ditunjang oleh sistem manual dan sistem komputer yang menyebabkan pekerjaan *teller* semakin cepat karena beberapa informasi dapat disajikan oleh komputer, sehingga beberapa jenis pekerjaan dapat dilakukan dalam waktu singkat sebelum melakukan transaksi dengan nasabah. Berikut adalah tugas dan pekerjaan *teller*, yaitu :

- a) Membayar dan menerima uang tunai (kasir)
- b) Melayani setoran BPJS
- c) Pembukaan *overbooking* nomor rekening nasabah yang terblokir,
- d) Menerima setoran warkat bank sendiri dan warkat bank lain (petugas counter)
- e) Melayani pembayaran *oriflamme*
- f) Mencatat penerimaan dan pengeluaran tunai dan non tunai.⁴⁵

⁴⁴ Moh Khoirul Anam, Khoiriyah Safitri, *Peranan Pelatihan Frontliner bagi Peningkatan Kompetensi Teller di Bank Syariah*, Jurnal Emanasi, Jurnal Ilmu Keislaman dan Sosial, Vol 2, No. 1, April 2019, h. 1.

3) Satpam (Satuan Pengaman) atau *security*

Satpam yang merupakan dari satuan pengamanan adalah satuan kelompok petugas yang dibentuk oleh instansi proyek atau badan usaha untuk melakukan keamanan fisik (*physical security*) dalam rangka menyelenggarakan keamanan swakarsa di lingkungan kerjanya. Dalam pelaksanaan tugasnya anggota satpam berperan sebagai berikut, yaitu:

- a) Unsur pembantu pimpinan institusi/proyek badan usaha di bidang keamanan dan ketertiban lingkungan kerja
- b) Unsur pembantu Kepolisian Negara di bidang penegakan hukum dan waspada
- c) keamanan (*security minded*) di lingkungan kerjanya
- d) Mengatur parkir kendaraan nasabah yang baik
- e) Memandu nasabah kedalam bank
- f) Mengarahkan nasabah untuk mendapatkan informasi tentang produk/brosur/sliptransaksi/nomor antrian.⁴⁶

5. Digitalisasi

a) Pengertian Digital

Digitalisasi adalah trend masa kini yang sudah lama diperdebatkan sejak tahun 1980-an, pada masa itu komputer mulai diperkenalkan ke

⁴⁵ Vinny Ribka Bolang, James D.D Massie, Agus Supandi Soegoto, *Peran Pelayanan*,..... h .1126-1139.

⁴⁶Syahrul Anwar dan Rachmatullaily Kinerja Frontliner dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Bogor Dewi Sartika, *Jurnal Keuangan dan Perbankan* Vol 3, No 1, 2015, h. 4.

pasar konsumen, yang kemudian membuka saluran baru bagi konsumen akan tentang isu-isu terbaru. Digitalisasi dapat didefinisikan sebagai penggunaan teknologi digital untuk model bisnis baru dan memberikan peluang baru untuk menghasilkan *value*. Evolusi teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan globalisasi yang mampu mempersingkat jarak dan waktu untuk berkomunikasi melalui digital elektronik. Teori digital adalah sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat tradisional menjadi modern. Digital adalah sebuah cara atau metode yang kompleks namun fleksibel yang membuatnya menjadi sebuah kebutuhan dalam kehidupan manusia. Digitalisasi perbankan merupakan investasi jangka panjang, yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus membuka cabang baru, cabang pembantu dan kantor kas kecil. Ada dua cara yang dapat dilakukan. Pertama, digitalisasi layanan agar dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat, murah dan mudah ke nasabah, seperti membuka rekening digital. Kedua, mengintegrasikan kegiatan perbankan dengan kehidupan nasabah sehari-hari.⁴⁷

b) Digitalisasi perbankan syariah

Kehadiran dan praktek bank syariah khususnya di Indonesia hampir 3 dekade, akan tetapi perkembangan usahanya masih belum sebanding dengan lama waktu yang telah dilalui. Hal ini dikarenakan

⁴⁷Abdus Salam, *Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital Banking : Optimalisasi dan Tantangan*, Al-Amwal, Volume 10, No. 1 Tahun 2018, h. 71.

dalam prakteknya permasalahan yang sering dihadapi sektor perbankan syariah antara lain;

- 1) keterbatasan akses akan produk syariah
- 2) Masih belum optimalnya literasi keuangan syariah
- 3) keterbatasan SDM
- 4) Perlunya optimalisasi koordinasi dengan para pemangku kepentingan serta
- 5) Kebijakan keuangan yang selaras dan dapat saling mendukung perkembangan seluruh sektor keuangan syariah.

Transformasi digitalisasi layanan perbankan merupakan salah satu langkah bersaing untuk bisa bertahan. Hubungan intensitas sosialisasi yang tinggi oleh pihak perbankan dapat mempengaruhi masyarakat secara umum, fasilitas internet dan beragam media sosial dapat dimanfaatkan untuk kepentingan edukasi sosialisasi perbankan syariah. Di jaman yang semua serba digital ini media sudah beralih ke format *online* karena mudah diakses oleh siapa saja yang memerlukan informasi. Layana teknologi yang menjadi andalan perbankan adalah *online banking*. *Online banking* dapat menjadi nilai tambah bagi produk syariah.⁴⁸

c) Kelebihan *mobile banking*

- 1) Bagi nasabah

Pertama *Mobile banking* menawarkan beberapa jasa yang cukup menarik, keudan Layanan *mobile banking* selain dapat

⁴⁸Abdus Salam, *Inklusi Keuangan*.....h. 76.

menghemat biaya juga dapat menghemat waktu, ketiga Nasabah mengakses bank dan jasa-jasanya kapanpun dan dimanapun. Keempat Nasabah dapat mengetahui telah terjadi penarikan uang tanpa otorisasinya dan dapat memblokir kartu ATM.

2) Bagi Bank

Layanan *mobile banking* juga bisa menjadi strategi kompetitif pihak bank untuk memberikan *value added service* kepada nasabahnya dan biaya pengurusan nasabah pun dapat berkurang.

d) Kelemahan *Mobile Banking*

Kelemahan dari *m-banking* adalah ketergantungan terhadap ketersediaan jaringan seluler operator yang bersangkutan. Jika terjadi blankspot atau ketidakterediaan jaringan, maka layanan *m-banking* tidak bisa dilakukan. Kekurangan *mobile banking* biasanya terletak pada kecepatan data saat akan melakukan transaksi yang terbilang cukup lambat (*mobile banking* yang berbasis sms).⁴⁹

e) Kendala

kendala merupakan semua hal yang terjadi yang dapat menghambat kegiatan sehingga kerugian perusahaan. Menurut Blocher, dkk teori kendala merupakan teknik strategis yang digunakan untuk

⁴⁹ Syamsul Hadi Novi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol 5, No 1, 2015, h, 56.

membantu perusahaan dalam mengatasi CSF (*critical succes factors*) secara efektif dinilai sangat penting.⁵⁰

Otoritas jasa keuangan (OJK) mengatakan bahwa setidaknya ada 3 tantangan yang dihadapi perbankan di Indonesia dalam pelayanan digital banking yakni

- 1) Evaluasi uji coba layanan digital banking terkait dengan sistem informasi bank
- 2) ketersediaan jaringan
- 3) Edukasi serta perlindungan konsumen

Selain ketiga tantangan diatas, dalam praktek digital perbankan masih menghadapi berbagai hambatan yang membuat perkembangan digital ekonomi perbankan syariah terganggu, diantaranya seperti;

- 1) Infrastruktur jaringan yang kurang luas

Masih rendahnya minat masyarakat Indonesia yang melakukan kegiatan ekonomi digital, baru sekitar 35% masyarakat Indonesia yang melakukan transaksi digital keuangan. Kontribusi bisnis di sektor digital masih minim terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).

- 2) Tantangan para CEO bank untuk mengambil kepemimpinan dalam pengembangan dan pelaksanaan program perubahan menyeluruh yang secara bersamaan membahas budaya, sistem, dan kemampuan yang diperlukan.

⁵⁰Intan Purwatianingsih Sihadi¹, Sifrid S. Pangemanan², Hendrik Gamaliel, *Identifikasi Kendala dalam Proses Produksi dan Dampaknya Terhadap Biaya Produksi pada UD Risky*, Jurnal Riset Akuntansi Going Concern 13, april 2018, h. 602-609.

3) Bagian kemanan

Dengan semakin canggihnya teknologi keamanan seiring pula dengan makin canggihnya teknologi pencurian di ranah digital. Salah satu kejahatan yang paling sering terjadi yaitu pencurian identitas atau *phising*. *Phising* adalah pencurian data penting milik orang lain.

Untuk mengatasi berbagai persoalan diatas ada beberapa langkah yang dapat dilakukan oleh perbankan syariah sebagai usaha untuk mengembangkan digital banking tersebut.

Pertama yakni pengalaman konsumen, perusahaan-perusahaan digital harus memberikan kesan terbaik kepada konsumen dalam menggunakan jasanya. Kedua, *cyber security* yakni perbankan dengan bersama-sama dengan pemerintah harus bekerja sama dalam memberikan kemanan transaksi yang dilakukan. Ketiga menghubungkan *online* dengan *offline*. Keempat perusahaan juga harus menggunakan analisis berbasis data untuk menentukan kebutuhan, perilaku, dan keinginan konsumen. Kelima berbagai perusahaan dan pemerintah harus sudah mulai membangun DNA digital. Jadi pemerintah dan perusahaan harus mengeluarkan regulasi yang mendukung digitalisasi.⁵¹

f) Kemudahan atau keuntungan

Keuntungan dan manfaat yang dapat dirasakan dengan adanya *digital banking* adalah sebagai berikut:

⁵¹Abdus Salam, *Inklusi Keuangan*..... h. 76-77

- 1) Dapat bertransaksi kapan saja dan dimana saja
- 2) Sangat Efisien
- 3) Aman
- 4) Meningkatkan Mobilitas
- 5) Memperbesar Kesempatan
- 6) Mudah dan Praktis
- 7) Ramah Lingkungan⁵²

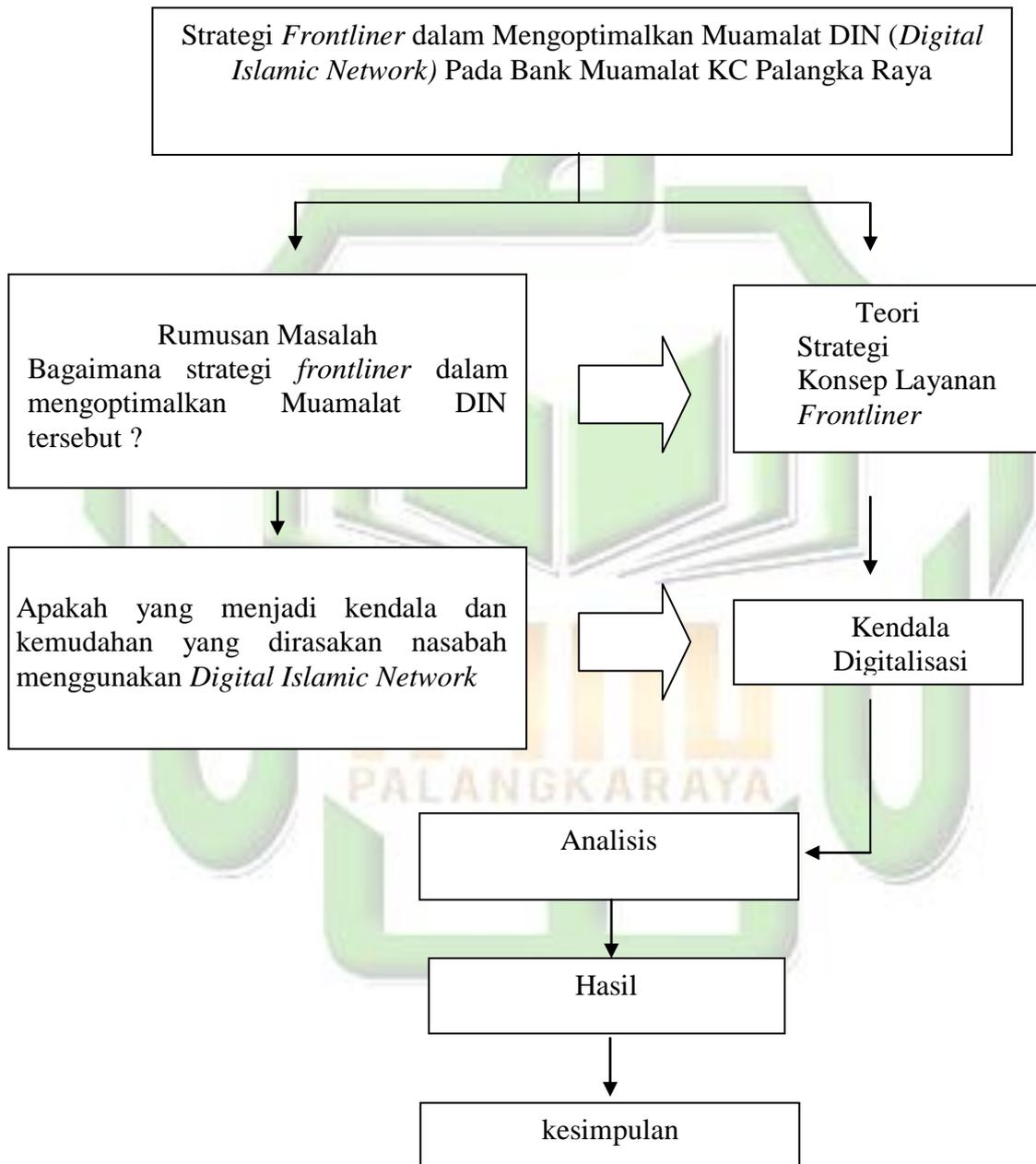
C. Kerangka berpikir

Perkembangan teknologi informasi kini telah mampu mempengaruhi kebijakan dan strategi dunia perbankan, yang mana selanjutnya lebih mendorong inovasi dan persaingan dibidang pelayanan terutama jasa layanan pembayaran. Inovasi jasa layanan perbankan yang berbasis teknologi tersebut telah berkembang mengikuti pola kebutuhan nasabah. Dalam hal ini bank Muamalat merilis aplikasi baru yang mana menggantikan aplikasi yang lama yang diharapkan lebih banyak lagi nasabah menggunakan aplikasi tersebut demi meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Tujuan dirilisnya aplikasi Muamalat DIN ini yakni untuk menambah peminat nasabah untuk lebih aktif dalam melakukan kegiatan transaksi namun dari data yang didapatkan peneliti jumlah nasabah yang menggunakan aplikasi yang terbaru ini lebih sedikit dari pada aplikasi yang lama yakni 500.000 berbanding 100.000. melihat akan adanya fenomena tersebut peneliti tertarik dengan

⁵² Syamsul Hadi Novi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol 5, No 1, 2015, h, 56.

adanya masalah tersebut. Untuk lebih jelasnya mengenai kerangka pikir di atas maka dapat dilihat pada Tabel dibawah ini;

BAGAN 2.1
KERANGKA PIKIR



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu

Waktu yang dibutuhkan peneliti dalam penelitian ini dilakukan selama dua bulan setelah peneliti mendapatkan persetujuan atau ijin penelitian dari Lembaga Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Yakni dari tanggal 27 agustus – 27 oktober 2020.

2. Tempat

Tempat penelitian ini dilaksanakan di Bank Muamalat KC Palangka Raya Jalan Diponegoro No 17, Kelurahan Langkai, Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya. Adapun alasannya hal ini dikarenakan Bank Muamalat merupakan bank yang murni syariah.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau *field research* dengan metode kualitatif. penelitian lapangan berarti suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan saat penelitian dilakukan. Sedangkan metode kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang menjadi narasumber yang

memberikan informasi.⁵³ Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁵⁴

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau melukiskan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya dilapangan.⁵⁵ Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya dilapangan pada saat penelitian dilakukan, tanpa maksud membuat tampilan kesimpulan berlaku umum atau generalisasi.⁵⁶ tujuan peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif yakni agar peneliti dapat mengetahui dan menggambarkan dengan jelas dan rinci tentang bagaimana Strategi *Frontliner* dalam mengoptimalkan Penggunaan *Digital Islamic Network*.

⁵³Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004, h. 26.

⁵⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015, h. 6

⁵⁵Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenada Media Group, 2009, h. 68.

⁵⁶Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, Depok: PT Raja Grafindo, 2017, h. 88.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek

Subjek penelitian adalah orang yang akan diamati sebagai sasaran penelitian. Dalam penelitian ini yang akan menjadi subjek penelitian adalah pegawai Bank Muamalat yang berada dibagian *Frontliner* yang telah lama dibidangnya dan pegawai lainnya yang mengetahui tentang Muamalat DIN. Sedangkan untuk pelengkap data dalam penelitian ini yang menjadi informan ialah nasabah Bank Muamalat.

Adapun teknik peneliti dalam menentukan Subjek dan Informan peneliti menggunakan teknik purposive sampling yaitu :

a. Subjek

- 1) Pegawai *frontliner* yang sudah 3 tahun bekerja tetap di Bank Muamalat
- 2) Mengetahui seluk beluk tentang mobil banking khususnya Muamalat DIN

b. Informan

Nasabah yang menabung di Bank Muamalat dan mengetahui tentang *Mobile banking* Muamalat DIN.

2. Objek

Objek merupakan titik perhatian dari suatu penelitian, titik perhatian berupa substansi, atau fenomena yang terjadi dilapangan. Maka dari itu yang akan menjadi objek penelitian kali ini adalah strategi *frontliner*

dalam mengoptimalkan penggunaan *mobile banking* Muamalat DIN di Bank Muamalat KC Palangka Raya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data primer dan sekunder peneliti menggunakan beberapa cara yakni sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.⁵⁷ Dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi (pengamatan) merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun kelapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan. Disini, peneliti melakukan pengumpulan data menanyakan langsung kepada nasabah yang datang dan melakukan transaksi di Bank Muamalat.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu instrumen yang sering digunakan untuk mengumpulkan data. Dalam metode ini peneliti lebih leluasa mengungkit data dan informasi dari narasumber yang telah ditetapkan sebelumnya. Maka dari itu peneliti akan mewawancarai narasumber terkait data yang diperlukan yakni menyangkut strategi mengoptimalkan penggunaan aplikasi Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*).

⁵⁷Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif.....*, h. 115.

Adapun pertanyaan secara garis besar dalam wawancara dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Bagaimana strategi *frontliner* dalam mengoptimalkan layanan jasa Muamalat DIN ?
 - b. Apakah DPLK Syariah Muamalat termasuk dalam fitur *Digital Islamic Network* ?
 - c. Apakah nasabah banyak yang tertarik menggunakan fitur tersebut ?
 - d. Bagaimana strategi dari pihak bank terutama *fortliner* agar nasabah lebih sering menggunakan layanan tersebut ?
 - e. Dalam bentuk hal apa saja pihak bank mensosialisasikan tentang Muamalat DIN
 - f. Apa saja yang menjadi kendala pihak bank dalam mensosialisasikan aplikasi Muamalat DIN
 - g. Apa saja kemudahan yang dirasakan nasabah menggunakan muamalat DIN ?
3. Dokumentasi

Dokumentasi juga merupakan teknik dalam mengumpulkan data yang sumbernya dari dokumen dan catatan-catatan tertulis serta mempelajari dengan seksama tentang hal yang berkaitan dengan penelitian yang diperlukan, adapun data yang berkaitan dengan data penelitian langsung berupa deskripsi atau gambaran umum lokasi penelitian atau sejarah bank Muamalat kantor cabang palangka raya, struktur, produk-produk pembiayaan ataupun jasa pelayanaanya.

E. Pengabsahan Data

Pengabsahan data dalam sebuah penelitian sangatlah diperlukan, yakni dengan adanya pengabsahan data maka menjamin bahwa semua hasil penelitian, pengamatan, observasi, wawancara dan dokumentasi memang benar dan sesuai realita yang terjadi ditempat penelitian. Peneliti menggunakan teknik triangulasi dalam pengabsahan data, yang dimaksud dengan triangulasi adalah teknik dalam memeriksa keabsahan data memanfaatkan sesuatu yang lain yakni diluar dari tersebut untuk keperluan pembandingan terhadap data itu.⁵⁸

Triangulasi sumber merupakan teknik yang peneliti gunakan dalam pengabsahan data ini. Triangulasi sumber adalah teknik pengumpulan data dan peneliti juga menggunakan teknik yang sama untuk mendapatkan data dari sumber yang lainnya.⁵⁹

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data merupakan mengurutkan atau mengorganisir data yang telah didapatkan kemudian dilakukan pengabsahan menjadi lebih sistematis sehingga ditemukan pola dan tema serta menghasilkan teori. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa analisis dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut :

⁵⁸Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005, h. 330.

⁵⁹Afifuddin Dan Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2012, h. 143.

1. *Data collection* (pengumpulan data) yaitu mengumpulkan data sumber sebanyak mungkin dari untuk dapat diproses menjadi bahasan dalam penelitian.
2. *Data reduction*, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan membuang data yang tidak perlu.
3. *Data display* (penyajian data) setelah data direduksi langkah selanjutnya mendisplaykan data. Untuk penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dengan berbagai bentuk seperti tabel, grafik, pie chart, pictogram, dan lainnya. Maka dari penyajian data tersebut data terorganisasikan.
4. *Conclusion drawing* (verifikasi) kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang dapat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.⁶⁰

G. Sistematika Penelitian

Sistematika pembahasan dari penelitian ini terbagi menjadi 3 bab, yaitu secara rinci sebagai berikut :

Bab I, Pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

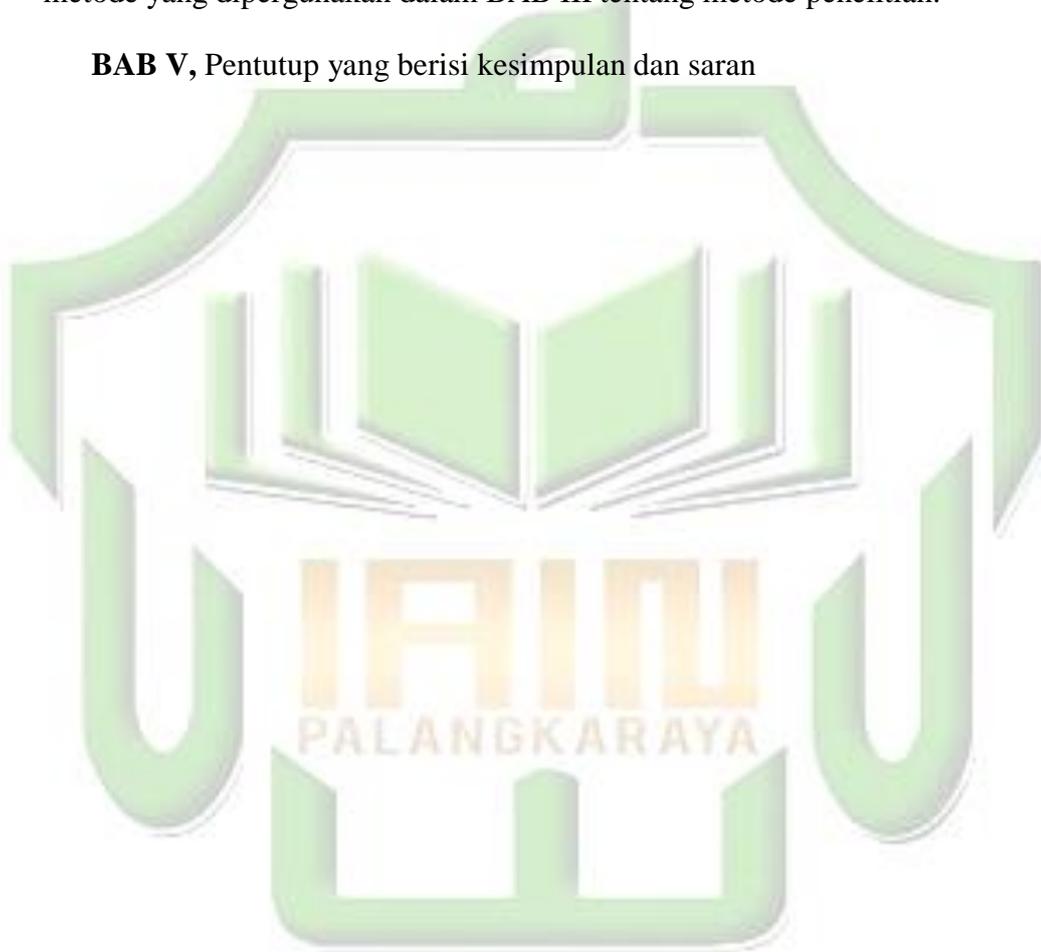
Bab II, Landasan teori yang berisi penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pikir dan daftar pertanyaan.

⁶⁰Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2016, h. 252.

Bab III, Metode penelitian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data dan teknik analisis data.

Bab IV, Penyajian dan analisis data. Bab ini berisi hasil pengolahan, data dan sejumlah informasi yang dihasilkan dari pengolahan data, sesuai dengan metode yang dipergunakan dalam BAB III tentang metode penelitian.

BAB V, Pentutup yang berisi kesimpulan dan saran



BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Bank Muamalat

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (Bank Muamalat Indonesia) memulai perjalanan bisnisnya sebagai bank syariah yang pertama kali di Indonesia yaitu pada tanggal 1 desember 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 syariah seperti Asuransi Syariah (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 *Shar-E* 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 syariah 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 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 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. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah. (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui dana pensiun lembaga keuangan, dan *Baitul Maal* Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS).

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*)⁶¹.

Kehadiran kantor cabang Bank Muamalat Palangka Raya didirikan pada tanggal 20 desember 2004 dan bertempat di Jalan Diponegoro No 17, Kelurahan Langkai, Kecamatan Pahandut yang dulunya merupakan gedung kantor pos. Namun, dilakukan renovasi sesuai standar perbankan sehingga menjadi kantor Bank Muamalat Indonesia cabang Palangka Raya dengan alamat website resmi di www.MuamalatBank.com, dan nomor telepon 05363227092/32277462.

⁶¹Dikutip dari situs resmi Bank Muamalat, <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> di unduh pada tanggal 26 agustus 2020 jam 10:17.

Khusus untuk pulau kalimantan, cabang Palangka Raya merupakan cabang ke-5 setelah Balikpapan, Samarinda, Banjarmasin, dan Pontianak. Tetapi, secara nasional merupakan cabang k3-37.

2. Visi dan Misi Bank Muamalat

Visi Misi Bank Muamalat Indonesia cabang Palangka Raya, yaitu :

a. Visi bank Muamalat Indonesia

“menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui ditingkat regional”

b. Misi Bank Muamalat Indonesia

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia Islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan⁶²

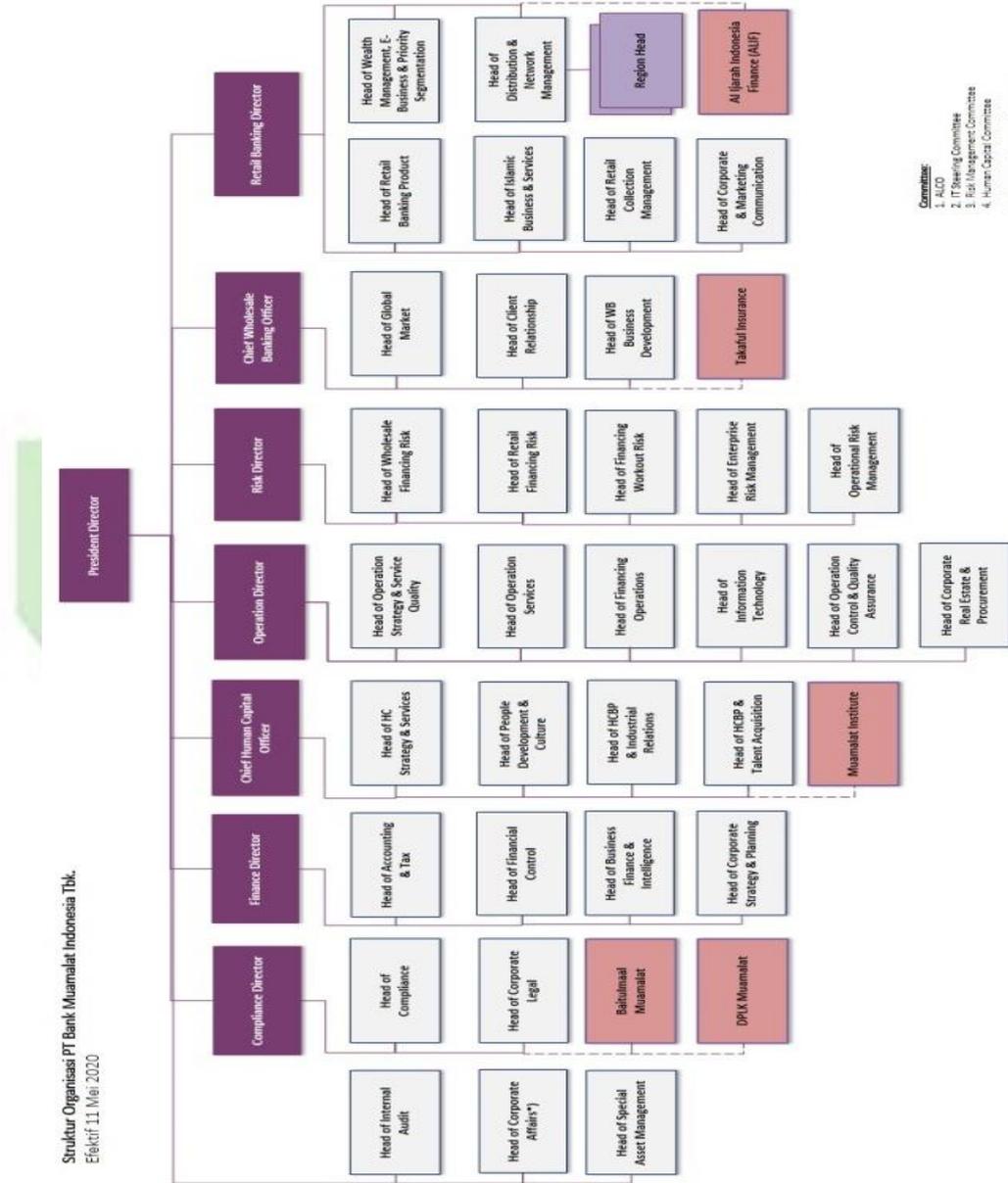
3. Struktur Organisasi

a. Struktur organisasi PT Bank Muamalat Indonesia pusat

Adapun struktur organisasi Bank Muamalat Indonesia adalah sebagai berikut :

⁶²Dikutip dari situs resmi Bank Muamalat, <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> di unduh pada tanggal 26 agustus 2020 jam 11:25.

Bagan 4.1
Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia



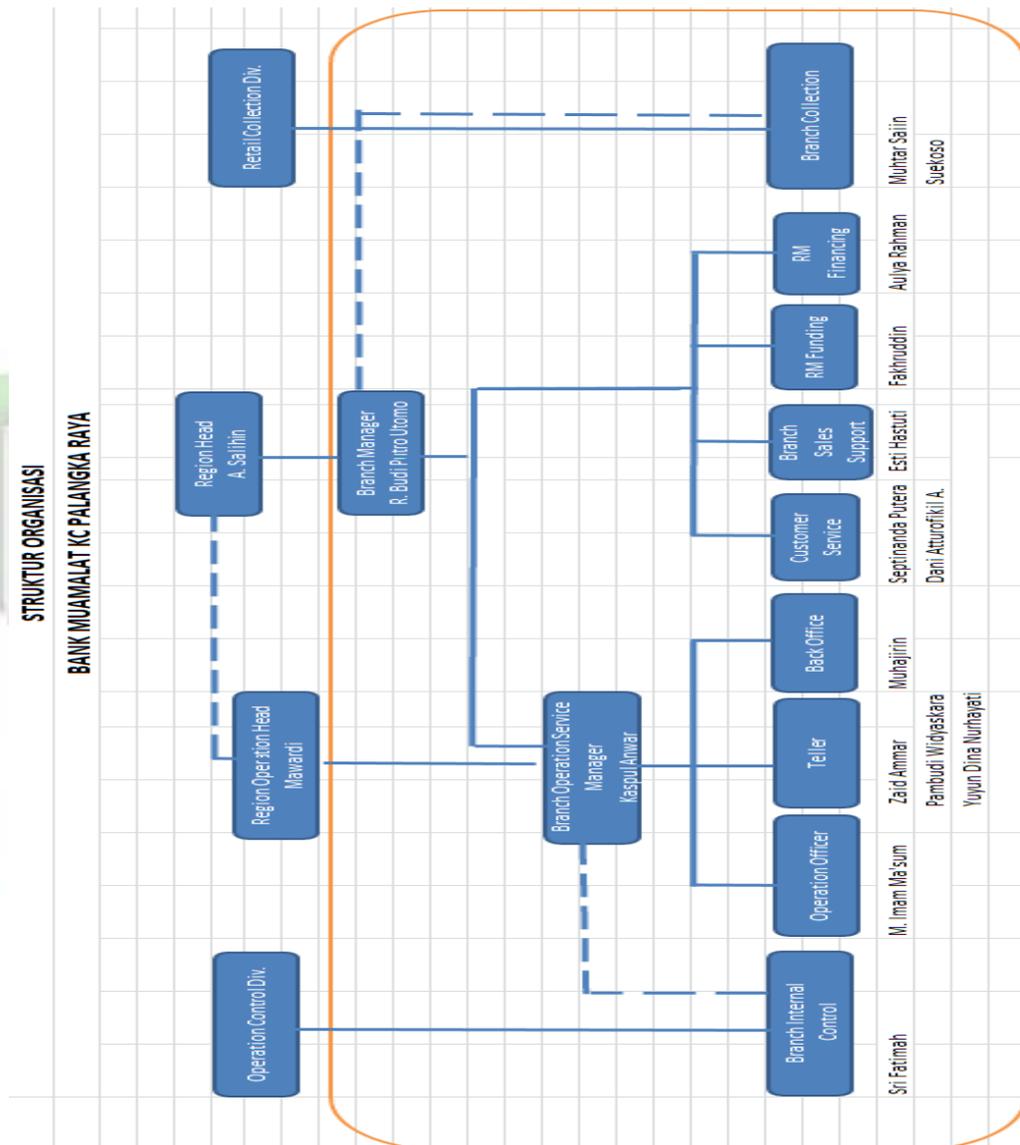
Sumber : [Http://Bankmuamalat.Co.Id](http://Bankmuamalat.Co.Id)

- b. Struktur organisasi PT Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Palangka Raya.

Adapun struktur organisasi Bank Muamalat KC Palangka Raya adalah sebagai berikut :

Region Head	:	A. Salihin
Region Operation Head	:	Mawardi
Branch Manager	:	R. Budi Putro Utomo
Branch Operation Service Manager	:	Kaspul Anwar
Branch Internal	:	Sri Fatimah
Operation Officer	:	M Imam Ma'sum
Teller	:	Pambudi Widyaskara Yuyun Dina Nurhayati Zaid Ammar
Back Office	:	Muhajirin
Costumer Service	:	Septinanda Putra Dani Atturofikil A
Branch Sales Support	:	Esti Hastuti
Rm Funding	:	Fakhrudin
Rm Financing	:	Aulya Rahman
Branch Colection	:	Muhtar Sain Suekoso

Bagan 4.2
Struktur Organisasi Bank Muamalat Kota Palangka Raya



Sumber : Kantor Bank Muamalat Palangka Raya

4. Produk-Produk Bank Muamalat Kota Palangka Raya

Untuk menarik minat masyarakat agar menggunakan produk, bank Muamalat KC Palangka Raya menawarkan berbagai macam bentuk, akad serta manfaatnya. Produk-produk tersebut antara lain:⁶³

a. Tabungan

1) Tabungan IB Hijrah Haji

Tabungan iB Hijrah Haji menawarkan solusi lengkap untuk perjalanan Ibadah Haji. Bank Muamalat adalah salah satu bank penerima setoran biaya penyelenggaraan Ibadah Haji (BPS-BPIH), yang terdaftar di SISKOHAT Kementerian Agama Republik Indonesia. Bank Muamalat juga berkomitmen memfasilitasi nasabah untuk berhijrah dan selalu menjadi baik.

2) Tabungan iB hijrah

Tabungan iB hijrah adalah tabungan yang nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi dan belanja dengan kartu shar-e debit yang berlogo visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi belanja *merchant* lokal dan luar negeri.

3) Tabungan iB hijrah valas

Tabungan syariah dalam denominasi valusa asing US dollar (USD) dan *singapore* dollar (SGD) yang ditujukan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam, khususnya yang melibatkan mata uang USD dan SGD.

⁶³Dikutip dari situs resmi Bank Muamalat, <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> di unduh pada tanggal 26 agustus 2020 jam 13:24

4) Tabunganku

Tabunganku adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan dengan prinsip titipan (*wadiah*)

5) Tabungan iB Hijrah Rencana

Rencana dan impian di masa depan memerlukan keputusan perencanaan pendidikan, pernikahan, perjalanan, ibadah/wisata, uang muka rumah/kendaraan, berkorban saat Idul Adha, perpanjangan STNK/pajak kendaraan, persiapan pensiun/hari tua, serta impian lainnya. Tabungan iB hijrah rencana adalah solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian masa depan dengan lebih baik sesuai prinsip syariah.

6) Tabungan iB Hijrah Prima

Tabungan iB Hijrah Prima adalah tabungan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus investasi dengan aman dan menguntungkan. Tabungan iB Muamalat prima dilengkapi dengan fasilitas Sher-E Debit Gold yang dapat digunakan di seluruh jaringan visa.

7) Tabungan Simpel

Tabungan Simpanan Pelajar (simpler) iB adalah tabungan untuk siswa dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.⁶⁴

⁶⁴Dikutip dari situs resmi bank muamalat www.bankmuamalat.co.id di unduh pada tanggal 27 agustus jam 16:57

b. Giro

1) Giro iBHijrah Attijary

Produk giro iB Hijrah Attijary berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Giro iB Hijrah Attijary juga merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis nasabah non-perorangan yang didukung oleh fasilitas *cash management*

2) Giro iB Hijrah Ultima

Giro iB Hijrah Ultima menggunakan akad *mudharabah*, dimana selain bisa melakukan transaksi setiap nasabah akan mendapatkan nisbah atau bagi hasil yang menguntungkan. Rekening giro ini dapat dibuka oleh siapa saja yang membutuhkan boleh secara perorangan maupun non-perorangan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus memberikan imbal hasil yang optimal.

c. Deposito

Deposito iB Hijrah, deposito iB Hijrah adalah Deposito syariah dalam mata uang rupiah dan US dollar dengan menggunakan akad *mudharabah* fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal.⁶⁵

⁶⁵ Dikutip dari situs resmi Bank Muamalat, <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> di unduh pada tanggal 27 agustus 2020 jam 09:23.

d. Pembiayaan

1) KPR iB Muamalat

KPR iB Muamalat merupakan produk pembiayaan yang akan membantu nasabah untuk memiliki rumah tinggal, rumah susun, apartemen dan condotel termasuk renovasi dan pembangunan serta pengalihan (*Take Over*) KPR dari bank lain dengan dua pilihan akad yaitu akad *murabahah* (jual beli) atau *musyarakah mutanaqisah* (kerjasama sewa).

2) Pembiayaan iB Muamalat Pensiun

Pembiayaan iB Muamalat Pensiun merupakan produk pembiayaan yang membantu untuk memenuhi kebutuhan di hari tua dengan sederet keuntungan dan memenuhi prinsip syariah yang menenangkan dengan dua pilihan yaitu akad *murabahah* (jual beli) atau *ijarah multijasa*.

3) Pembiayaan iB Muamalat Multiguna

Pembiayaan iB Muamalat Multi Guna merupakan produk pembiayaan yang membantu anda untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa konsumtif seperti bahan bangunan untuk renovasi rumah, kepemilikan sepeda motor, biaya pendidikan, biaya pernikahan dan perlengkapan rumah. Dua pilihan yaitu akad *murabahah* atau *ijarah multijasa*.⁶⁶

⁶⁶Dikutip dari situs resmi Bank Muamalat, <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> di unduh pada tanggal 27 agustus 2020 jam 08:43.

e. Investasi

Sukuk Ritel adalah produk investasi syariah yang ditawarkan oleh pemerintah kepada individu warga negara Indonesia sebagai instrument investasi yang mudah, aman terjangkau dan menguntungkan. Transaksi sukuk ritel saat ini dapat dilakukan melalui layanan internet banking Muamalat. Transaksi sukuk ritel yang dapat dilakukan melalui layanan internet banking Muamalat meliputi pendaftaran SID dan SRE, pemesanan dan pembayaran sukuk ritel.

f. Layanan

1) Kartu Shar-E Debit Reguler GPN

Kartu Shar-E Debit Reguler GPN adalah kartu ATM/Debit yang dapat digunakan untuk bertransaksi di dalam negeri.

2) Kartu Shar-E Debit Classic

Kartu Shar-E Debit Classic adalah kartu ATM/Debit yang digunakan untuk bertransaksi di dalam negeri dan luar negeri.

3) Kartu Shar-E Debit Gold

Kartu Shar-E Debit Gold adalah kartu debit yang dapat digunakan untuk bertransaksi di dalam dan luar negeri dengan limit yang lebih tinggi.

4) Kartu Shar-E Debit Ihram

Kartu Shar-E Debit Ihram adalah kartu ATM/Debit yang dapat digunakan untuk bertransaksi di dalam dan luar dengan program khusus untuk transaksi di Arab Saudi.

5) Kartu Shar-E Debit Prioritas

Kartu Shar-E Debit Prioritas adalah kartu ATM/Debit khusus nasabah prioritas yang dapat digunakan untuk bertransaksi di dalam dan luar.⁶⁷

B. Penyajian Data

1. Bagaimana Strategi *frontliner* dalam Mengoptimalkan Penggunaan *Digital Islamic Network* (Muamalat DIN) pada Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya

Untuk mengetahui dari hasil penelitian mengenai strategi *frontliner* dalam mengoptimalkan penggunaan *Digital Islamic Network* pada Bank Muamalat KC Palangka Raya, akan diuraikan dalam beberapa penyajian data dari hasil wawancara dengan narasumber. Untuk lebih jelasnya berikut uraian mengenai subjek penelitian dan keterangan yang di dapatkan peneliti.

Subjek 1

Nama : IM
 Jenis kelamin : laki-laki
 Jabatan : *Operation Officer*

Hasil wawancara dengan IM yang mana beliau merupakan *Branch Officer* di Bank Muamalat Kota Palangka Raya. Peneliti menanyakan bagaimana strataegi *frontliner* dalam mengoptimalkan layanan Muamalat DIN, kemudian subjek menjawab

⁶⁷Dikutip dari situs resmi Bank Muamalat, <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> di unduh pada tanggal 27 agustus 2020 jam 10:20

Untuk strategi memang kita dari pihak bank pada awal-awal peluncuran itu semua pegawai di suruh mengenalkan kepada semua nasabah yang datang ke kantor terus ditanya apa sudah menggunakan Muamalat DIN apa belum jika belum langsung diarahkan ke CS.

Subjek IM menjelaskan terkait bagaimana strategi *frontliner* untuk mengoptimalkan layanan Muamalat DIN pada saat pengenalan awal bahwa setiap nasabah yang datang akan selalu ditanyakan apakah sudah menggunakan Muamalat DIN apa belum. Sehingga dengan strategi begitu pihak bank dapat mengetahui nasabah mana yang sudah menggunakan dan yang mana belum menggunakan sehingga para pegawai baik itu *security* maupun *teller* langsung mengarahkan ke bagian CS untuk melakukan registrasi. Kemudian peneliti lanjut menanyakan apakah dana pensiun lembaga keuangan syariah muamalat termasuk salah satu fitur Muamalat DIN ?. kemudian subjek IM menjawab

Iya fitur DPLK syariah muamalat juga termasuk merupakan salah satu fitur yang ada di Muamalat DIN ini, kenapa dimasukkan ke aplikasi Muamalat DIN ? fungsinya untuk memudahkan nasabah intinya itu sih.

Subjek IM menjelaskan bahwa memang benar fitur DPLK Syariah Muamalat benar adanya dalam aplikasi Muamalat DIN ini. Beliau menjelaskan bahwa tujuannya yakni untuk mempermudah nasabah yang ingin melakukan investasi untuk masa depannya.

Kemudian peneliti lanjut menanyakan lagi apakah banyak nasabah menggunakan fitur tersebut ?. terus subjek IM menjawab

Untuk mengetahui data banyak atau tidaknya nasabah menggunakan fitur itu, Cuma bisa langsung dilihat di bank Muamalat pusat. Jadi semua terkait tentang nasabah sering

menggunakan yang mana kita tidak tahu karena datanya langsung diproses dipusat. Tapi dari data yang disampaikan oleh direktur utamanya bahwa DPLK mengalami penurunan peserta pengelola dana pensiun syariah dikarenakan PHK dan sudah memasuki pensiun.

Subjek IM menjelaskan bahwa untuk mengetahui jumlah nasabah yang aktif bertransaksi itu langsung diproses ke pusat sehingga apa yang sering digunakan atau yang lebih dominan ditransaksikan nasabah beliau menyatakan tidak mengetahui karena semuanya diproses di induk Bank Muamalat. Tapi beliau menjelaskan bahwa terjadi penurunan anggota dari DPLK Syariah Muamalat dikarenakan adanya PHK dan banyaknya anggota yang sudah memasuki pensiun.

Kemudian peneliti lanjut menanyakan lagi bagaimana strategi dari pihak *frontliner* bank agar nasabah lebih sering menggunakan DPLK syariah tersebut. Subjek IM menjawab

Membuat nasabah lebih sering menggunakan fitur tertentu memang susah tapi kami dari pihak bank terus berusaha untuk menjelaskan apa manfaat dan kemudahan yang akan didapatkan nasabah nantinya.

Subjek IM menjelaskan untuk menarik minat dari seorang nasabah tidak lah mudah karena itu merupakan kehendak dari nasabah sendiri jelas beliau, namun lanjut beliau kami dari pihak bank terus berusaha agar nasabah berminat dengan menjelaskan apa kemudahan yang didapatkan nantinya.

Peneliti menanyakan apakah *frontliner* Bank Muamalat KC Palangka Raya dalam mengoptimalkan penggunaan Muamalat DIN menerapkan strategi pemasaran. Kemudian subjek IM Menjawab :

awal-awal kemarin pada saat sosialisasi awal itu semua nasabah yang datang di sarankan mendatangi CS untuk melakukan pembaharuan aplikasi DIN kemudian kita sampaikan benefitnya misalnya ada beberapa fitur yang belum ada di *mobile banking* lama dan DIN ini sudah disempurnakan jadi kita sampaikan saat *briefing* pagi kepada CS security sama *teller*, misalkan nasabah di *teller* bapa atau ibu sudah menggunakan aplikasi DIN apa belum kalau belum disarankan ke CS nanti selanjutnya CS melanjutkan seperti apa prosesnya. Sama di securitypun juga waktu awal-awal ya waktu masih baru *launching* di security juga disampaikan seperti itu, itu kalau strategi di *frontliner* ya jadi kita sampaikan kepada nasabah yang baru datang seperti apa apa mereka sudah menggunakan aplikasi belum kalo belum disarankan ke CS dulu.⁶⁸

Subjek IM menjelaskan terkait strategi pemasaran untuk mengoptimalkan nasabah menggunakan Muamalat DIN bahwa pada saat diluncurkannya Muamalat DIN pihak bank sudah mengadakan sosialisasi kepada semua nasabah yang baru datang. Yakni dengan cara menyarankan nasabah untuk menemui *Costumer service* untuk melakukan pembaharuan. Kemudian subjek IM menjelaskan bahwa setelah nasabah ke bagian *Costumer service* baru di jelaskan apa yang membedakan fitur *mobile banking* yang lama dengan Muamalat DIN. Subjek IM juga menjelaskan bahwa pada saat *briefing* pagi juga disampaikan kepada *frontliner* untuk menanyakan kepada setiap nasabah apa sudah menggunakan Muamalat DIN ataupun belum. Jadi setelah nasabah ditanya jikalau belum maka diarahkan untuk menemui CS, subjek IM menjelaskan hal itu dilakukan baik itu *teller* maupun *security*.

Kemudian peneliti menanyakan apakah pihak *frontliner* menentukan segmentasi pasar dari Muamalat DIN. Lalu IM menjawab

⁶⁸Wawancara dengan subjek IM tanggal 29 agustus 2020.

Sebenarnya kalo masalah segmentasi nasabah gak ada, karena seperti yang saya jelaskan tadi semua nasabah yang datang tetap disarankan mendatangi CS untuk melakukan pembaharuan.

Subjek IM menjelaskan bahwa tidak ada segmentasi khusus kepada nasabah yakni semua nasabah yang menjadi segmentasi pemasaran dari aplikasi Muamalat DIN tidak ada nasabah khusus. Semua nasabah yang datang tetap disarankan melakukan pemberitahuan.

Kemudian peneliti lanjut menanyakan dalam bentuk apa saja pihak bank mensosialisasikan tentang aplikasi Muamalat DIN, lalu IM menjawab :

Kita ada beberapa *supliyer* apa itu namanya ?...brosur media media cetak kemudian beberapa tim marketing mereka mendatangi nasabah-nasabah potensial yang termasuk nasabah-nasabah utama ya itu mereka disampaikan juga supaya mereka melakukan upgrade perubahan dari *mobile banking* lama ke DIN karena ada beberapa penyempurnaan didalamnya hingga lebih mudah. Antaranya itu pakai media cetak dan e.... turun langsung ke *Costumer*.⁶⁹

Subjek IM menjelaskan terkait sosialisasi aplikasi Muamalat DIN guna mengoptimalkan penggunaannya pihak bank menggunakan beberapa bentuk dalam upaya mempromosikannya yakni dengan melalui media cetak, brosur, kemudian dan ada juga ditangani langsung oleh tim *marketing*. Subjek IM menjelaskan hal ini ditujukan kepada nasabah yang memiliki potensial melakukan transaksi besar, dan nasabah-nasabah utama dengan tujuan agar nasabah melakukan *upgrade* ke aplikasi baru yakni Muamalat DIN hal ini dikarenakan ada beberapa fitur baru yang telah disempurnakan dibandingkan *mobile banking* sebelumnya.

⁶⁹Wawancara dengan subjek IM tanggal 29 agustus 2020

Subjek 2

Nama : PT

Jenis kelamin : laki-laki

Jabatan : *Costumer service*

Hasil wawancara dengan PT yang merupakan *Costumer service* di Bank Muamalat kantor cabang Palangka Raya, peneliti menanyakan Bagaimana strategi *frontliner* dalam mengoptimalkan layanan jasa Muamalat DIN ?

Sebenarnya untuk mengoptimalkan layanan jasa Muamalat DIN tidak Cuma *frontliner* bro.. seperti yang sudah saya jelasin kemaren bahwa semua tokoh dari bank Muamalat itu semua sudah mengoptimalkan dari security, teller maupun pegawai lainnya. Caranya kita bisa di sales call yang bisa ngasih tau bahwa ada aplikasi baru.

Subjek PT menjelaskan bahwa pihak bank sudah melakukan pemberitahuan kepada nasabah yang bukan hanya terfokus pada *frontliner* namun juga semua pihak bank dilibatkan guna mengoptimalkan semua nasabah menggunakan aplikasi Muamalat DIN dengan cara ada yang langsung datang ke nasabah dan ada juga melalui *sales call*. kemudian peneliti lanjut menanyakan Apakah DPLK Syariah Muamalat termasuk dalam fitur *Digital Islamic Network*. Subjek PT menjawab

Iya benar bro...DPLK Syariah Muamalat salah satu produk investasi yang ada di Muamalat yang menggunakan berbagai instrumen investasi seperti sukuk, reksa dana, dan saham.

Subjek PT menjelaskan bahwa benar DPLK syariah muamalat merupakan salah satu fitur dalam aplikasi digital *islamic network* dan DPLK merupakan salah satu produk investasi yang menjajikan untuk di

masa pensiun, dan pastinya instrumennya yang sudah diawasi lembaga negara seperti sukuk, reksadana dan saham. Kemudian peneliti lanjut menanyakan Apakah nasabah banyak yang tertarik menggunakan fitur tersebut ? kemudian subjek PT menjawab

Banyak atau tidaknya kami dari cabang kurang mengetahui bro, soalnya hal ini termasuk data yang ada dipusat kami yang ada dibagian cabang hanya melaksanakan prosedur untuk lebih banyak nasabah menggunakan fitur yang ada dan juga termasuk DPLK ini.

Subjek PT menjelaskan terkait banyaknya nasabah yang tertarik dan aktif menggunakan fitur DPLK syariah tidak mengetahui karena data yang ada langsung diproses dipusat sehingga tidak melalui kantor cabang papar PT Mengenai transaksi yang ada di Muamalat DIN. Kemudian peneliti lanjut menanyakan bagaimana strategi dari pihak bank terutama *frontliner* agar nasabah tertarik menggunakan layanan tersebut ? PT menjawab

Untuk strategi supaya nasabah menggunakan fitur DPLK kami dari *frontliner* lebih kearah menjelaskan, dan memaparkan apa saja yang didapat jika nasabah menggunakan produk tersebut seperti sebagai jaminan yang berkesinambungan penghasilan di hari tua, dan bagi perusahaan memberikan penghasilan kepada karyawannya setelah berhenti dari bekerja gitu bro. Kemudian juga terkait keamanan aplikasi Muamalat DIN juga berbeda dengan mobile banking lainnya sistem muamalat DIN lebih memprioritaskan tingkat keamanan yakni dengan menggunakan ID password, alfanumerik, dan TIN. Kemudian untuk keamanan transaksinya seperti fitur DPLK yakni ada Menggunakan IP address dari device yang nasabah pakai sehingga dana yang ditransaksikan benar benar nasabah saja yang bisa membukanya.

Subjek PT menjelaskan terkait strategi yakni dengan menjelaskan apa saja kemudahan dan keuntungan yang didapatkan nasabah baik itu

perorangan maupun bagi perusahaan. Selain itu juga tingkat keamanan yang lebih juga diprioritaskan. Dijelaskan bahwa agar nasabah merasa aman melakukan transaksi dengan menggunakan aplikasi Muamalat DIN.

Kemudian peneliti menanyakan apakah *frontliner* bank Muamalat KC Palangka Raya dalam mengoptimalkan pengguna Muamalat DIN menerapkan strategi pemasaran. Kemudian PT menjawab :

kalo kiat atau strategi untuk...sebenarnya bukan Cuma *frontliner* maksudnya semua tokoh dari bank Muamalat itu udah mengoptimalkan untuk nasabah menggunakan aplikasi Muamalat DIN. Caranya kita bisa di *sales call*, jadi *sales call* konfirmasi ke nasabah bahwa sekarang udah ada aplikasi baru yang namanya Muamalat DIN bisa langsung di registrasikan atau registrasi sendiri juga bisa atau bisa langsung dibantu dicabang. Nah sebelum aplikasi ini berjalanpun di mesin ATM sama di internet banking kemudian di Muamalat *mobile banking* yang lama itu ada...apa kaya semacam pemberitahuan bahwa nanti ada aplikasi Muamalat DIN yang akan aktif gitu.⁷⁰

Subjek PT menjelaskan bahwa pihak bank sudah melakukan strategi pemasaran yang bukan hanya terfokus pada *frontliner* namun juga semua pihak bank dilibatkan guna mengoptimalkan semua nasabah menggunakan aplikasi Muamalat DIN. Subjek PT juga menjelaskan bahwa pihak Bank Muamalat ada yang namanya *Sales Call*. Jadi *sales call* yang akan menghubungi nasabah untuk pemberitahuan bahwa ada aplikasi baru. Kemudian selanjutnya Subjek PT menjelaskan bahwa untuk melakukan registrasi bisa dilakukan sendiri, melalui *Sales call* atau dengan langsung datang kantor cabang agar bisa masuk kedalam fitur DIN yang baru. Dan juga bahwa sebelum aplikasi DIN ini diluncurkan sudah ada

⁷⁰Wawancara dengan subjek PT tanggal 29 agustus 2020.

pemberitahuan di *Mobile banking* lama bahwa akan ada aplikasi baru yang nantinya menggantinya *mobile banking*.

Kemudian peneliti menanyakan apakah pihak *frontliner* menentukan segmentasi pasar dari Muamalat DIN Kemudian PT menjawab :

Tidak ada segmentasi, karena Muamalat DIN merupakan sebuah fitur layanan jadi semua nasabah yang mempunyai rekening atau tabungan bisa registrasi aplikasi ini, karena apa seseorang yang sudah membuka rekening tabungan akan ada buku tabungan, ATM, dan fitur *Mobile Banking*".

Subjek PT menerangkan bahwa dalam menentukan segmentasi tidak ada segmentasi nasabah, hal itu dikarenakan bahwa setiap Tabungan rekening nasabah wajib mendapatkan buku tabungan, ATM dan bisa mengaktifkan fitur Muamalat DIN

Kemudian lagi peneliti menanyakan dalam bentuk hal apa saja pihak bank mensosialisasikan aplikasi Muamalat DIN ini, lalu subjek PT menjawab :

Seperti yang sudah aku sebutin ada di ATM pemberituannya, di internet banking, terus ada di *mobile banking* yang lama sama dari kita juga itu ada *Sms Blast* ke nasabah, kemudian kalo kami di *frontliner* kita ada kadang telpon, kadang wa ke nasabah untuk pemberitahuan disamping nasabah sendiri yang datang kesini, nah biasanya kalo nasabah yang datang kesini kita langsung bantu proses untuk aktivasinya.⁷¹

Subjek PT menjelaskan bahwa terkait dalam bentuk apa saja pihak bank Muamalat KC Palangka Raya mensosialisasikan tentang DIN ini yakni seperti ada pemberitahuan di mesin ATM, di Internet Banking, di aplikasi lama *Mobile banking* dan juga melalui *sms blast*. Kemudian

⁷¹Wawancara dengan subjek PT tanggal 29 Agustus 2020

Subjek PT menjelaskan dari pihak bank Muamalat KC Palangka Raya khususnya *frontliner* juga memberitahukan Muamalat DIN ini dari telpon, *whatsapp*, ataupun nasabah yang langsung datang ke bank. Subjek PT juga menjelaskan bahwa jika nasabah yang langsung datang ke bank langsung disarankan untuk melakukan proses aktivasi langsung dengan bantuan *costumer service*.

Subjek 3

Nama : MD

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : *Costumer service*

Hasil wawancara dengan MD yang merupakan *Costumer service* di bank Muamalat kantor cabang Palangka Raya, peneliti menanyakan Bagaimana strategi *frontliner* dalam mengoptimalkan layanan jasa Muamalat DIN lalu MD menjawab

Mengoptimalkan agar nasabah menggunakan Muamalat DIN kita biasanya melalui pemberitahuan sales call sih, jadi bila ada sesuatu yang baru kita langsung menghubungi nasabah.

Subjek MD menjelaskan terkait strategi untuk mengoptimalkan layanan Muamalat DIN yang digunakan yakni pihak bank langsung memberitahukan ke nasabah bahwa ada pembaruan aplikasi yakni melalui *sales call*, dengan menghubungi langsung nasabah tutur MD. Kemudian peneliti lanjut menanyakan, apakah DPLK Syariah Muamalat termasuk dalam fitur *Digital Islamic Network*.. MD menjawab :

Benar DPLK adalah salah satu fitur yang ada di Muamalat DIN yang proses pendaftarannya bisa langsung datang ke bank dan juga bisa melalui Muamalat DIN.

Subjek MD membenarkan benar bahwa DPLK syariah Muamalat salah satu fitur yang terdapat pada aplikasi Muamalat DIN yang mana Produk DPLK ini proses pendaftarannya bisa secara langsung datang ke bank ataupun melalui aplikasi Muamalat DIN mobile banking terbaru Muamalat Jelas MD. Kemudian peneliti lanjut menanyakan apakah nasabah banyak yang tertarik menggunakan fitur tersebut. Lalu MD menjawab.

Biasanya nasabah kurang menanyakan tentang DPLK ini karena umumnya mereka di layanan mobile banking lebih sering transaksi transfer dan pembayaran beban.

MD menjelaskan tentang apakah banyak nasabah yang menggunakan Produk DPLK di fitur Muamalat DIN. Ia menjelaskan bahwa memang agak kurang nasabah yang menanyakan akan hal produk ini tentang apa bagaimana prosedurnya. Kemudian MD juga menjelaskan bahwasanya Nasabah lebih sering bertransaksi untuk melakukan pembayaran beban maupun transfer papir MD. Kemudian peneliti lanjut menanyakan Bagaimana strategi dari pihak bank terutama *fortliner* agar nasabah tertarik menggunakan layanan tersebut, Kemudian MD menjawab

Kita biasanya lebih sering menjelaskan itu sih jika ada nasabah yang datang ke kita, keuntungan yang didapatkan apa, kemudahannya apa, biasanya begitu agar nasabah tertarik.

MD menjelaskan bahwasanya strategi yang digunakan agar nasabah tertarik menggunakan produk itu yakni lebih sering

mengutamakan menjelaskan kepada nasabah atau bisa dikatakan yang utama dijelaskan kepada nasabah. Maka dari hal itu nasabah bisa tertarik, kemudian kata MD keuntungan dan kemudahannya juga dijelaskan agar nasabah semakin tertarik akan produk ini jelas MD.

Kemudian peneliti menanyakan apakah frontliner Bank Muamalat KC Palangka Raya dalam mengoptimalkan penggunaan muamalat DIN menerapkan strategi pemasaran, lalu subjek MD menjawab:

biasanya kita untuk memberitahukan sesuatu yang baru kita pakai *sales call* langsung menghubungi nasabah, jadi kita konfirmasi ini apakah nasabah udah menggunakan Muamalat DIN apa belum, kalau misalkan belum nanti biasanya kita kirim tata caranya seperti apa atau dia langsung datang ke bank.⁷²

Subjek MD menjelaskan terkait strategi pemasaran yang digunakan atau yang telah dilakukan oleh pihak Bank Muamalat kantor cabang Palangka Raya dalam mengoptimalkan nasabah menggunakan Muamalat DIN yakni pihak bank melakukan *sales call*, yakni dengan menghubungi langsung nasabah. Jadi setelah menghubungi nasabah pihak bank akan mengkonfirmasi kepada nasabah apakah sudah menggunakan Muamalat DIN ini atau belum, jika nasabah belum menggunakan aplikasi DIN maka pihak bank akan mengirimkan tata cara untuk registrasi masuk ke Muamalat DIN atau dengan langsung mendatangi kantor cabang.

Kemudian peneliti lanjut menanyakan apakah frontliner menentukan segmentasi pasar dari Muamalat DIN. Lalu MD menjawab :

⁷²Wawancara dengan subjek MD tanggal 29 agustus 2020

Tidak ada segmentasi nasabah, Jadi kalau misalkan nasabah langsung datang ke bank ke CS itu biasanya kita langsung jelaskan secara rinci tentang Muamalat DIN pada saat buka rekening⁷³

Kemudian subjek MD menjelaskan bahwa tidak ada segmentasi nasabah dari Aplikasi Muamalat DIN jadi setiap nasabah yang datang ke kantor cabang kemudian nasabah yang datang ke CS maka langsung dijelaskan secara rinci tentang layanan Muamalat DIN pada saat awal buka rekening.

Kemudian peneliti lagi menanyakan dalam hal bentuk apa saja pihak bank mensosialisasikan tentang aplikasi Muamalat DIN, lalu subjek MD menjawab :

Biasanya di...kan sebelum Muamalat DIN ada aplikasi yang lama yang *mobile banking* itu sudah ada pemberitahuannya disitu segera berhijrah ke Muamalat DIN ke aplikasi yang baru seperti itu.⁷⁴

Dari wawancara diatas bahwa MD menjelaskan dalam bentuk apa saja pihak bank Muamalat kantor cabang Palangka Raya mensosialisasikan aplikasi Muamalat DIN ini yakni pihak bank Muamalat kantor cabang Palangka Raya menjelaskan bahwa sebelum aplikasi baru Muamalat DIN diluncurkan sudah ada pemberitahuan di *mobile banking* lama yang mana bertuliskan segera berhijrah ke Muamalat DIN ke aplikasi yang baru jelas MD pada saat wawancara dengan peneliti.

Informan 1

Nama : SY

Jenis kelamin : laki-laki

⁷³Wawancara dengan subjek MD tanggal 29 agustus 2020

⁷⁴Wawancara dengan subjek MD tanggal 29 agustus 2020

Jabatan : Nasabah Bank Muamalat KC Palangka Raya

Hasil wawancara dengan SR yang mana beliau adalah nasabah dari bank Muamalat kota Palangka Raya, disini peneliti menanyakan apakah pihak bank Muamalat kantor cabang Palangka Raya khususnya *frontliner* pernah melakukan sosialisasi pada anda tentang Muamalat DIN.

Kemudian SY menjawab

Pernah, dan disarankan pihak bank Muamalat kantor cabang Palangka Raya, saat proses pembukaan rekening di bank Muamalat kota Palangka Raya untuk mempermudah saya dalam bertransaksi sesama bank Muamalat ataupun bank lainnya.⁷⁵

Nasabah SY menyatakan bahwa pihak bank Muamalat kantor cabang Palangka Raya pernah menyampaikan tentang Muamalat DIN yakni beliau menjelaskan yakni pada saat awal pembukaan rekening dan juga nasabah SR memberikan penjelasan beberapa kemudahan baginya sebagai nasabah yang menggunakan Muamalat DIN yaitu memudahkannya dalam bertransaksi yang paling biasa dilakukan nasabah yakni transfer dengan sesama bank maupun dengan bank lainnya pungkas dari nasabah SR

Kemudian peneliti lanjut menanyakan dalam bentuk apa pihak bank Muamalat kantor cabang Palangka Raya mensosialisasikannya kepada nasabah. Kemudian nasabah SY menjawab :

Dalam bentuk penjelasan, brosur, dan aplikasi HP fitur-fitur yang ada di *mobile banking*, dimana saya membuka tabungan/rekening di bank Muamalat.⁷⁶

⁷⁵Wawancara dengan nasabah SY tanggal 3 september 2020

⁷⁶Wawancara dengan nasabah SY tanggal 3 september 2020

Nasabah SY menjelaskan bahwa pihak bank Muamalat KC Palangka Raya mensosialisasikan dalam bentuk penjelasan langsung yakni pada saat nasabah membuka rekening dan juga di brosur-brosur dan juga nasabah SY menjelaskan bahwa di dalam *mobile banking* sebelumnya juga ada fitur-fitur yang menjelaskan tentang aplikasi Muamalat DIN

Informan 2

Nama : SR

Jenis kelamin : Perempuan

Jabatan : Nasabah Bank Muamalat KC Palangka Raya

Hasil wawancara dengan SR dengan nasabah yang merupakan nasabah bank Muamalat KC Palangka Raya, peneliti menanyakan apakah pihak bank pernah melakukan sosialisasi pada ibu tentang *Mobile banking*. Kemudian nasabah SR menjawab, “ohhh...pernah dilapangan iya kan aku bikinnya sebelum ada sampai ada sebelum ada internet banking.”⁷⁷

Nasabah SR menyatakan bahwa pihak bank Muamalat KC Palangka Raya pernah melakukan sosialisasi langsung dengan nasabah yakni pada saat nasabah melakukan setoran langsung disarankan untuk mengaktifkan Muamalat DIN.

Kemudian peneliti lanjut menanyakan kepada nasabah SR dalam bentuk apa pihak memberitahukan/ mensosialisasikannya, kemudian

⁷⁷Wawancara dengan nasabah SR tanggal 3 september 2020

nasabah SR menjawab “kalo tentang internetnya *Costumer servicenya* aja yang langsung ngasih tau”.⁷⁸

Nasabah SR menjelaskan bahwa dalam bentuk apa pihak bank memberitahukannya yakni langsung dari *costumer service* langsung yang memberitahukannya bahwa sekarang ada *mobile banking* baru yakni Muamalat DIN.

2. Apakah yang menjadi kendala dan kemudahan yang dirasakan nasabah menggunakan *Digital Islamic Network*.

Untuk mengetahui hasil penelitian yang telah peneliti lakukan wawancara dengan subjek terkait apakah yang menjadi kendala dan pendukung nasabah menggunakan *Digital Islamic Network*, akan diuraikan dalam penyajian data dari beberapa subjek yang bekerja di bank Muamalat KC Palangka Raya. Berikut hasil wawancara dengan beberapa subjek bank Muamalat kota Palangka Raya

Subjek 1

peneliti menanyakan apakah ketersediaan jaringan dan edukasi merupakan tantangan *frontliner* dalam meningkatkan penggunaan Muamalat DIN, Kemudian IM menjawab :

Tentang tantangan edukasi itu lebih banyak dinasabah-nasabah tua, nasabah tua ini mereka ada beberapa yang belum makai hp android misalnya, karena yang DIN ini lebih tinggi spesifikasi yang diperlukan kan, mereka belum mempunyai hp android yang masih hp tulalet nda bisa gitu, kemudian ada juga beberapa mereka itu gadgetnya sudah punya tapi make nya belum bisa ada juga terutama masalahnya di nasabah yang tua ya kalo nasabah yang dibawah 40 masih enak sih, masih open dan dia pasif pakai bisa

⁷⁸Wawancara dengan nasabah SY tanggal 3 september 2020.

menggunakan teknologi terbaru yang ada apa mereka bisa pakai juga tapi buat bapa-bapa ibu-ibu yang sudah agak sepuh itu agak susah.⁷⁹

Subjek IM menjelaskan terkait tantangan yang dihadapi oleh pihak bank Muamalat KC Palangka Raya dalam mengoptimalkan aplikasi Muamalat DIN yaitu beliau menyebutkan bahwa rata-rata yang usianya sudah menginjak lanjut usialah yang menjadi kendala. Subjek IM menjelaskan hal itu dikarenakan ada diantara mereka yang belum memiliki *smartphone* android. Jika kita perhatikan memang kalangan lansia tidak terlalu memperhatikan tentang hal ini. Subjek IM juga menjelaskan bahwa ada diantara mereka yang sudah mempunyai *smartphone* namun mereka tidak bisa mengoperasikannya. Kemudian subjek IM menjelaskan lagi tentang kendala dalam mengoptimalkan Muamalat DIN beliau mengatakan bahwa untuk nasabah yang masih berusia dibawah 40 tahun memang sangat mudah memahami tentang aplikasi ini namun mereka bingung terhadap fitur apa yang ingin mereka gunakan sehingga jarang digunakan atau bisa dikatakan pasif.

Kemudian peneliti lanjut menanyakan bagaimana dengan jaringan? Apakah jaringan menjadi kendala dalam mengoptimalkan nasabah menggunakan aplikasi ? kemudian subjek IM menjawab :

Kalau masalah jaringan hampir gak ada sih dikarenakan Bank Muamalat rata-rata bukanya di Palangka Raya, sampit, dan pangkalanbun kan rata-rata dikota kan jadi kendala masalah itu jikalau ada tapi masih kecil sih, mungkin ada nasabah yang jauh disamba misalnya sesekali aja kesini tapi kan jumlahnya sedikit⁸⁰.

⁷⁹Wawancara dengan subjek IM tanggal 29 agustus 2020

⁸⁰Wawancara dengan subjek IM tanggal 29 agustus 2020

Subjek IM menjelaskan bahwa terkait masalah jaringan hampir tidak ada. Beliau menerangkan bisa dikatakan bahwa hampir semua nasabah dari bank Muamalat kantor cabang Palangka Raya semuanya bertempat tinggal di wilayah perkotaan seperti di Palangka Raya, Sampit dan Pangkalanbun. Jadi bisa dikatakan untuk masalah kendala jaringan masih sangat kecil. kemudian subjek IM menjelaskan memang ada nasabah yang sangat jauh dari perkotaan seperti di Samba namun mereka hanya sesekali saja untuk datang ke kantor dan juga jumlahnya hanya sedikit.

Kemudian peneliti menanyakan lagi apa saja keuntungan atau kemudahan dari pihak bank khususnya *frontliner* apabila nasabah lebih aktif melakukan transaksi melalui aplikasi Muamalat DIN. kemudian IM menjawab :

Yang pasti sih kalo dari pihak bank sih pertama kalau nasabah kemudian aktif menggunakan DIN itu mengurangi volume transaksi di cabang pertama itu, kemudian yang kedua itu meningkatkan loyalitas nasabah karena dari hasil riset yang dilakukan secara internal nasabah yang aktif menggunakan *mobile banking* sebelumnya ya *mobile banking* dan hari ini DIN juga sama mereka yang aktif menggunakan ada kecenderungan bahwa mereka meningkatkan jumlah saldo di rekening karena kemudian strategi utama transaksi menyiapkan lebih banyak dana, itulah keuntungan dari kami. Jadi dana yang ngendap dan dana yang baru masuk lebih besar itu keuntungan dari kita bagi pihak perbankan.⁸¹

Subjek IM menjelaskan terkait apa saja yang menjadi keuntungan pihak bank jika nasabah lebih aktif menggunakan aplikasi Muamalat DIN memang sangat terasa jika nasabah lebih aktif yang pertama bisa kita lihat

⁸¹Wawancara dengan subjek IM tanggal 29 agustus 2020

mengurangi volume transaksi di kantor cabang. Hal ini dikarenakan keperluan nasabah sudah bisa dilakukan lewat yang namanya aplikasi DIN ini sehingga tidak perlu lagi datang ke kantor cabang untuk melakukan baik itu tagihan maupun hal lainnya. Selanjutnya yang kedua beliau menjelaskan bahwa dengan aktifnya nasabah menggunakan Muamalat DIN yakni dapat menambah loyalitas. Hal ini didapat dari riset yang dilakukan oleh pihak internal menyatakan bahwa nasabah yang aktif menggunakan *mobile banking* dapat menambah loyalitasnya terhadap bank. Kemudian IM juga menjelaskan tentang keuntungan lainnya dari keaktifan nasabah dalam menggunakan Muamlat DIN yakni nasabah lebih cenderung menambah saldo mereka sebagai modal atau dana untuk transaksi, jadi dana yang baru masuk ke dalam rekening lebih besar daripada dana yang mengendap itulah keuntungan kami dari pihak bank jelas subjek IM.

Subjek 2

Peneliti menanyakan apakah ketersediaan jaringan dan edukasi merupakan tantangan *frontliner* dalam meningkatkan penggunaan Muamalat DIN, kemudian subjek PT menjawab :

Kalo kendalanya gak ada sih kecuali sinyal, iya jadikan, pada saat register sinyal dari nasabah down yaudah gak bisa, kendalanya disinyal aja tapi kalo di aplikasi alhamdulillah gak ada.⁸²

Subjek PT menjelaskan untuk terkait kendala hampir hampir tidak ada hanya saja kemungkinan pada saat melakukan registrasi, yaitu

⁸²Wawancara dengan subjek PT tanggal 29 Agustus 2020

jaringan dari nasabah lagi down/bermasalah namun untuk dari aplikasinya sendiri alhamdulillah hampir tidak pernah ada terjadi kendala.

Kemudian peneliti menanyakan apa saja kemudahan yang didapatkan konsumen atau nasabah dalam menggunakan Muamalat DIN, lalu subjek PT menjawab:

Kemudahannya yang pasti sih kita bisa melakukan transaksi dari hp jadi transaksinya ini punya kelebihan dibandingkn kita melakukan transaksi melalui ATM, kenapa ku sebutkan punya kelebihan, karena aplikasi di Muamalat DIN itu bisa melakukan transfer menggunakan fitur SKN dan RTGS jadi itu fitur untuk transfer ke bank lain dalam limit lebih besar, karena transfer online itu kan istilahnya sesuai limit kartu kalo ke bank lain misalnya kartu yang GPN atau classic itu 10 juta, kalo yang gold itu 25 juta kalo pake *mobile banking* kalo misalnya ke bank lain SKN itu bisa sampai 99 juta sekian, kenapa ku sebutkan itu karena 100 juta itu pake fitur yang namanya RTGS itu bisa dilakukan di *mobile banking*.⁸³

Subjek PT menjelaskan terkait kemudahan jika nasabah aktif dalam menggunakan aplikasi DIN ini yakni yang pertama adalah nasabah hanya perlu membuka samrtphonnya saja untuk melakukan transaksksi dan juga dalam aplikasi DIN ini memiliki kelebihan dari pada melakukan transaksksi melauai ATM. Subjek PT menjelaskan karena keuntungan dari Muamalat DIN ini bisa melakukan transfer menggunakan fitur SKN dan RTGS. Transfer SKN dan RTGS ini merupakan transfer antar bank yang mana di Muamalat DIN ini mempunyai batas limit yang lebih besar kemudian beliau menjelaskan jika kita lihat transfer yang menggunakan ATM baik itu menggunakan GPN ataupun classic hanya mempunyai batas 10 juta rupiah perhari jenis GOLD mempunyai batas limit 25 juta rupiah

⁸³Wawancara dengan subjek PT tanggal 29 Agustus 2020

akan tetapi jikalau kita menggunakan aplikasi Muamalat DIN ini limit batas transfer sampai dengan 99 juta rupiah menggunakan Fitur SKN beliau juga menjelaskan kenapa tidak sampai 100 juta ? karena untuk 100 juta menggunakan Fitur RTGS Jelasnya.

Kemudian PT menambahkan penjelasan terkait keuntungan Muamalat DIN

Nah terus kemudian kalo keuntungan hampir sama sih bro keuntungannya sebenarnya kaya tadi kalo kemudahan itu istilahnya transaksinya bisa dilakukan di hp itu aja jadi intinya jika kita ingin transfer kita gak perlu ke bank mau isi pulsa gak perlu ke bank. Jadi disini di Muamalat DIN itu juga ada fitur baru yang gak ada di Muamalat banking yaitu buka rekening, jadi buka rekening bisa secara online. Jadi kalo misalnya mau buka rekening tabungan atau buka deposito itu udah bisa pake aplikasi Muamalat DIN habis itu tinggal ke bank ngambil buku sama kartu. Deposito juga sama bisa langsung buka di aplikasi.”⁸⁴

Imbuhnya lagi PT menjelaskan terkait keuntungan jika nasabah aktif dalam menggunakan Muamalat DIN yakni hampir sama dengan kemudahan yaitu nasabah tidak perlu datang ke kantor bank untuk melakukan transaksi jadi nasabah hanya perlu membuka aplikasi Muamalat DIN dan memilih fitur apa yang ia inginkan sehingga tak perlu membuang waktu untuk datang ke ATM ataupun ke kantor bank. Kemudian beliau menjelaskan lagi terkait keuntungan dari aplikasi DIN ini menyediakan fitur pembukaan rekening secara *online* baik itu rekening biasa maupun Deposito sehingga ke bank hanya untuk mengambil kartu rekening dan buku tabungan pungkasnya.

⁸⁴Wawancara dengan subjek PT tanggal 29 agustus 2020

Subjek 3

Peneliti menanyakan apakah ketersediaan jaringan dan edukasi merupakan tantangan frontliner dalam meningkatkan penggunaan Muamalat DIN ini, kemudian subjek MD menjawab:

Jikalau masalah jaringan kayanya gak ya soalnya rata-rata nasabah Muamalat tinggalnya dikota adapun kalo edukasi biasanya nasabah yang...mohon maaf nih sudah lansia, terus gaktek biasanya dia gak mau menggunakan *mobile banking* Muamalat DIN.⁸⁵

Subjek MD menjelaskan terkait jaringan bahwa tidak ada tantangan kalau masalah jaringan karena nasabah bank muamalat rata-rata bertempat tinggal diwilayah perkotaan adapun tantangan atau kendala untuk mensosialisasikan Muamalat DIN yakni hampir sama dengan dikatakan subjek yang lain yaitu dari para kalangan lansia hal itu dikarenakan masih kurangnya pengetahuan mereka tentang teknologi imbuhnya. Maka dari itu kalangan lansia sangat sulit untuk menggunakan *mobile banking* ini.

Selanjutnya peneliti menanyakan apa saja keuntungan atau kemudahan dari pihak bank khususnya *frontliner* apabila nasabah lebih aktif melakukan transaksi melalui aplikasi, lalu subjek MD menjawab :

Keuntungannya kalo misalkan kita masukkan kode..apa..kode referal kita dapat point seperti ada penilaian sendiri. Misalkan ke sini kam daftar mualamat DIN nanti pakai kode reveralku na itu masuk point keuntungan ku sebagai *frontliner* tapi untuk nasabah pasti dia akan mudah melakukan transaksi dengan tanpa harus datang kebank.⁸⁶

⁸⁵Wawancara dengan subjek MD tanggal 29 Agustus 2020

⁸⁶Wawancara dengan subjek MD tanggal 29 Agustus 2020

Subjek MD menjelaskan terkait keuntungan dari pihak *frontliner* yakni setiap CS itu mempunyai kode referal masing-masing nah maka dari itu jika nasabah yang baru melakukan registrasi dari aplikasi DIN ini maka kode referal yang dimasukkan oleh nasabah tadi akan menjadi poin atau nilai tersendiri bagi *costumer service* itu keuntungan dari pihak bank khususnya CS dan juga dari sisi nasabah yaitu tidak perlu datang ke kantor cabang untuk melakukan transaksi baik itu transfer maupun pembayaran tagihan jelasnya.

Responden 1

Nama : SR

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : Nasabah Bank Muamalat KC Palangka Raya

Hasil wawancara dengan SR seorang responden dari nasabah bank Muamalat kantor cabang Palangka Raya, peneliti menanyakan apa kemudahan yang ibu rasakan sebagai nasabah menggunakan Aplikasi Muamalat DIN. Kemudian responden menjawab : “lebih mudah untuk kontrol saldo dan disamping itu juga pengen update nanti orang tau kita gak tau paling gitu doang.”⁸⁷

Nasabah SR menjelaskan bahwa dengan menggunakan aplikasi Muamalat DIN yakni lebih mudah untuk mengetahui berapa sisa dari saldo rekening bank tanpa harus datang ke *teller* untuk minta di print out rekening. Kemudian peneliti menanyakan tentang kendala apa sehingga

⁸⁷Wawancara dengan responden SR tanggal 3 september 2020

ibu sebagai nasabah tidak aktif dalam menggunakan aplikasi Muamalat DIN, lalu nasabah SR menjawab:

Aku kan disini cuma pembiayaan KPR dan juga karena terlalu banyak akun rekening bank jadi saya menggunakan yang lain walaupun itu transaksi menggunakan akun rekening yang lain.⁸⁸

Nasabah SR menjelaskan bahwa yang menjadi kendala atau mengapa beliau tidak aktif menggunakan Muamalat DIN yaitu disamping Cuma sebagai nasabah KPR saja dan juga beliau menjelaskan dengan banyak akun bank lain juga menjadi alasan kenapa tidak aktif menggunakan Muamalat DIN.

Responden 2

Nama :ZD

Jenis Kelamin :Laki-Laki

Jabatan : Nasabah Bank Muamalat KCPalangka Raya

Peneliti menanyakan apa kemudahan anda rasakan sebagai nasabah menggunakan Muamalat DIN, kemudian responden ZD menjawab :

Lebih gampang mumalat DIN gak susah kita pindah-pindah dana lagi mudah juga interves nya gampang gak seperti yang lain-lain perlu apa satu hp da nomor yang sama disitu kalo mumalat DIN biarpun gak sama nomornya bisa, sangat mudah.⁸⁹

Nasabah ZD yang sebagai responden menerangkan apa saja keuntungan dia sebagai nasabah yang menggunakan aplikasi Muamalat DIN yaitu mereka merasa terbantu dengan adanya Muamalat DIN ini tentunya dalam hal memindah dana, responden ZD juga menerangkan persyaratan untuk menggunakan Muamalat DIN ini tidak terlalu sulit.

⁸⁸Wawancara dengan responden SR tanggal 3 september 2020

⁸⁹Wawancara dengan responden ZD tanggal 3 september 2020.

Kemudian ZD lagi menambahkan penjelasannya tentang kemudahannya :

Muamalat DIN itu sangat memudahkan kita dalam memindahkan dana baik pun diantara Muamalat maupun ke bank lain, ke bank lain Muamalat DIN ini bisa sampai 150 juta dengan HP saja jadi kita gak perlu buka internet banking apa segala macam tetapi kita dengan Muamalat DIN kita bisa memindahkan dana kita sampai 250 juta lebih via RTGS dengan menggunakan Muamalat DIN.⁹⁰

Responden ZD menjelaskan bahwa kemudahan yang dirasakan nasabah sangatlah besar dengan adanya aplikasi Muamalat DIN terutama dalam hal transfer dana baik itu sesama bank maupun dengan perbankan yang lain, dan juga jumlah limit yang besar juga memudahkan nasabah agar tidak perlu datang ke bank untuk melakukan transfer yang nilai nominalnya lebih tinggi karena di Muamalat DIN sudah dilengkapi dengan fitur SKN dan RTGS.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan apa saja kendala sebagai nasabah tidak menggunakan Muamalat DIN. Lalu Responden ZD menjawab :

Nasabah bisa menggunakan Muamalat Din jika nasabah menggunakan ATM, sedangkan nasabah yang tidak menggunakan ATM tidak bisa menggunakan aplikasi Muamalat DIN, dan juga nasabah yang tidak terlalu mahir dalam menggunakan Muamalat DIN⁹¹

Responden ZD menjelaskan yaitu karena tidak menggunakan via ATM, karena untuk mengaktifkan Muamalat DIN perlu adanya buku tabungan plus kartu ATM

⁹⁰Wawancara dengan responden ZD tanggal 3 september 2020

⁹¹Wawancara dengan responden ZD tanggal 3 september 2020

Responden 3

Nama : FK

Jenis kelamin : laki-laki

Jabatan : Nasabah

Hasil wawancara dengan nasabah FK yang sebagai responden disini peneliti menanyakan, apa yang menjadi kendala sehingga anda tidak menggunakan Aplikasi Muamalat DIN, lalu nasabah menjawab :

Ya pertama memang ee...saya kan dini saya fokus Cuma ngambil KPR sedangkan saya punya banyak rekening yang lain kaya gitu jadi ya kalo terlalu banyak saya pusing juga kaya gitu, bank yang lain juga ada, lebih banyak saya memang kalo Muamalat memang terbatas M.bankingnya masih terbatas aksesnya untuk kebank-bank yang lain untuk transaksi pun kaya belanja online masih kurang kalonya Muamalat seperti itu lo masih kurang menjangkau kearah yang seperti itu gitu.⁹²

Responden FK menjelaskan kenapa beliau tidak menggunakan aplikasi Muamalat DIN yakni jika kita perhatikan alasannya hampir sama dengan responden yang sebelumnya yakni nasabah memang hanya fokus kepada Pembiayaan KPR disini FK memaparkan karena banyak rekening bank lain jadi nasabah bingung mau fokus ke *Mobile banking* mana maka selain itu juga FK memaparkan terkait kendala atau alasan tidak menggunakan mobike banking yaitu masih terbatasnya transaksi belanja online.

⁹² Wawancara dengan nasabah FK tanggal 3 September 2020

C. Analisis Data

Pada bagian ini peneliti akan menganalisis terhadap apa yang telah ditemukan peneliti di lapangan. Baik itu didapat dari hasil observasi wawancara, maupun dokumentasi.

Pada bank mana saja memiliki berbagai cara yang diterapkan untuk meningkatkan pengguna layanan *mobile banking* tak terkecuali Bank Muamalat KC Palangka Raya. Kantor Cabang Palangka Raya Juga ikut serta membaurkan kepada nasabah yang lama maupun baru untuk menggunakan aplikasi Muamalat DIN. Dari data yang dilansir *republika.co.id* dari jumlah nasabah yang ditargetkan yaitu 180.000 dan total target transaksinya 26 juta kali pada akhir tahun ini, namun hingga saat ini jumlah pengguna aplikasi Muamalat DIN baru mencapai 100.000 pengguna dari seluruh nasabah Bank Muamalat Indonesia, sedangkan pada aplikasi yang lama penggunanya mencapai 500.000 pengguna. Sesaat jika kita renungkan seharusnya dengan adanya *upgrade digital banking* tersebut mampu menarik minat nasabah agar lebih banyak lagi yang menggunakannya.

Dari observasi yang dilakukan oleh peneliti di Bank Muamalat KC Palangka Raya bahwa masih ada nasabah yang tidak mengetahui tentang *mobile banking* Muamalat DIN dan juga terjadi penurunan anggota DPLK Syariah Muamalat sekitar 2000 anggota yang dikarenakan PHK dan sudah memasuki pensiun. Fitur inilah yang membedakan dengan *mobile banking* lainnya. Maka dari itu peneliti ingin menganalisis rumusan masalah seperti yang akan dibahas dibawah ini.

1. Bagaimana strategi *frontliner* dalam mengoptimalkan penggunaan *Digital Islamic Network* pada Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya

Rumusan masalah pertama adalah “bagaimana strategi *frontliner* dalam mengoptimalkan penggunaan *Digital Islamic Network* pada Bank Muamalat KC Palangka Raya” Untuk menjawab rumusan masalah yang pertama ini peneliti telah melakukan observasi dan wawancara langsung ke lapangan.

Dari hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti dengan pihak bank Muamalat KC Palangka Raya mengenai Strategi *frontliner* guna mengoptimalkan penggunaan *Digital Islamic Network* atau biasa disebut Muamalat DIN. Menurut peneliti pihak Bank muamalat sudah melakukan berbagai upaya atau strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah yang menggunakan aplikasi Muamalat DIN ini. Strategi yang dilakukan oleh pihak bank muamalat khususnya *frontliner* ini tercakup dalam konsep strategi pelayanan dalam teori BAB II yang telah peneliti paparkan. Adapun beberapa hal tersebut sebagai berikut :

- a. Memperkenalkan produk atau jasa pada nasabah mestinya ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yakni beberapa prinsip yang harus dilakukan oleh seorang *frontliner* yaitu prinsip pelayanan seperti merumuskan strategi pelayanan. Strategi pelayanan, mengkomunikasikan kualitas pelanggan, menetapkan standar kualitas dengan jelas, menerapkan sistem pelayanan yang efektif, karyawan

yang berorientasi pada kualitas pelayanan dan survey langsung⁹³. Adapun dalam penelitian menganalisis bahwa Bank Muamalat KC Palangka Raya menerapkan strategi pelayanan dalam untuk mengoptimalkan Muamalat DIN (*digital islamic network*) telah sesuai dengan standar operasional prosedur prinsip pelayanan. Tentunya hal ini nantinya dapat lebih memaksimalkan nasabah dalam menggunakan Muamalat DIN.

b. Selain dari layanan *frontliner* dari segi promosi juga di lakukan oleh pihak bank Muamalat guna memaksimalkan semua nasabah menggunakan aplikasi Muamalat DIN ini seperti

1) Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Pemasaran langsung merupakan salah satu metode yang digunakan dalam mengoptimalkan pengguna *mobile banking* Muamalat DIN yakni dilakukan secara langsung bertatap muka dengan nasabah.

2) Media cetak atau pengiklanan

Menggunakan media cetak untuk memberitahukan kepada nasabah tentang produk yang ada pada perbankan memang sudah biasa pada umumnya dilakukan oleh pihak perbankan tidak terkecuali Bank Muamalat KC Palangka Raya.

3) ATM (*Automated Teller Machine*)

⁹³ Freddy Rangkuti, *Measuring Costumer Satisfation: Gaining Relationship Strategy*, Jakarta: Gramedia, 2006, h. 20.

Melalui media digital seperti ATM juga digunakan Pihak Bank Muamalat untuk memberitahukan produk Muamalat DIN ini kepada nasabah dengan tujuan agar setiap nasabah yang datang ke ATM dapat mengetahui bahwasanya ada produk jasa terbaru dari Bank Muamalat.

4) *Sms Blast*

Sms blast adalah bentuk pengiriman sms dengan nama pengiriman yaitu nama perusahaan. Jadi pesan yang biasanya terdapat nomor pengirim sms namun pada sms blast ini nomor sipenerima tidak dapat melihat nomor pengirimnya namun digantikan nama perusahaan. *Sms blast* juga salah satu bentuk yang diterapkan oleh pihak Bank Muamalat dalam memasarkan produknya ke konsumen atau nasabah.

5) *Sales Call*

Sales call adalah kunjungan secara langsung kepada pelanggan atau nasabah guna memberitahukan produk atau jasa yang ada pada bank itu sendiri dengan tujuan meningkatkan penggunaan aplikasi Muamalat DIN

6) *Mobile banking*

Mobile banking versi yang lama juga menyediakan informasi terkait tentang aplikasi terbaru Muamalat DIN. Bahwa pada saat diluncurkannya Aplikasi terbaru Muamalat DIN *mobile*

banking versi yang lama memberituhkan bahwa segera berhijrah ke Muamalat DIN yang baru.

- c. Kemudian yang membedakan fitur Muamlat DIN ini dengan *mobile banking* pada umumnya yakni ada produk yang mekhususkan pada segi islami dan juga bisnis syariah. Terkait hal itu yakni Dana Pensiun Lembaga Keuangan Syariah Muamalat yang mana produknya khusus pada instrumen syariah seperti sukuk, reksa dana syariah dan saham syariah. Namun dari salah satu subjek menerangkan tingkat kesadaran masyarakat tentang investasi masih sangat kurang tertuma di palangka raya dari salah satu subjek *frontliner* mengatakan bahwa kurangnya minat nasabah dalam menanyakan akan produk DPLK ini menggambarkan bahwa fitur DPLK ini tidak terlalu banyak menarik nasabah untuk menggunakannya.
- d. Untuk menarik minat nasabah dalam menggunakan fitur ini pihak Bank Muamalat KC palangka Raya khususnya pada *fronliner* lebih sering menjelaskan kepada nasabah yang datang kepadanya terkait DPLK Syariah Muamalat apa yang menjadi keuntungannya dan apa yang menjadi kemudahannya. Selain itu juga dengan adanya dukungan aplikasi Muamalat DIN yang menggunakan sistem keamanan yang lebih dari *mobile banking* lainnya yakni dengan menggunakan alfamumerik dan TIN untuk keamanan transaksinya dapat menjadi nilai lebih dimata para nasabah untuk tertarik menggunakannya.

Dari paparan yang dijelaskan peneliti di atas Bank Muamalat Kota Palangka Raya telah melaksanakan upaya untuk mengoptimalkan pengguna Muamalat DIN dari strategi pemasaran hingga strategi pelayanan mereka terapkan terutama untuk mengaktifkan nasabah menggunakan fitur DPLK Syariah Muamalat yang merupakan pembeda dengan *mobile banking* lainnya. Cara yang mereka untuk meningkatkan nasabah yang mereka lakukan yakni dengan memprioritaskan fitur DPLK ini terkait penjelasan keunggulan dari produk ini dan dengan sistem pengamanan yang lebih dibandingkan dengan *mobile banking* yang lain.

2. Apakah yang menjadi kendala dan kemudahan yang dirasakan nasabah menggunakan *Digital Islamic Network*.

Rumusan masalah yang kedua adalah “apakah yang menjadi kendala/tantangan dan kemudahan jika nasabah menggunakan *Digital Islamic Network*”. Untuk menjawab rumusan masalah di atas peneliti melakukan observasi dan wawancara.

Berdasarkan pemasaran yang telah dilakukan oleh pihak perbankan dari berbagai upaya yang telah dilakukan baik itu melalui media cetak, ATM, *sms blast*, *sales call*, dan *mobile banking*. Tentunya ada kendala dan kemudahan yang di dapat baik dari sisi kendala perbankan dalam memasarkannya maupun kendala dan kemudahan dari pihak konsumen yang aktif dalam menggunakan Aplikasi Muamalat DIN. Terkait Kendala dan kemudahan ini tercakup dalam konsep BAB II yang telah peneliti paparkan yaitu :

a. Kendala

Otoritas Jasa Keuangan mengatakan bahwa setidaknya ada 3 tantangan atau kendala yang dihadapi perbankan di Indonesia dalam pelayanan digital banking:⁹⁴ Evaluasi uji coba layanan digital banking, Ketersediaan jaringan, Edukasi dan infrastruktur jaringan yang kurang luas yang menyangkut masih rendahnya minat masyarakat Indonesia yang melakukan kegiatan ekonomi digital.

Dari data yang didapatkan peneliti dilapangan, pihak Bank Muamalat menyatakan bahwa yang menjadi kendala dalam mengoptimalkan penggunaan aplikasi Muamalat DIN yaitu edukasi di kalangan nasabah yang usianya sudah masuk dalam kategori lansia. Maka dari itu banyak diantara mereka yang tidak mempunyai *smartphone*. Adapun jika kita perhatikan kalangan lanjut usia memang tidak terlalu memperhatikan akan hal ini sehingga mereka kurang berminat untuk menggunakannya. Selain itu juga nasabah yang sudah lanjut usia masih banyak yang kurang mengetahui tentang internet sedangkan aplikasi Muamalat DIN ini tingkat pemahaman yang diperlukan untuk menggunakannya terbilang tinggi karena didalamnya terdapat banyak fitur-fitur baru

Selain kendala faktor usia ada juga kendala lainnya seperti yang peneliti telah sebutkan di atas tadi yakni terkendala jaringan. Hampir semua bisnis *online* ataupun jasa *online* jikalau jaringan lagi *down*

⁹⁴Abdus Salam, *Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital Banking: Optimalisasi dan Tantangan*, Al-Amwal, Volume 10, No.1 Tahun 2018, h 77.

semuanya akan bermasalah. Namun dari hasil penelitian terkait kendala jaringan tidak menjadi permasalahan utama bagi pihak Bank Muamalat KC Palangka Raya. Hal ini dikarenakan hampir semua nasabah dari Bank Muamalat KC Palangka Raya semuanya bertempat tinggal di wilayah perkotaan, seperti Sampit, Pangkalanbun, dan Palangka Raya. Memang sebagian nasabah ada yang bertempat tinggal di daerah yang sulit dijangkau oleh jaringan infrastruktur internet namun jumlahnya tidak terlalu besar sehingga untuk kendala internet agak kurang seperti yang dijelaskan oleh *costumer service* pada saat penelitian kemungkinan pada saat melakukan registrasi sinyal atau jaringan dari nasabah lagi *down* atau bermasalah.

Kemudian selanjutnya peneliti juga menanyakan kepada sebagian responden nasabah kenapa masih tidak menggunakan aplikasi Muamalat DIN ini. Dari data yang didapatkan peneliti bahwasanya seorang nasabah yang tidak menggunakan menggunakan memang ada yang tidak mengetahui akan hal itu dan juga mereka tidak terfokus pada aplikasi yang diterapkan beberapa responden menyatakan alasannya kenapa tidak menggunakan aplikasi Muamalat dan juga tidak aktif menggunakan Aplikasi ini. Jawaban mereka hampir sama yaitu mereka hanya terfokus pada pembiayaan KPR dan angsuran saja dan untuk alasan tidak aktif dikarenakan banyaknya rekening bank lain sehingga tidak mau fokus menggunakan *mobile banking*. Selanjutnya juga salah satu responden menyatakan bahwa kurang lengkapnya

fasilitas belanja *online* juga salah satu alasan mengapa tidak menggunakan Muamalat DIN.

Selanjutnya peneliti juga menanyakan kepada sebagian responden nasabah kenapa masih tidak menggunakan aplikasi Muamalat DIN ini. Dari data yang didapatkan peneliti bahwasanya seorang nasabah yang tidak menggunakan menggunakan memang ada yang tidak mengetahui akan hal itu dan juga mereka tidak terfokus pada aplikasi yang diterapkan beberapa responden menyatakan alasannya kenapa tidak menggunakan aplikasi Muamalat dan juga tidak aktif menggunakan Aplikasi ini. Jawaban mereka hampir sama yaitu mereka hanay terfokus pada pembiayaan KPR dan angsuran saja dan untuk alasan tidak aktif dikarenakan banyaknya rekening bank lain sehingga tidak mau fokus menggunakan *mobile banking*. Selanjutnya juga salah satu responden menyatakan bahwa kurang lengkapnya fasilitas belanja online juga salah satu alasan mengapa tidak menggunakan Muamalat DIN.

b. Kemudahan

Kemudahan yang dirasakan baik itu bagi pihak bank maupun nasabah yakni dapat bertransaksi dimana saja, sangat efisien, aman, meningkatkan mobilitas, memperbesar kesempatan, mudah dan praktis, serta ramah lingkungan.⁹⁵ Berbicara tentang kemudahan/keuntungan jika nasabah aktif menggunakan aplikasi

⁹⁵Dwitya Pratiwi Wulandari, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam*, Medan: UIN Sunatera Utara. 2018, h. 45.

Muamalat DIN. Seperti yang peneliti jelaskan pada paragraf pertama bahwa setiap produk yang ditawarkan oleh pihak bank yakni akan menimbulkan kendala maupun kemudahan yang akan muncul kepermukaan. Seperti pada teori BAB II yang peneliti paparkan tentang kemudahan bagi pihak bank Layanan *mobile banking* juga bisa menjadi strategi kompetitif pihak bank untuk memberikan value added service kepada nasabahnya dan biaya pengurusan nasabah pun dapat berkurang.⁹⁶

Dari data yang didapatkan peneliti, pihak bank menyatakan bahwa dengan aktifnya nasabah menggunakan aplikasi Muamalat DIN memiliki keuntungan tersendiri bagi pihak bank yang pertama dijelaskan bahwa dengan aktifnya nasabah menggunakan aplikasi ini akan mengurangi volume transaksi di kantor cabang yang mana hal ini akan mengurangi biaya pengurusan nasabah. Hal ini dikarenakan keperluan nasabah sudah bisa dilakukan lewat yang namanya aplikasi Muamalat DIN. Sehingga nasabah tidak perlu lagi datang ke kantor cabang untuk melakukan transaksi baik itu tagihan maupun hal lainnya. Yang kedua dengan aktifnya seorang nasabah menggunakan Aplikasi Muamalat DIN terutama menambah loyalitas nasabah. Kemudian juga keuntungan lainnya bagi pihak bank yaitu seorang nasabah akan cenderung menambah saldo rekening. Hal ini

⁹⁶Longgar bhilawa, Analisis *Penerimaan Mobile banking (M-Banking) Dengan Pengalaman (Experience) Sebagai Variabel Eksternal dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, Skripsi, Surakarta : Universitas Sebelas Maret 2010, h ,14.

dikarenakan dana yang berputar akan lebih besar sehingga dana yang masuk lebih banyak dari pada seorang yang dananya mengendap di dalam rekening. Selanjutnya narasumber lainnya juga menjelaskan jika seorang nasabah melakukan registrasi dengan menggunakan referal dari *costumer service* maka akan menambah nilai lebih bagi *Costumer service* itu sendiri. Selain itu juga keuntungan jika nasabah aktif menggunakan Aplikasi Muamalat DIN seperti yang dijelaskan *Costumer service* nasabah hanya perlu membuka *smartphone* untuk melakukan transaksi dan juga ada beberapa kelebihan yang didapatkan nasabah dengan menggunakan Aplikasi Muamalat DIN yaitu dalam aplikasi ini dapat melakukan transfer menggunakan fitur SKN dan RTGS. Yang mana batas limit yang lebih besar jika kita bandingkan dengan melakukan transfer di ATM. Jika kita bandingkan keunggulannya terdapat pada batas limit dana yang ditransaksikan. Jika kita menggunakan muamalat DIN dana yang bisa kita transfer baik itu sesama bank maupun SKN maksimal senilai 99 juta dan via RTGS 100 Juta ke atas. Adapun jika menggunakan ATM baik itu menggunakan GPN ataupun classic hanya mencapai 10 juta dan kartu GOLD 25 juta rupiah saja.

Beberapa responden nasabah lainnya juga menyatakan bahwa dengan adanya aplikasi Muamalat DIN ini sangat membantu terutama dalam mengontrol saldo rekening tabungan, dan juga dapat mempermudah memindahkan dana baik itu sesama bank Muamalat

maupun dengan Bank lain. Perihal dengan transfer terkadang membuat seorang nasabah enggan untuk langsung datang ke ATM ataupun kantor cabang hal ini dikarenakan harus memiliki waktu khusus untuk meluangkan waktu disamping itu juga belum masalah antrian yang sering terjadi terjadi di kantor cabang membuat nasabah jenuh. Maka dari itu nasabah mengungkapkan kemudahan yang didapatkan dengan menggunakan Muamalat DIN ini sering terkait dengan masalah transaksi transfer.

Jika kita perhatikan kebanyakan kendala atau tantangan yang muncul dari nasabah yang tidak menggunakan aplikasi dan tidak aktif menggunakan aplikasi Muamalat DIN yaitu kendala persaingan untuk mendapatkan loyalitas dan kepuasan dari nasabah. Seharusnya dengan diterapkannya berbagai strategi guna menyampaikan edukasi tentang Aplikasi Muamalat DIN nasabah akan lebih aktif menggunakannya namun tidak menutup kemungkinan nasabah juga tidak menggunakannya dengan alasan tidak mengetahui serta terlalu banyaknya rekening yang mereka miliki. Maka dari itu peneliti menyimpulkan beberapa jawaban dari rumusan masalah yakni peneliti merasa bahwa perlunya melakukan kerja sama akan hal pemangku literasi keuangan syariah serta optimalisasi koordinasi dengan para pemangku kepentingan. Sehingga bisa melakukan sosialisasi diberbagai tempat khususnya bagi lembaga pemangku kepentingan sekaligus memperkenalkan produk-produk yang ada di Bank Muamalat sehingga semua kalangan masyarakat mengetahui keunggulan-

keunggulan yang dimiliki oleh Bank Muamalat dengan sehingga banyak nasabah yang tertarik akan produknya yang nantinya meningkatkan jumlah rekening tabungan dan lagi banyaknya fitur yang didapatkan dengan membuka rekening terutama Muamalat DIN yang mana nantinya akan menambah kepuasan nasabah bertransaksi dan mampu bersaing dengan perbankan lain.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian, peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Strategi yang dilakukan oleh pihak bank Muamalat adalah strategi layanan dan Pemasaran yakni dengan menerapkan prinsip layan dan manajemen bauran pemasaran (*marketing mix*). Dari hasil penelitian tentang strategi pemasaran yang dilaksanakan yaitu terkait prinsip layanan dengan mengunggunkana strategi layanan yakni menjelaskan keunggulan-keunggulan fitur tersebut dan keamanan dari Aplikasi Muamalat DIN sendiri. Kemudian dari strategi pemasaran bahwa promosi atau memperkenalkan produk tidak hanya terfokus pada *frontliner* saja namun juga dari semua pihak Bank Muamalat ikut serta memasarkan ataupun memberitahukan produk jasa ini kepada nasabah dalam bentuk promosi seperti Pemasaran langsung ke nasabah, menggunakan Media cetak, ATM (*Automated Teller Machine*), *Sms Blast*, *Sales Call* dan, *Mobile banking*.
2. Kendala dan kemudahan yang dirasakan nasabah yakni dari data yang didapatkan peneliti dilapangan, pihak Bank Muamalat menyatakan bahwa yang menjadi kendala dalam mengoptimalkan penggunaan aplikasi Muamalat DIN yaitu kalangan nasabah yang usianya sudah masuk dalam kategori lansia. Maka dari itu banyak diantara mereka yang tidak mempunyai *smartphone* dan juga selain faktor usia ada juga kendala lainnya yakni terkati jaringan namun hal ini tidak menjadi permasalahan

utama karena tingkat kendala yang masih kecil yakni hanya pada saat melakukan registrasi.. Kemudian dari nasabah. Seorang nasabah yang tidak menggunakan memang ada yang tidak mengetahui akan hal itu dan juga mereka tidak terfokus pada aplikasi yang diterapkan dikarenakan banyaknya rekening bank lain sehingga tidak mau fokus menggunakan *mobile banking*. Selanjutnya untuk kemudahan atau keuntungan yang didapatkan baik itu dari pihak Bank maupun Nasabah yaitu dengan aktifnya nasabah menggunakan aplikasi ini akan mengurangi volume transaksi di kantor cabang Kemudian juga keuntungan lainnya bagi pihak bank yaitu seorang nasabah akan cenderung menambah saldo rekening. Hal ini dikarenakan dana yang berputar akan lebih besar sehingga dana yang masuk lebih banyak dari pada seorang yang dananya mengendap di dalam rekening. Dari pihak nasabah juga menyatakan bahwa dengan adanya aplikasi Muamalat DIN ini sangat membantu terutama dalam mengontrol saldo rekening tabungan, dan juga dapat mempermudah memindahkan dana baik itu sesama bank Muamalat maupun dengan Bank lain.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan terdapat beberapa saran untuk dtindaklanjuti. Adapun yang peneliti sarankan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Bank Mumalat Kantor Cabang Palangka Raya

Perlunya melakukan kerja sama akan hal pemangku literasi keuangan syariah serta optimalisasi koordinasi dengan para pemangku kepentingan. Sehingga bisa melakukan sosialisasi di berbagai tempat sekaligus memperkenalkan produk-produk yang ada di Bank Muamalat sehingga semua kalangan masyarakat mengetahui keunggulan-keunggulan yang dimiliki terutama dibidang *mobile banking* Muamalat DIN yang mana nantinya akan menambah kepuasan nasabah bertransaksi dan mampu bersaing dengan perbankan lainnya sehingga produk yang ditawarkan akan menjadi prioritas bagi nasabah.

2. Dalam skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan di dalamnya, namun peneliti mengharapkan dengan adanya skripsi ini mampu menjadi manfaat bagi siapapun dan juga peneliti mengharapkan agar nantinya penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan sumber referensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Al Arif, 2012, *Dasar-Dasar pemasaran perbankan syariah* Bandung: Alfabeta.
- Afifuddin Dan Saebani, 2012, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia.
- Assauri Sofjan, 2011, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chatab, 2007, *Diagnostic Management*, Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.
- Departemen Agama RI, 2005, *Al-Quran dan terjemahan*, Bandung: CV Penerbit Al Jumanatul' Ali.
- Bungin Burhan, 2009, *Penulisan Kualitatif Komunikasi Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Hikmawati Fenti, 2017, *Metodologi Penelitian*, Depok: PT Raja Grafindo.
- Kasmir, 2004, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media.
- , 2005, *Etika Costumer Service*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- Kasmir dan Jakfar, 2003, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana.
- Kotler Philip dan Gary Amstrong, 2006, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jakarta: Erlangga.
- Muhammad, 2005, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Akademia Manajemen dan Perusahaan YKPN.
- M. Suyanto, 2007, *Marketing Strategy*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Moleong Lexy J, 2004, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosada Karya.
- 2005, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edivisi Revisi*, Bandung: PT Remaja Rosada Karya
- Moenir, 2002 *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/Pojk.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum, Pasal 3.

Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud, 1999. Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka

Rangkuti Freddy, , 2006, *Measuring Costumer Satisfaction: Gaining Relationship Strategy*, Jakarta: Gramedia.

Saebani dan Afifuddin, 2012, *Metodologi Penulisan Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia.

Sugiyono, 2016, *Metodologi Penulisan Kuantitatif, Kualitatif,dan R&D*, Bandung: Alfabeta

Uchjana Onong, 2003, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti.

B. Jurnal

Archie Octhanantha, Mochammad Al Musadieg, Mochammad Djudi Mukzam, 2017, *Pengaruh Hasil Pelatihan Berbasis Kompetensi Terhadap Kinerja Studi Pada Karyawan Bagian Frontliner Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Area Tangerang Bintaro*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 51 No.2

Arlina Nurbaity Lubis, *Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*, Medan: UIN Sumatera Utara, 2004 Digitez By USU Digital Library

Dimas Hendika Wibowo Dkk, 2015, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Bank Batik Di Jeng Solo)*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 29 No. 1.

Intan Purwatianingsih Sihadi Dkk, 2018, *Identifikasi Kendala dalam Proses Produksi Pada UD. Risky*, Jurnal Riset Akuntansi Goimg Concern 13 (4).

Moh Khoirul Anam, Khoiriyah Safitri, 2019, *Peranan Pelatihan Frontliner bagi Peningkatan Kompetensi Teller di Bank Syariah*, Jurnal Emanasi, Jurnal Ilmu Keislaman dan Sosial, Vol 2, No. 1.

Salam Abdus, 2018, *Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital Banking: Optimalisasi dan Tantangan*, Al-Amwal, Volume 10, No. 1.

Syahrul Anwar dan Rachmatullaily, 2015, *Kinerja Frontliner dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia*

(Persero) Tbk. Kantor Cabang Bogor Dewi Sartika, Jurnal Keuangan dan Perbankan Vol 3, No 1.

Syamsul Hadi Novi, 2015, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol 5, No 1.

Tri Rahayu, Yanto, Indria, 2018, *Analisis Kualitas Pelayanan Frontliner Pada Nasabah PT Bank BNI Syariah KC Panorama Bengkulu*, Jurnal Professional FIS UNIVED Vol. 5 No. 1

Vinny Ribka Bolang, James D.D Massie, Agus Supandi Soegoto, 2015, *Peran Pelayanan Teller Dan Costumer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado*, Jurnal EMBA Vol.3 No.3.

C. Skripsi

Betria Rahayu Mudiyani, 2017, *Strategi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Frontliner pada PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Kantor Cabang Purwokerto*, Skripsi Sarjana, Semarang: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Dwitya Pratiwi Wulandari, 2018, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam*, Medan: UIN Sunatera Utara.

Elma Zakiati, 2019, *Strategi Pelayanan Prima oleh Frontliner untuk Membangun Loyalitas Nasabah di BRI Syariah KC Purwokerto*, Skripsi Sarjana, Semarang: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Longgar bhilawa, *Analisis Penerimaan Mobile banking (M-Banking) Dengan Pengalaman (Experience) Sebagai Variabel Eksternal Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, Skripsi, Surakarta : Universitas Sebelas Maret 2010

Mustagfirin Ali, 2015, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah KC Demak*, Skripsi Sarjana, Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.

Sela Widya Sari, 2019, *Strategi Pelayanan Prima dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Financing di PT BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu*, Skripsi Sarjana, Semarang: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Siti Nurzanah, 2019, *Aplikasi Ceria Digital dalam Meningkatkan Pelayanan Prima Terhadap Anggota di KSPPS BMT Assafiiyah Berkah Nasional*

Kota Gajah, Skripsi Sarjana, Semarang: Institut Agama Islam Negeri Metro.

Tri Nurbaiti, 2020, *Dampak Layanan Jasa Mobile banking Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam)*, Skripsi Sarjana, Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro.

D. Internet

Dikutip dari situs resmi Bank Muamalat, <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> di unduh pada tanggal 26 agustus 2020 jam 10:17.

Wiwik. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner (Customer Service, Teller, dan Security)* Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi diperbankan.2017
<http://repository.uinsu.ac.id/3011/1/PDF%20WIWIK.pdf>. Diakses pada 14 september 2020. Pukul 10:11 WIB.



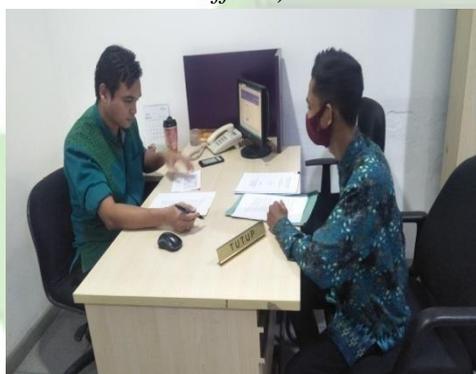
LAMPIRAN-LAMPIRAN



Wawancara dengan **subjek IM** (*Operation Officer*)



Wawancara dengan **informan 2 SR**
Nasabah Bank Muamalat



Wawancara dengan **subjek PT** (*Customer Service*)



Wawancara dengan **informan 3 ZD**
Nasabah Bank Muamalat



Wawancara dengan **subjek MD** (*Customer Service*)



Wawancara dengan **informan 1 SY**
Nasabah Bank Muamalat