

ABSTRAKSI

Latar belakang penelitian ini adalah maraknya pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia. Maraknya pertumbuhan perbankan syariah juga dibarengi dengan meningkatnya pengguna jasa perbankan ini. Indikatornya seperti peningkatan dana pihak ketiga yang terdapat pada latar belakang masalah. Yogyakarta juga mengalami perkembangan perbankan syariah cukup cepat, Bank Muamalat Yogyakarta sebagai perbankan syariah pertama di Indonesia juga di Yogyakarta. Bank Muamalat Yogyakarta mengalami peningkatan dana pihak ketiga cukup baik tetapi mengingat saat ini persaingan pada sektor ini semakin ketat dan ditambah target peningkatan nasabah dari Bank Muamalat Yogyakarta maka peneliti memilih *variable customer relations* dengan aktifitas *customer service*. Peneliti mengangap solusi dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat serta target dapat dicapai jika mampu merumuskan strategi *customer relations* yang efektif dengan saluran yang tepat dan respon yang baik dari manajemen terhadap keluhan dan saran dari nasabah.

Penelitian ini menggunakan teori tentang definisi humas seperti teori Marston di bukunya Rhenald Kasali "Manajemen *Public Relations*", peran humas atau PR seperti teori Robert Van Ripper dari bukunya H. Frazier Moore "*Public Relations; Principles, cases, and problem*", *stakeholder* seperti teori Schnaars, *customer relations* seperti teori Smith yang dikutip dari bukunya Rhenald Khasali "*Manajemen Public Relations*", dan perbankan syariah seperti teori Antonio dan Perwaatmadja dalam bukunya Drs. Muhammad M. Ag "Manajemen Bank Syariah". Penelitian ini menggunakan metode studi kasus "*eksploratoris*", studi kasus yang bersifat melakukan penelitian secara menyeluruh dan berdasarkan pertanyaan "what". Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dalam pemaparannya, sehingga menghasilkan data yang bersifat deskriptif (penggambaran) yang berupa fakta-fakta tertulis maupun lisan dari setiap perilaku orang-orang yang dicermati. Teknik analisa data dengan pengumpulan data penelitian yang diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara, pengamatan, dan dokumentasi

Pada penyajian data peneliti menemukan fakta bahwa strategi *customer relations* di Bank Muamalat Yogyakarta bertumpu pada aktifitas *customer service*. Aktifitas ini dapat dijalankan dengan baik oleh Bank Muamalat Yogyakarta tetapi tidak sedikit kekurangannya. Pelayanan ramah senantiasa diberikan oleh petugas *customer service*, terbuka lebarnya akses untuk menghubungi *customer service* baik datang langsung atau melalui *line telp*. Kekurangannya yang paling jelas kelihatan antara lain, kuantitas petugas CS. Keluhan yang sama masuk secara berulang-ulang, seperti kiam ATM. Tidak sedikit nasabah yang menginginkan bahwa Bank Muamalat Yogyakarta memiliki mesin ATM sendiri karena layanan melalui ATM BCA, seperti cek saldo saja kena biaya.

Kesimpulan dari penelitian ini antara lain bahwa *customer relations* di Bank Muamalat Yogyakarta memang hal yang diutamakan tetapi masih banyak yang perlu dibenahi. Manajemen kurang mampu mengakomodir keinginan dari petugas CS dan nasabah. Sosialisasi fasilitas dan arus informasi merupakan hal paling perlu