



**PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DI BNI SYARIAH
KANTOR CABANG BEKASI DENGAN PENDEKATAN
*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)***

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi
Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Perbankan Syariah**

Disusun Oleh :

Nama : Robiatusyifa

NPM : 2016570012

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

1441 H/2020 M

LEMBAR PERNYATAAN (ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Robiatusyifa
NPM : 2016570012
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Agama Islam
Judul Skripsi : Peningkatan Kualitas Pelayanan di BNI Syariah Kantor
Cabang Bekasi Dengan Pendekatan *Customer Relationship
Management (CRM)*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul di atas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata di kemudian hari terbukti skripsi saya merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan ketentuan undang-undang dan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Jakarta ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 30 Jumadil Awal 1441 H
24 Februari 2020 M

Yang Menyatakan,



Robiatusyifa

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “ **Peningkatan Kualitas Pelayanan di BNI Syariah Kantor Cabang Bekasi Dengan Pendekatan *Customer Relationship Management (CRM)***” yang disusun oleh **Robiatusyifa** , Nomor Pokok Mahasiswa : **2016570012** Program Studi Manajemen Perbankan Syariah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 30 Jumadil Awal 1441 H
24 Februari 2020 M

Pembimbing,



Hamli Syaifullah, SE.Sy, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI






Skripsi yang berjudul: **Peningkatan Kualitas Pelayanan di BNI Syariah Kantor Cabang Bekasi Dengan Pendekatan *Customer Relationship Management (CRM)*** yang disusun oleh **Robiatusyifa**, Nomor Pokok Mahasiswa : **2016570012**. Telah diujikan pada hari/tanggal: Jumat, 6 Maret 2020. Telah diterima dan disahkan dalam sidang skripsi (*munaqasah*) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,



Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H.

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H.</u> Ketua		2 - 7 - 2020
<u>Drs. Tajudin, M.A.</u> Sekretaris		22 - 6 - 2020
<u>Hamli Syaifullah, SE. Sy, M.Si</u> Pembimbing		1 - 7 - 2020
<u>Drs. Fakhruddin, MA</u> Penguji I		29 - 6 - 20
<u>Dr. Robiyatul Adawiyah, M.Pd</u> Penguji II		30 - 6 - 2020

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Program Studi Manajemen Perbankan Syariah

Skripsi, 24 Februari 2020

Robiatusyifa

2016570012

Peningkatan Kualitas Pelayanan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bekasi Dengan Pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM)

xiv + 27 Tabel + 1 Gambar + 81 Halaman + 9 Lampiran

ABSTRAK

Terjadinya peningkatan jumlah kedatangan nasabah yang menggunakan fasilitas pelayanan bank sangat mempengaruhi kenyamanan dari nasabah itu sendiri. Selain itu, tingginya arus kedatangan nasabah pada waktu-waktu tertentu menyebabkan antrian yang panjang dan lama. Subjek dari penelitian ini adalah pelayanan yang dilakukan *customer service* dan *teller*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan di BNI Syariah Kantor Cabang Bekasi dengan pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah sumber primer yaitu kuisisioner, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan sumber sekunder yaitu data yang diperoleh dari studi kepustakaan untuk melengkapi data-data primer.

Hasil penelitian yang telah dilakukan, kualitas layanan di BNI Syariah sudah cukup baik, ini dibuktikan dengan hasil keseluruhan kuesioner yaitu segi ruang pelayanan bersih dan nyaman, peralatan bank canggih dan modern, karyawan berpenampilan rapi, melayani nasabah dengan senyum dan salam, cepat dan tanggap dalam mengatasi keluhan nasabah, membuat nasabah merasa nyaman dan aman saat melakukan transaksi dan nasabah merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan. Dalam mewujudkan kualitas layanan yang baik, bank BNI Syariah harus selalu menjaga hubungan baik jangka panjang kepada nasabah.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, *Customer Relationship Management* (CRM)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan yang ditentukan.

Skripsi ini ditulis dalam upaya memenuhi salah satu tugas akhir dalam memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, tahun 2020.

Tidak sedikit kendala yang dihadapi penulis di dalam proses penyelesaiannya, namun karena pembimbing, arahan dan bantuan dari berbagai pihak baik moril maupun materil, sehingga kendala itu menjadi tidak terlalu berarti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih dan penghargaan kepada pihak-pihak berikut:

1. Prof. Dr. Syaiful Bahri, S.H., M.H., Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H., Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
3. Dr. Nurhidayat, S.Ag., M.A., Ketua Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Jakarta.
4. Hamli Syaifullah, SE.Sy, M.Si., Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam proses bimbingan.
5. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bekasi, yang telah membantu memberi izin tempat penelitian dan memberi dukungan.

6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, yang telah memberikan pelayanan akademik dan pelayanan administrasi terbaik.
7. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Hasan Basri dan Ibu Siti Rukoyah, yang telah memberikan dukungan, doa serta dukungan moril dan materil sehingga memperlancar dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, namun demikian diharapkan karya yang sederhana ini banyak memberikan manfaat. Aamiin.

Jakarta, 30 Jumadil Awal 1441 H
24 Februari 2020 M

Penulis,

Robiatusyifa

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Konsonan:			
ء	,	ط	TH
بـ	B	ظ	ZH
تـ	T	ع	'
ثـ	TS	غ	GH
جـ	J	فـ	F
حـ	<u>H</u>	قـ	Q
خـ	KH	كـ	K
دـ	D	لـ	L
ذـ	DZ	مـ	M
رـ	R	نـ	N
زـ	Z	وـ	W
سـ	S	هـ	H
شـ	SY	يـ	Y
صـ	SH	ةـ	H
ضـ	DL		

2. Vokal Pendek		3. Vokal Panjang	
اـ	A	آـ	Â
يـ	I	يـيـ	Î
وـ	U	وـوـ	Û

4. Diftong		5. Pembauran	
اـوـ	Au	الـ	al- ...
اـيـ	Ai	الشـ	al-sy ...
		والـ	wa al- ...

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN (ORISINALITAS)	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB IPENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus dan Subfokus Penelitian	4
C. Perumusan Masalah	5
D. Kegunaan Hasil Penelitian	5
E. Sistematis Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Deskripsi Konseptual Fokus dan Subfokus Penelitian.....	8
1. Perbankan Syariah.....	8
a. Pengertian Perbankan Syariah.....	8
b. Prinsip-Prinsip Bank Syariah	9
c. Fungsi Bank Syariah	10
d. Tujuan Bank Syariah.....	11
e. Jenis dan Produk Bank Syariah.....	12

2. Kualitas Pelayanan	16
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	16
b. Karakteristik Pelayanan	19
c. Komponen Kualitas Pelayanan	21
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	22
e. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik	24
3. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	24
a. Pengertian CRM.....	24
b. Aktifitas CRM.....	27
c. Manfaat CRM	29
d. Tujuan CRM	29
e. Klasifikasi CRM	30
B. Hasil Penelitian yang Relevan	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
A. Tujuan Penelitian	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian	35
C. Latar Penelitian	35
D. Metode dan Prosedur Penelitian.....	36
E. Data dan Sumber Data	37
F. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data.....	37
G. Teknik Analisis Data.....	38
H. Validitas Data.....	39
1. Kredibilitas.....	39
2. Tranferabilitas	40
3. Dependabilitas.....	40
4. Konfirmabilitas	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum tentang Latar Penelitian.....	42
1. Profil BNI Syariah	42

2. Sejarah BNI Syariah.....	43
3. Visi dan Misi BNI Syariah.....	45
4. Kegiatan Operasional BNI Syariah.....	46
5. Budaya Kerja BNI Syariah.....	52
6. Struktur Organisasi BNI Syariah KC Bekasi.....	54
B. Temuan Penelitian.....	57
1. Pelayanan yang dilakukan <i>customer service</i> dan <i>teller</i>	57
2. Cara perusahaan menjaga kualitas layanan kepada karyawan....	67
3. Dampak pelayanan yang diberikan kepada nasabah.....	70
C. Pembahasan Temuan Penelitian.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	32
Tabel 4.1	Profil Perusahaan	42
Tabel 4.2	Hasil kuesioner ruang pelayanan bersih dan nyaman	57
Tabel 4.3	Hasil kuesioner bank menggunakan peralatan yang canggih dan modern	58
Tabel 4.4	Hasil kuesioner karyawan berpenampilan rapi	58
Tabel 4.5	Hasil kuesioner karyawan memperlakukan nasabah dengan sabar	59
Tabel 4.6	Hasil kuesioner karyawan melayani nasabah dengan memberi senyum dan salam	59
Tabel 4.7	Hasil kuesioner pelayanan yang diberikan lambat	60
Tabel 4.8	Hasil kuesioner karyawan melayani nasabah dengan sepenuh hati	60
Tabel 4.9	Hasil kuesioner karyawan mampu menjawab semua pertanyaan nasabah	61
Tabel 4.10	Hasil kuesioner karyawan dapat diandalkan dalam menangani masalah pelayanan	62
Tabel 4.11	Hasil kuesioner karyawan bersikap empati terhadap permasalahan nasabah	62
Tabel 4.12	Hasil kuesioner menjaga hubungan baik jangka panjang dengan nasabah	63
Tabel 4.13	Hasil kuesioner cepat dan tanggap dalam mengatasi keluhan nasabah	63
Tabel 4.14	Hasil kuesioner pengetahuan dan keterampilan anda sesuai dengan tugas yang diberikan	64
Tabel 4.15	Hasil kuesioner karyawan mampu menumbuhkan rasa percaya pada nasabah	65

Tabel 4.16	Hasil kuesioner karyawan dapat memahami para nasabah sehingga kebutuhan mereka akan dapat dipenuhi.....	65
Tabel 4.17	Hasil kuesioner karyawan membuat nasabah nyaman dan aman saat melakukan transaksi	66
Tabel 4.18	Hasil kuesioner pelayanan dan informasi yang diberikan melalui web/internet baik.....	67
Tabel 4.19	Hasil kuesioner perusahaan memberikan pelatihan kepada karyawan	67
Tabel 4.20	Hasil kuesioner peserta pelatihan dipilih melalui selektif yang objektif oleh perusahaan	68
Tabel 4.21	Hasil kuesioner pelatihan dilakukan oleh semua karyawan	69
Tabel 4.22	Hasil kuesioner perusahaan memberikan <i>reward</i> kepada karyawan yang berprestasi.....	69
Tabel 4.23	Hasil kuesioner nasabah merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan	70
Tabel 4.24	Hasil kuesioner nasabah memberikan respon positif pada saat pelayanan berlangsung.....	71
Tabel 4.25	Hasil kuesioner adanya keluhan yang disampaikan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan.....	71
Tabel 4.26	Hasil kuesioner terdapat nasabah yang merugikan karyawan atau perusahaan.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi BNI Syariah Kantor Cabang Bekasi	56
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Permohonan Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 Lembar Konsultasi Skripsi
- Lampiran 3 Permohonan Penelitian
- Lampiran 4 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 5 Lembar Kuesioner Penelitian
- Lampiran 6 Pedoman Wawancara Penelitian
- Lampiran 7 Data Pribadi Responden
- Lampiran 8 Hasil Wawancara Penelitian
- Lampiran 9 Dokumentasi Wawancara Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia perbankan saat ini, bank harus jeli dalam melihat perubahan kebutuhan para pelanggannya, agar dapat memberikan pelayanan yang sesuai. Untuk menciptakan pelanggan-pelanggan yang setia, perusahaan juga dituntut untuk menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan-pelanggan yang menguntungkan dan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan melalui pelayanan yang sangat baik. Salah satu strategi yang bisa diterapkan perusahaan adalah dengan menciptakan hubungan (*relationship*) antara perusahaan dengan pelanggannya. Strategi tersebut dikenal dengan istilah manajemen hubungan pelanggan (*customer relationship management*).

Manajemen hubungan pelanggan sangatlah dibutuhkan dalam meningkatkan kinerja suatu bank, karena menjadikan bank lebih dekat dengan para nasabahnya. Salah satu pendukung untuk bisa dapat menjalin hubungan dengan pelanggan yang baik yaitu dengan melakukan pelayanan kepada nasabah kreditur, ketika karyawan memberikan pelayanan lewat sikap yang sopan kepada nasabahnya disitulah tercipta sebuah hubungan yang baik sehingga para nasabah merasa nyaman ketika mereka memerlukan informasi atau pengetahuan tentang suatu perusahaan.¹

¹Anastasya L. Komalig, "Manajemen Hubungan Pelanggan dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Debitor Pada PT Bank Sulut Cabang Calaca Manado", *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 4, 2013, h. 1145-1153.

Salah satu peran penting yang dapat dijalankan pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah memberikan pelanggan input dan umpan balik. Pemasar yang dekat dengan pelanggan dapat memberikan wawasan atas harapan pelanggan. Apa yang mereka sukai (inginkan) harapkan dan butuhkan bagi mereka yang merancang program dan sistem, mengukur dan melaporkan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap kinerja.²

Kepuasan nasabah bergantung kepada persepsi nasabah. Sesuatu yang di persepsikan oleh nasabah berkualitas, maka kualitas dapat memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Terjadinya peningkatan jumlah kedatangan nasabah yang menggunakan fasilitas pelayanan bank sangat mempengaruhi kenyamanan dari nasabah itu sendiri. Selain itu, tingginya arus kedatangan nasabah pada waktu-waktu tertentu menyebabkan antrian yang panjang dan lama. Merupakan suatu fenomena universal bahwa *customer* tidak suka menunggu.³

Sesuai dengan tujuan perusahaan dalam hal ini PT Bank BNI Syariah, untuk menjadikan bank milik pemerintah ini menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam pelayanan dan kinerja. Sesuai dengan nilai-nilai perusahaan yang memberikan kontribusi positif bagi masyarakat PT Bank BNI Syariah harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan

²Nandan Limakrisna dan Togi Parulian Purba, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), jilid 1, h. 166.

³Irmayanti Hasan, "Model Optimal Pelayanan Nasabah Berdasarkan Metode Antrian (Queuing System)," *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 15, No. 1, 2011, h. 15.

kepada para nasabahnya, dengan salah satu caranya adalah mengoptimalkan sistem antrian.⁴

Hamli Syaifullah menyatakan dalam penelitiannya bahwa esensi dari layanan ialah memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Dengan adanya kepuasan, maka akan memperkecil *gap* keinginan pelanggan terhadap kenyataan pelayanan yang diberikan oleh karyawan sebagai perwakilan perusahaan.⁵

Disaat bank syariah muncul, persaingan semakin ketat, baik secara nasional maupun internasional. Dalam kondisi semacam ini, para banker berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menawarkan berbagai jenis produknya. Dampaknya, nasabah memiliki banyak pilihan, kekuatan tawar-menawar nasabah semakin besar, ini semua menjadi bagian penting dalam mendorong setiap bank menempatkan orientasinya pada kepuasan nasabah sebagai tujuan utamanya. Para bankir pun semakin yakin bahwa kunci sukses untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuannya memberikan *total customer value* yang dapat memuaskan nasabah melalui penyampaian produk yang berkualitas dengan harga bersaing.

Petugas pelayanan ini tidak hanya harus mampu bertindak sebagai komunikator atau mediator, tetapi sekaligus harus menanamkan citra positif bagi perusahaan sekaligus dan juga harus memiliki kemampuan membantu

⁴www.bnisyariah.co.id diakses pada hari Rabu, 18 Desember 2019 pukul 12.36 WIB.

⁵Hamli Syaifullah dan Ali Idrus, "Inovasi Pelayanan Wakaf Produktif Era Digital: Studi Kasus Di Yayasan Wakaf Bani Umar", *Jurnal Zakat dan Wakaf*, Vol. 6, No. 2, 2019.

perusahaan dalam memahami bahwa pelanggan adalah aset yang harus dipelihara dan dipertahankan keberadaannya.⁶

Pelayanan yang baik harus dilihat dari kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berulang kali terbukti bersumber dari keamanan yang terjamin, penarikan uang mudah dilakukan, praktis, tidak berbelit, dapat digunakan untuk semua kebutuhan, mudah memindahkan dana dalam jumlah besar atau kecil dan merasa bangga karena mempunyai aktivitas bisnis yang berkembang lewat bank yang bersangkutan.⁷

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai permasalahan tersebut dan menyusunnya dalam skripsi yang berjudul **“PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DI BNI SYARIAH KANTOR CABANG BEKASI DENGAN PENDEKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)”**

B. Fokus dan Subfokus Penelitian

Fokus

BNI Syariah Kantor Cabang Bekasi

Subfokus

1. Pelayanan nasabah yang dilakukan *customer service* dan *teller*.
2. Cara perusahaan menjaga kualitas layanan kepada karyawan.
3. Dampak pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

⁶Nandan Limakrisna dan Togi Parulian Purba, *op. cit.*, h. 153.

⁷Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010). h. 91-101.

C. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan di BNI Syariah Kantor Cabang Bekasi dengan pendekatan *Customer Relationship Management (CRM)*?

D. Kegunaan Penelitian

Hal penting dari sebuah penelitian adalah manfaatnya yang dapat dirasakan, diterapkan atau digunakan. Adapun kegunaan atau manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritik

Dapat digunakan sebagai sarana informasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan pendekatan *Customer Relationship Management (CRM)* di bank syariah.

2. Kegunaan Praktik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membangun suatu yang bermanfaat bagi pihak yang terkait antara lain:

a. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan pengetahuan serta peningkatan kualitas pelayanan khususnya di BNI Syariah.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah referensi atau rujukan kepada mahasiswa.

c. Bagi Bank Syariah

Sebagai bahan masukan atau tambahan bagi perusahaan dan dapat menjadi pertimbangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan pendekatan *Customer Relationship Management (CRM)*.

E. Sistematis Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah pemahaman dan penelaahan penelitian. Dalam proposal penelitian ini, sistematika penulisan terdiri atas lima bab, masing-masing urai yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini merupakan pendahuluan yang materinya sebagian besar menyempurnakan usulan penelitian yang berisikan tentang latar belakang masalah, fokus dan subfokus masalah, perumusan masalah, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan secara terperinci yang memuat tentang deskripsi konseptual fokus dan subfokus penelitian dan hasil penelitian yang relevan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang pengembangan metodologi yang terdiri dari tujuan penelitian, tempat dan waktu penelitian, latar penelitian, metode dan prosedur penelitian, data dan sumber data, teknik dan prosedur pengumpulan data, teknik analisis data, validitas data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan tentang hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang terdiri dari gambaran umum tentang latar penelitian, temuan penelitian dan pembahasan temuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang akan diberikan penulis kepada pihak yang membutuhkan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi Konseptual Fokus dan Subfokus

1. Perbankan Syariah

a. Pengertian Perbankan Syariah

Perbankan Syariah, menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan (selanjutnya disebut “UU No. 21/2008” atau “UU Perbankan Syariah”) adalah “segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”.

Selanjutnya Pasal 1 angka 2 dan angka 7 UU No. 21/2008 mendefinisikan tentang bank dan bank syariah. *Bank* adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat”. Sedangkan yang dimaksud *Bank Syariah* adalah “bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah”.

Dapat disimpulkan yang dimaksud dengan perbankan syariah adalah menyangkut tentang bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau dinamakan dengan bank syariah.¹

Landasan hukum islam tentang bank syariah terdapat pada QS. An-Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

b. Prinsip – Prinsip Bank Syariah

Dalam UU No. 10 Tahun 1998 disebutkan bahwa bank syariah adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Berikut prinsip-prinsip bank syariah:²

1) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah.

¹Asep Supyadillah, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta Selatan: PT Wahana Kardofa, 2013), h. 4.

²Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), Cet. ke-1, h. 32.

2) Prinsip Kesederajatan

Bank syariah menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko dan keuntungan yang berimbangan antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank.

3) Prinsip Ketentraman

Produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Dengan demikian, nasabah akan merasakan ketentraman lahir batin.

c. Fungsi Bank Syariah

Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu:³

1) Menghimpun Dana Masyarakat

Bank syariah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad wadiah dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad mudharabah. Masyarakat yang kelebihan dana membutuhkan keberadaan bank syariah untuk menipkan dananya atau menginvestasikan dananya dengan aman.

2) Menyalurkan Dana Kepada Masyarakat

Masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank syariah asalkan dapat memenuhi semua ketentuan dan persyaratan yang

³Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), Cet. ke-1, h. 39.

berlaku. Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank syariah.

3) Pelayanan Jasa Bank

Aktivitas pelayanan jasa, merupakan aktivitas yang diharapkan bank syariah untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari *fee* atas pelayanan jasa bank. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah ialah pelayanan jasa yang cepat dan akurat.

d. Tujuan Bank Syariah

Tujuan perbankan Indonesia, yaitu menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Begitu juga tujuan penyaluran dana oleh perbankan syariah adalah menunjang pelaksanaan pembangunan, meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Tujuan perbankan syariah ini identik dengan sistem ekonomi islam. Sistem ekonomi islam merupakan sistem yang adil dan saksama serta berupaya menjamin kekayaan tidak terkumpul hanya pada satu kelompok saja, tetapi tersebar kepada seluruh masyarakat.⁴

e. Jenis dan Produk Bank Syariah

⁴Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 32.

Produk dan jasa bank syariah yang dapat diberikan kepada masyarakat tergantung jenis banknya. Berikut jenis bank syariah ditinjau dari beberapa segi, yaitu:⁵

1) Jenis Bank Syariah Ditinjau Dari Segi Fungsinya

a) Bank Umum Syariah

Bank umum syariah (BUS) adalah bank yang dalam aktivitasnya melaksanakan kegiatan usaha sesuai dengan prinsip syariah dan melaksanakan kegiatan lalu lintas pembayaran.

b) Unit Usaha Syariah

Unit usaha syariah merupakan unit usaha syariah yang dibentuk oleh bank konvensional, akan tetapi dalam aktivitasnya menjalankan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah, serta melaksanakan kegiatan lalu lintas pembayaran.

c) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dan dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran.

2) Jenis Bank Syariah Ditinjau Dari Segi Statusnya

⁵Ismail, *op. cit.*, h. 51.

- a) Bank Devisa merupakan bank syariah yang dapat melakukan aktivitas transaksi ke luar negeri dan atau transaksi yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan.
 - b) Bank Non Devisa merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan seperti bank devisa.
- 3) Jenis Bank Syariah Ditinjau Dari Segi Levelnya
- a) Kantor Pusat merupakan kantor yang menjadi pusat dari kantor cabang di seluruh wilayah negara maupun kantor cabang yang ada di negara lain.
 - b) Kantor Wilayah merupakan perwakilan dari kantor pusat yang membawahi suatu wilayah tertentu.
 - c) Kantor Cabang merupakan kantor cabang yang diberi kewenangan oleh kantor pusat atau kantor wilayah untuk melakukan semua transaksi perbankan. Semua transaksi perbankan dapat dilakukan oleh kantor cabang penuh.
 - d) Kantor Cabang Pembantu hanya dapat melayani beberapa aktivitas perbankan, lebih memfokuskan pada aktivitas penghimpunan dana pihak ketiga saja.
 - e) Kantor Kas kantor cabang yang paling kecil, karena aktivitas yang dapat dilakukan hanya meliputi transaksi setoran dan penarikan tunai.

Adapun produk-produk bank syariah adalah:⁶

1) Produk Pendanaan

Produk-produk pendanaan bank syariah ditujukan untuk mobilisasi dan investasi tabungan untuk pembangunan perekonomian dengan cara yang adil dapat dijamin bagi semua pihak. Tujuan mobilisasi dana merupakan hal penting karena Islam secara tegas mengutuk penimbunan tabungan dan menuntut penggunaan sumber dana secara produktif dalam rangka mencapai tujuan sosial ekonomi Islam. Berikut produk-produk pendanaan dalam perbankan syariah:

- a) Giro, dengan prinsip *wadiah* atau *mudharabah*
- b) Tabungan, dengan prinsip *wadiah*, *mudharabah* dan *qardh*
- c) Deposito/Investasi, dengan prinsip *mudharabah*
- d) Sukuk, dengan prinsip *mudharabah*

2) Produk Pembiayaan

Dari sekian banyak produk pembiayaan bank syariah, tiga produk pembiayaan utama yang mendominasi portofolio pembiayaan bank syariah adalah pembiayaan modal kerja, pembiayaan investasi, dan pembiayaan aneka barang properti. Akad yang digunakan dalam aplikasi pembiayaan tersebut sangat bervariasi dari pola bagi hasil (*mudharabah*, *musyarakah*, *musyarokah mutanaqisah*), pola jual (*murabahah*, *salam* dan

⁶Asep Supyadillah, *Ibid.*, h.70.

istishna) ataupun pola sewa (*ijarah* dan *ijarah muntahiya bittamlik*).

3) Produk Jasa Perbankan

Produk-produk jasa perbankan dengan pola lainnya pada umumnya menggunakan akad *tabarru'* yang dimaksudkan tidak memberi keuntungan, tetapi sebagai fasilitas pelayanan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Oleh karena itu bank sebagai penyedia jasa hanya membebani biaya administrasi. Jasa perbankan golongan ini yang bukan termasuk akad *tabarru'* adalah akad *sharf* yang merupakan akad pertukaran uang dengan uang dan ujr yang merupakan bagian dari *ijarah* (sewa) yang dimaksud untuk mendapat upah (*ujroh*) atau *fee*.

Beberapa bentuk jasa antara lain:

- a) Pemindahan piutang atau anjak piutang (*hawalah*)
- b) Pemberian kuasa (*wakalah*)
- c) Penjaminan/penanggungan/bank garansi (*kafalah*)
- d) Pinjaman uang yang harus dikembalikan dalam jumlah yang sama (*qardh*)
- e) Bank dapat meminta agunan sebagai jaminan hutang (*rahn*)
- f) Jual beli valuta asing (*sharf*)
- g) Kegiatan *L/C*, transfer, inkaso, kliring, dll (*wakalah*)
- h) *Payroll* (*ujrah, wakalah*)

- i) Jasa keagenan-investasi terikat (*wakalah*, atau *murabahah muqayyadah*)
- j) Kegiatan sosial (*qardh*)

2. Kualitas pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI), kualitas adalah tingkat baik buruknya sesuatu; kadar. Derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan dan sebagainya); mutu.⁷

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pelayanan dalam arti sempit adalah cara melayani, sedangkan dalam arti luas yaitu usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang).⁸

Menurut Kotler dan Amstrong, kualitas produk adalah karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan.⁹

Delly mengemukakan bahwa pelayanan diberikan kepada masyarakat itu menuntut kualitas. pelayanan diselenggarakan oleh pemerintah melalui aparturnya, walaupun tidak bertujuan mencari keuntungan, namun tetap harus mengutamakan kualitas pelayanan sesuai tuntunan, harapan dan kebutuhan masyarakat yang dilayani.¹⁰

⁷<https://kbbi.web.id/kualitas>, Diakses pada Sabtu, 20 Desember 2019 pukul 12.36 WIB.

⁸<http://kbbi.web.id/pelayanan>, Diakses pada Sabtu, 20 Desember 2019 pukul 12.36 WIB.

⁹Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), h. 20.

¹⁰Menurut Delly, sebagaimana dikutip oleh Kamaruddin Sellang, *et al*, *STRATEGI DALAM PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK: Dimensi, Konsep, Indikator dan Implementasinya*, (Purworejo: Qiara Media, 2019), h. 19.

Menurut Tjiptono dan Chandra, kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.¹¹

Menurut Wyckof, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.¹²

Menurut Goetsh dan Davis, kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendekatan yang digunakan oleh Davis ini menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir yaitu produk dan jasa, tetapi juga menyangkut kualitas manusia dan kualitas lingkungan. Sangatlah mustahil menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tanpa melalui manusia dan proses yang berkualitas.¹³

Pelayanan adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa,

¹¹Menurut Tjiptono dan Chandra, sebagaimana dikutip oleh Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), h. 57.

¹²Menurut Wyckof, sebagaimana dikutip oleh Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 180.

¹³Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h.122.

dan atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggaraan pelayanan publik.¹⁴

Oleh karena itu diperlukannya manajemen pelayanan, yaitu kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan serta mengendalikan proses pelayanan dengan standar yang sangat baik untuk memuaskan pelanggan agar tujuan perusahaan tercapai. Ada 5 hal pokok dalam merencanakan pemberian pelayanan, diantaranya:¹⁵

1) Regulasi Layanan (*Service Regulation*)

Perusahaan apapun harus menyusun dan mengembangkan jasa pelayanan pada pelanggan mencakup sistem, aturan, keputusan-keputusan prosedur dan tata cara pelayanan dan keluhan agar memudahkan dalam standar pelaksanaan pelayanan, standar pelayanan tersebut disebut juga SOP (*Standard Operating Procedures*)

2) Fasilitas-fasilitas Layanan (*Service Facilities*)

Menyangkut fasilitas utama dan pendukung seperti perlengkapan pelayanan (meja, kursi, AC, komputer, printer, buku tabunganm kartu ATM, dokumen dan lain-lain), *product knowledges* (pengetahuan prosuk), teknologi, ruangan dan lain sebagainya.

¹⁴Undang-undang Republik Indonesia No.25 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat 1

¹⁵Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima: Mencegah Pembelotan dan Membangun Customer Loyalty*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 146-156.

3) Peranan Tim Pengarah (*Advisory Team*)

Tim pengarah adalah penanggung jawab tertinggi manajemen, pimpinan, dapat dari seorang *Public Relation* atau *Manajer Operasional* yang memiliki peran dalam manajemen pelayanan, seperti membuat perencanaan dan persiapan yang teratur mengenai sistem, tata cara dan prosedur pelayanan, monitoring, memberikan motivasi dan lain sebagainya.

4) Mudah, Murah, Cepat (*Simple, Cheap, Fast*)

Mudah (*Simple*), kemudahan memperoleh pelayanan, kejelasan informasi, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanan. Sebagai contoh kemudahan dalam pembayaran dengan menggunakan kartu kredit, kartu debit, uang elektronik dan kemudahan yang lainnya yang bisa memudahkan nasabah bank untuk bertransaksi.

b. Karakteristik Pelayanan

Pelayanan atau jasa yang diberikan kepada pelanggan memiliki 4 karakteristik, seperti yang dikemukakan oleh Kotler sebagai berikut:¹⁶

1) Tidak berwujud (*Intangibility*)

Artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, di raba, di dengar atau di cium sebelum di beli. Maksudnya hanya menggunakan jasa tersebut yang mampu merasakan, sedangkan orang tidak menggunakan tetapi hanya dapat menduga dengan berdasarkan

¹⁶Yamit Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: Ekonesia,2005), Edisi1, Cet. ke-2, h. 8.

harga, orang atau peralatan yang dapat dilihatnya itu tidak mampu merasakan.

2) Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Artinya jasa tergantung pada siapa yang memberikan, kapan, dimana dan bagaimana jasa itu di berikan. Maksudnya jasa hanya dapat bernilai apabila terjadi interaksi antara penyedia dengan pelanggan yang juga merupakan fitur paling khusus dalam pemasaran jasa.

3) Mudah berubah (*Variability*)

Artinya jasa tergantung pada siapa yang memberikan, demikian pula kapan, dimana dan bagaimana jasa itu diberikan. Maksudnya jasa yang di rasakan oleh pelanggan akan berbeda-beda tergantung siapa yang memberikan baik dari segi waktu, tempat, dan cara penyampaian jasa tersebut.

4) Tidak tahan lama (*Perishability*)

Artinya jasa tidak dapat di simpan untuk dijual atau di gunakan pada waktu yang akan datang. Maksudnya jasa tidak dapat di tangguhkan penggunaannya, karena permintaan yang cenderung berfluktuasi atau berubah-ubah.

Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa pelayanan adalah keadaan dari suatu produk atau jasa yang menunjukkan kemampuan dalam bentuk aktifitas yang di berikan oleh suatu pihak yang berkonsumsi bersamaan dengan produksi tanpa menghasilkan

kepemilikan atas apapun akan tetapi mampu memberikan nilai tambah dalam rangka kebutuhan dan keinginan pelanggan.

c. Komponen Kualitas Pelayanan

Kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama, yaitu;¹⁷

- 1) *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang diterima pelanggan, *technical quality* dapat dirincikan lagi menjadi:
 - a) *Search Quality* adalah kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga.
 - b) *Experience Quality* adalah kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengonsumsi jasa, misalnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, dan kerapihan hasil.
 - c) *Credence Quality* adalah kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengonsumsi suatu jasa, misalnya kualitas operasi jantung.
- 2) *Functional Quality* adalah komponen yang berkaitan dengan cara penyampaian jasa.
- 3) *Corporate Image* yaitu profil, reputasi, citra umum dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

¹⁷Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Jatim: Bayumedia Publishing, 2005), Cet. ke-1, h. 205.

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Ada lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa, yaitu:¹⁸

- 1) *Tangible* (Bukti Fisik) merupakan suatu bentuk penampilan fisik, peralatan, teknologi, dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat. Salah satu catatan penting bagi pelaku lembaga keuangan syariah, bahwa dalam menjalankan operasional perusahaannya harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawan dalam hal berbusana yang santun, beretika dan syar'i.
- 2) *Emphaty* (Empati) merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dengan rangka mengikuti seruan Allah swt untuk berbuat baik kepada orang lain.
- 3) *Responsiveness* (Daya Tanggap) kemampuan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari konsumen harus langsung diberikan umpan balik untuk mencegah ketidakpuasan konsumen. Misalkan, ada nasabah yang kesulitan menulis formulir untuk membuka

¹⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 197.

rekening baru, maka petugas pelayanan harus langsung tanggap dan membantu dalam menuliskan pada formulir tersebut. Karena data tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan.

- 4) *Reability* (Kehandalan) adalah suatu kemampuan untuk melakukan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Sebagai seorang muslim telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan atau muamalah.
- 5) *Assurance* (Jaminan) adalah pengetahuan dan perilaku petugas untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyediaan jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi, supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan. Sehingga perusahaan tetap mendapatkan

kepercayaan dari konsumen, dan yang paling terpenting tidak melanggar syariat dalam bermuamalah.

e. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

Setiap bank selalu ingin dianggap yang terbaik dimata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Ciri-ciri pelayanan yang baik harus segera dipenuhi oleh bank sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan atau nasabah.¹⁹

- 1) Memiliki personil yang bermoral dan profesional.
- 2) Memiliki sarana dan prasarana yang meyakinkan.
- 3) Responsif, tanggap melayani tanpa iming iming tertentu.
- 4) Komunikatif, dapat memberikan penjelasan yang dimengerti.
- 5) Memiliki perilaku dan penampilan yang simpatik.
- 6) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
- 7) Memiliki penampilan dan bicara yang meyakinkan.

3. *Customer Relationship Management (CRM)*

a. Pengertian *Customer Relationship Management (CRM)*

Menurut *Francis Buttle* CRM adalah pendekatan strategi manajemen dalam upaya menciptakan, mengembangkan dan mewujudkan hubungan yang saling menguntungkan dengan pelanggan

¹⁹Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar-dasar Pemasaran Bank*, (Bandung: Linda Karya, 2006), h. 109.

dalam jangka panjang, khususnya terhadap pelanggan potensial, dalam upaya memaksimalkan *customer value* (nilai pelanggan) dan *corporate profitability*.²⁰

Manajemen hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management*) adalah manajemen hubungan antara perusahaan dengan pelanggan sehingga baik perusahaan maupun pelanggannya akan menerima nilai maksimum dari hubungan ini. Strategi ini menyadari bahwa membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan adalah suatu strategi yang bagus, karena mempertahankan pelanggan yang sudah ada biasanya akan lebih mudah daripada mendapatkan pelanggan baru. Oleh karena itu, perusahaan melakukan upaya-upaya untuk memahami para pelanggannya sehingga kebutuhan mereka akan dapat dipenuhi dan mereka akan tetap setia kepada perusahaan.²¹

CRM merupakan sebuah perubahan paradigma untuk perusahaan-perusahaan – dimana CRM itu adalah pola hidup yang bertujuan untuk mengajak customernya menjadi bagian dalam perusahaan tersebut dan berkembang untuk mendapatkan keuntungan bersama.²²

Menurut James Barner Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan salah satu unsur yang fundamental pada perusahaan untuk menjaga ketahanan

²⁰Dian Tauriana dan Andhika, “Bauran Pemasaran, Manajemen Hubungan Pelanggan Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen”, *Jurnal The Winners*, Vol. 11, No. 1, 2010, h. 34-42.

²¹Rymond McLoed, Jr., dan George P. Schell, *Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 247.

²²Ahmad Fauzi dan Eko Harli, “Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui CRM dengan Metode RAD” *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, Vol . 1, No. 1, 2017, h. 76-81.

hubungan dengan pelanggan. Tujuan dari manajemen hubungan pelanggan ini adalah untuk kepuasan jangka panjang yang melampaui transaksi individual.²³

Gagasan dibalik manajemen hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management*) adalah mengidentifikasi pelanggan mana yang akan mendapatkan perlakuan khusus berdasarkan perkiraan nilai masa depan mereka bagi perusahaan. Hal ini memerlukan estimasi tentang posisi setiap subjek dalam siklus hidup pelanggan, seperti nilai masa hidup (*lifetime value* – LTV) pelanggan berdasarkan masa manfaat yang diperkirakan dalam perusahaan, transaksi bulanan pelanggan tersebut dan biaya untuk melayani mereka.²⁴

²³James Barnes, *Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan* (Terjemahan), (Yogyakarta: Andi, 2003), h. 23.

²⁴David Olson dan Yong Shi, *Pengantar Ilmu Penggalan Data Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 234.

b. Aktifitas *Customer Relationship Management* (CRM)

Menurut Pappers dan Roger dalam Kotler dan Keller, ada empat aktifitas CRM yaitu:²⁵

1) Mengidentifikasi (*identify*)

Mengidentifikasi merupakan langkah awal yang utama dalam penerapan CRM. Banyak hal yang perlu diidentifikasi oleh perusahaan antara lain:

- a. Mengetahui siapa pelanggan.
- b. Mengetahui pelanggan yang potensial dan mana yang merugikan.
- c. Mengetahui pelanggan potensial yang bersaing.
- d. Mengidentifikasi perlu tidaknya sistem internal terkait dengan pelanggan.

Dengan melakukan identifikasi, perusahaan dapat melakukan suatu relasi dengan pelanggan, sehingga efektif untuk mengetahui pelanggan secara personal. Proses identifikasi mampu membidik pelanggan yang tepat dan mengetahui pelanggan mana yang harus dilayani, karena tidak semua segmen perlu dilayani dan mungkin tidak realistis untuk dipertahankan.

2) Mengakuisisi (*acquire*)

Setelah mengidentifikasi, perusahaan harus mampu mengakuisisi pelanggan secara efektif dan efisien. Setelah

²⁵Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2007), Jilid 2, Edisi 12, h. 17.

perusahaan memperoleh pelanggan dalam jumlah besar, maka perusahaan dapat mendeskriminasi pelanggannya. Deskriminasi yang dilakukan kepada pelanggan bertujuan agar pelanggan dapat diperingkatkan berdasarkan kontribusi yang diberikan kepada perusahaan. Dengan adanya kategorisasi yang dilakukan, perusahaan dapat memberikan perlakuan yang berbeda kepada setiap tingkatan pelanggan.

3) Mempertahankan (*retain*)

Membuat pelanggan menjadi setia atau loyal pada perusahaan, sehingga tidak mudah bersaing dengan pesaing sejenis. Untuk mempertahankan pelanggan utama perusahaan harus mempunyai keunggulan kompetitif seperti:

- a. *Reward* yang sesuai dengan keinginan pelanggan.
- b. Memberikan *financial benefit*, *social benefit* dan *structural ties*.
- c. Memberikan pelayanan secara profesional dan mampu menjaga hubungan baik dalam jangka panjang.

4) Mengembangkan (*develop*)

Apabila perusahaan memiliki sistem internal yang menunjang database pelanggan, perusahaan mampu mempelajari keinginan konsumen. Pengetahuan ini dapat menjadi keunggulan kompetitif yang bila diolah dapat dipadukan dan diproses menjadi produk dan jasa yang memiliki nilai tambah, sehingga perusahaan tidak memiliki kesulitan dalam memasarkannya. Untuk itu dapat

dilakukan fasilitasi interaksi pelanggan atau perusahaan melalui pusat kontrak perusahaan dan situs *web*.

c. Manfaat *Customer Relationship Management* (CRM)

Adapun manfaat dalam penerapan CRM yaitu:²⁶

- 1) Jumlah konsumen yang akan bertambah
- 2) Mengetahui kebutuhan konsumen
- 3) Mengurangi resiko operasional
- 4) Mampu menganalisa pola data transaksi
- 5) Mengetahui ketidak normalan pada setiap transaksi

d. Tujuan *Customer Relationship Management* (CRM)

Pada dasarnya, tujuan suatu perusahaan mengadopsi CRM adalah untuk meningkatkan ketahanan dan kepuasan pelanggan. Secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan setiap strategi CRM adalah untuk mengembangkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Sasaran utama dari CRM adalah untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang dan profitabilitas perusahaan melalui pengertian yang lebih baik terhadap kebiasaan (*behavior*) pelanggan.

Diantara tujuan CRM yang lain adalah:

- 1) Mengetahui kebutuhan pelanggan pada masa yang akan datang.
- 2) Membantu perusahaan dalam meningkatkan pelayanan yang lebih baik yang dapat diberikan kepada pelanggan.

²⁶Ahmad Fauzi dan Eko Harli, "Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui CRM dengan Metode RAD" *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, Vol . 1, No. 1, 2017, h. 76-81.

- 3) Mendapatkan pelanggan baru.
- 4) Mengetahui perbaikan yang diperlukan oleh perusahaan dalam rangka memuaskan pelanggan.
- 5) Mampu menganalisa perilaku pelanggan.
- 6) Mengurangi biaya yang dikeluarkan dalam rangka mendapatkan pelanggan baru karena dengan CRM perusahaan dapat menahan pelanggan lama untuk tetap loyal pada perusahaan.²⁷

e. Klasifikasi *Customer Relationship Management* (CRM)

Klasifikasi CRM dibagi menjadi dua, yaitu:²⁸

1) CRM Operasional

CRM Operasional dikenal sebagai “*front office*” perusahaan. Aplikasi CRM ini berperan dalam interaksi dengan pelanggan. CRM Operasional mencakup proses otomatisasi yang terintegrasi dari keseluruhan proses bisnis, seperti otomatisasi pemasaran, penjualan, dan pelayanan. Salah satu penerapan CRM yang termasuk dalam kategori operasional CRM. Melalui aplikasi CRM, suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Beberapa contoh pelayanannya, diantaranya:

- a) Menyediakan pencarian produk. Pelanggan sering kali mengalami kesulitan dalam mencari produk yang mereka inginkan, karena itu diperlukan fasilitas *search*.

²⁷Ovi Dyantina, dkk, “Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN)” *Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 4, No. 2, 2012, h. 516-529.

²⁸Yohannes Yahya W, “Penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) Aplikasi Perusahaan Dagang”, *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, Vol. 1, No. 2, 2012.

- b) Menyediakan produk atau pelayanan gratis, sesuatu yang dapat menarik pelanggan untuk mengunjungi *web* adalah tersedianya produk atau pelayanan gratis.
- c) Menyediakan pelayanan atau informasi tentang penggunaan produk.
- d) Menyediakan pemesanan *online*.
- e) Menyediakan fasilitas informasi status pemesanan.

2) CRM Analitik

CRM Analitik dikenal sebagai “*back office*” perusahaan. Aplikasi CRM ini berperan dalam memahami kebutuhan pelanggan. CRM Analitik berperan dalam melaksanakan analisis pelanggan dan pasar, seperti analisis trend pasar dan analisis perilaku pelanggan. Data yang digunakan pada CRM Analitik adalah data yang berasal dari CRM Operasional.

Pada umumnya dalam implementasi konsep CRM tersebut menekankan pemanfaatan teknologi informasi sebagai strategi menciptakan hubungan dengan Pelanggan.

Munculnya CRM sebagai alternatif solusi dalam mengelola Hubungan Pelanggan umumnya dipicu oleh beberapa konsekuensi dari perkembangan lingkungan strategis perusahaan yaitu :

- a) Pergeseran paradigma baru dari *transactional marketing* ke *relationship marketing*.

- b) Adanya transisi perkembangan struktur organisasi perusahaan dari yang semula berorientasi pada fungsi menjadi berorientasi pada proses.
- c) Adanya pemahaman bahwasanya pendekatan secara proaktif lebih baik relatif dibandingkan secara reaktif.
- d) Pemanfaatan kapabilitas informasi teknologi dalam memaksimalkan nilai pelanggan.
- e) Diyakininya pendapat bahwa pelanggan bukan hanya merupakan mitra perusahaan namun merupakan asset bisnis perusahaan.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Adanya penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti, adapun hasil penelitian yang relevan yang digunakan penulis adalah:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Destika Primasari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah pada BNI Syariah KCP Ungaran".	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan iB hasanah secara simultan mempengaruhi kepuasan nasabah pada BNI Syariah KCP Ungaran. Maka dari itu seorang karyawan BNI Syariah KCP Ungaran harus dapat melayani nasabah sesuai standar yang sudah ditentukan.	Meneliti tentang kualitas pelayanan.	Membahas tentang pengaruh kualitas produk iB Hasanah terhadap kepuasan nasabah.
2.	Mohammad Rendy Nugroho dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2014) "Pengaruh	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil Uji T-Test pada tabel 5, variabel berwujud, keandalan, dan koresponsifan berpengaruh signifikan ($P < 0,01$ dan $P < 0,05$)	Meneliti tentang kualitas pelayanan.	Membahas tentang pengaruh kualitas <i>customer service</i>

	Kualitas <i>Customer Service</i> Terhadap Kepuasan Nasabah pada BNI Syariah Cabang Fatmawati”.	dengan nilai signifikan 0,002, 0,000 dan 0,026 sedangkan variabel jaminan dan empati tidak berpengaruh signifikan ($P > 0,05$) dengan nilai signifikan masing-masing 0,828 dan 0,322. Dari hasil uji diatas maka dapat disimpulkan bahwa semakin besar pengaruh pada kualitas pelayanan <i>customer service</i> maka semakin besar pula presentase kepuasan nasabah pada BNI Syariah Cabang Fatmawati.		terhadap kepuasan nasabah.
3.	Imam Nur Syahdan dari Universitas Muhammadiyah Jakarta (2019) “Analisis Produk Tabungan IB Hasanah di BNI Syariah Cabang Fatmawati”.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tabungan iB Hasanah berjalan berdasarkan dua akad yaitu <i>wadiah</i> atau <i>mudharabah</i> , berlaku untuk nasabah perorangan ataupun non perorangan. Dengan berkembangnya sistem IT, tabungan iB Hasanah memberikan berbagai fasilitas, manfaat serta kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi kapanpun dan dimana pun sesuai dengan keinginan nasabah.	-	Menganalisis tentang produk tabungan iB Hasanah.
4.	Alinda Wulandari, “Pengaruh Produk Tabungan IB Hasanah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada BNI Syariah Kantor Cabang Palembang Jl. Jendral Sudirman KM 3,5”.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan persamaan regresi $Y = 3,362 + 0,187 X_1$ (Pelayanan) + $0,657 X_2$ (Tabungan) yang koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dan Produk Tabungan iB Hasanah terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah cabang Palembang. Dengan kata lain Pengaruh positif menunjukkan hubungan yang searah antara Kualitas Pelayanan dan Produk Tabungan iB Hasanah terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah cabang Palembang.	Meneliti tentang kualitas pelayanan.	Membahas tentang pengaruh produk tabungan iB Hasanah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
5.	Wari Sugiana dari Institut Agama Islam Negeri Purwakerto (2018) “Strategi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persaingan di dunia perbankan khususnya dalam memberikan layanan keuangan	Meneliti tentang kualitas pelayanan.	Membahas tentang strategi meningkatka

	Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui Digitalisasi Produk Perbankan di BNI Syariah KCP Bulaksumur Yogyakarta”.	terhadap nasabah semakin ketat, maka perbankan syariah harus mampu tampil modern, mempunyai perspektif global, dan memiliki layanan berbasis digital. BNI Syariah KCP Bulaksumur Yogyakarta mempunyai strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan, yaitu melalui produk layanan berbasis digital.		n kualitas pelayanan melalui digitalisasi produk perbankan.
--	--	--	--	---

Yang membedakan dari semua penelitian terdahulu dengan penelitian penulis adalah manajemen hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management*). Dimana, CRM ini menjadi keunikan dari penelitian penulis karena di dalam penelitian terdahulu belum terdapat pembahasan tentang CRM.

Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan menggunakan pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara. Dalam penelitian yang dilakukan penulis hasil temuan dan pembahasan berupa gambaran, kata-kata dan bukan angka.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan di BNI Syariah Kantor Cabang Bekasi dengan pendekatan *Customer Relationship Management (CRM)*.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

BNI Syariah Kantor Cabang Bekasi Ruko Sentral Niaga Kalimalang, Jl. Jend. Ahmad Yani Blok A6 No.1-2, RT.005 RW.011, Kayuringin Jaya, Kec. Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat 17144.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan sejak bulan Oktober 2019 – Februari 2020.

C. Latar Penelitian

Terjadinya peningkatan jumlah kedatangan nasabah yang menggunakan fasilitas pelayanan bank sangat mempengaruhi kenyamanan dari nasabah itu sendiri. Selain itu, tingginya arus kedatangan nasabah pada waktu-waktu tertentu menyebabkan antrian yang panjang dan lama. Subjek dari penelitian ini adalah pelayanan yang dilakukan *customer service* dan *teller*.

D. Metode dan Prosedur Penelitian

Metode penelitian merupakan ilmu yang mempelajari atau alat untuk penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan tentang apa yang dialami subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain.¹ Dalam artian lain penelitian kualitatif yaitu penelitian yang berupa kata-kata atau gambar bukan angka-angka, walaupun ada angka-angka sifatnya sebagai penunjang.²

Jenis penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang hanya menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi atau berbagai variabel.³ Jenis penelitian deskriptif ini digunakan untuk menemukan pengetahuan seluas-luasnya tentang objek penelitian pada masa atau saat tertentu sehingga lebih mudah menyajikan dan menganalisis secara sistematis dan akhirnya dapat dipahami dan disimpulkan.⁴

Metode studi kasus adalah salah satu penelitian yang dapat memecahkan masalah atau objek pada suatu fenomena terutama pada cabang ilmu sosial. Penelitian studi kasus mempunyai keunikan yaitu

¹Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), h.6.

²Danin Sudarwan, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), h.51.

³Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), h.33.

⁴M.Manulang, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Balai Aksara, 1999), h.137.

peneliti sebelumnya sudah mempunyai pandangan bahwa dilokasi tempat penelitian ada sesuatu masalah yang unik, atau bahkan menyimpang.⁵

E. Data dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁶ Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian, yaitu dengan kuesioner, wawancara dan dokumentasi.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁷ Data sekunder didapat dari berbagai sumber dari studi kepustakaan seperti buku, jurnal, hasil penelitian dan sebagainya.

F. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis

⁵Faiq Abdul Aziz, "Kualitas Pelayanan Pendidikan Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Dian Gitaya", *Jurnal Pendidikan Teknik Tata Boga*, Vol. 18, No. 1, 2017, h. 4.

⁶Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h.225

⁷Sugiyono, *Ibid.*

kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.⁸

2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang mengandung arti barang-barang tertulis, maka metode dokumentasi berarti mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.⁹

G. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah analisis data. Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara menyusun data ke dalam kategori, menjabarkannya, melakukan sintesa, menyusunnya ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga lebih mudah dipahami. Untuk menjawab permasalahan yang

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 14.

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 142.

sudah dirumuskan, maka prosedur analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis data kualitatif dengan tahapan sebagai berikut:

1. Pengumpulan data, pada tahap ini peneliti mengumpulkan sebuah catatan lapangan yang telah dibuat berdasarkan wawancara dari pengamatan yang telah dibuat.
2. Reduksi dan kategorisasi data, pada tahap ini dilakukan proses penyederhanaan dan pengkategorian data.
3. Display data, merupakan proses menampilkan data hasil reduksi dan kategorisasi dalam matriks berdasarkan kriteria tertentu.
4. Penarikan kesimpulan, apabila hasil display data menunjukkan bahwa data yang diperoleh telah cukup dan sesuai dengan informasi yang dibutuhkan, dimulailah penarikan kesimpulan menggunakan teori dan hasil data di lapangan.¹⁰

H. Validitas Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi:

1. Kredibilitas

Kredibilitas itu sendiri adalah ukuran kebenaran data kualitatif yang dikumpulkan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi sesuai dengan fakta dilapangan (informasi yang digali dari subyek atau partisipan yang diteliti), yang menggambarkan kecocokan konsep peneliti dengan hasil penelitian. Keabsahan atas hasil-hasil penelitian dilakukan melalui :

¹⁰Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Alfabeta, 2015), h. 92.

- a. Peneliti melibatkan hal-hal ditempat penelitian.
- b. Pengamatan secara terus-menerus
- c. Triangulasi, baik metode dan sumber untuk mengecek kebenaran data
- d. Pelibatan teman untuk berdiskusi, memberikan masukan dan kritik dalam proses penelitian, menggunakan bahan referensi untuk meningkatkan nilai kepercayaan akan kebenaran data yang diperoleh dalam bentuk rekaman, tulisan, dan lain-lain.¹¹

2. Tranferabilitas

Tranferabilitas dalam penelitian kualitatif adalah nilai transfer yang bergantung pada si pemakai. Oleh karena itu supaya orang lain dapat memhami hasil penelitian kualitatif sehingga ada kemungkinan untuk menerapkan hasil penelitian, maka peneliti dalam membuat laporannya harus memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis dan dapat dipercaya.¹²

3. Dependabilitas

Adanya pengecekan atau penilaian akan ketetapan peneliti dalam mengkonseptualisasikan apa yang diteliti merupakan cerminan dari kemantapan dan ketetapan menurut standar reliabilitas penelitian. Makin konsisten peneliti dalam keseluruhan proses penelitian baik dalam kegiatan pengumpulan data, interpretasi temuan dalam melaporkan hasil penelitian, akan semakin memenuhi standar

¹¹Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Pemahaman Filosofi dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi)*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h.59.

¹²Burhan Bungin, *Ibid.*, h.61.

dependabilitas. Salah satu upaya untuk menilai dependabilitas adalah dengan melakukan audit (pemeriksaan) dependabilitas itu sendiri. Ini dapat dilakukan oleh auditor yang independen, dengan melakukan review terhadap seluruh hasil penelitian.¹³

4. Konfirmabilitas

Konfirmabilitas yaitu menguji hasil penelitian dikaitkan dengan proses yang dilakukan, apabila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi sumber konfirmabilitas. Peneliti dapat melakukan penelitian dengan prosedur untuk memeriksa kembali keabsahan data. Jadi, kriteria kepastian atau objektivitas menekankan pada datanya.¹⁴

¹³Burhan Bungin *Ibid.*, h.62.

¹⁴Burhan Bungin, *Ibid.*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BNI Syariah

1. Profil BNI Syariah¹

Tabel 4.1
Profil Perusahaan

Nama Perusahaan	PT BANK BNI SYARIAH
Alamat Email	info@bnisyariah.co.id .
Alamat Perseroan	Gedung Tempo Pavilion 1 Jl. HR Rasuna Said Kav 10-11, Lt 3-8, Jakarta 12950, Indonesia.
Alamat Website	www.bnisyariah.co.id .
Dasar Hukum Pendirian	Surat Keputusan Menteri Hukum & HAM Nomor : AHU-15574, AH.01.01.TAHUN 2010, TANGGAL 25 MARET 2010.
Jaringan	<ol style="list-style-type: none">1. 67 Kantor Cabang/Branch Offices.2. 165 Kantor Cabang Pembantu/Sub-branches.3. 17 Kantor Kas/Cash Office.4. 8 Kantor Fungsional/Functional Office.5. 22 Mobil Layanan Gerak/Mobile Services Vehicles.6. 20 Payment Point/Payment Points.7. 202 Mesin ATM BNI/BNI ATM Machines.8. 1500 Outlet/Outlets.
Kegiatan Usaha	Bergerak di Bidang Usaha Perbankan Syariah sesuai dengan Anggaran Dasar BNI Syariah No. 160 tanggal 22 Maret 2010
Kepemilikan	<ol style="list-style-type: none">1. PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK : 99,94%.2. PT BNI LIFE INSURANCE : 0,06%.
Lembaga dan Profesi Penunjang	<ol style="list-style-type: none">1. Kantor Akuntan Publik Public Accounting Firm Tanudiredja, Wibisana & Rekan Plaza 89, Jl. H.R Rasuna Said Kav X-7 No. 6 Jakarta 12940, PO Box 2473 JKP 10001 Telepon +6221 - 5212901 Fax: +6221 - 52905555, 52905050 www.pwc.com/id.

¹BNI Syariah, *Profil BNI Syariah*, Diakses dari www.bnisyariah.co.id pada hari Selasa, 4 Februari 2020 pukul 11.00 WIB.

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Lembaga Pemeringkat Efek Credit Rating Agency PT Pefindo Panin Tower Senayan City lantai 17 Jl. Asia Afrika Lot 19 Jakarta 10270, Indonesia Telepon: +6221-7278-2370 Website: www.pefindo.com. 3. Notaris Notary Fathiah Helmi, S.H. Graha Irama Lantai 6-C Jl HR Rasuna Said Kav 1-2 BI X-1 Kuningan Timur, Setiabudi Jakarta 12950 Telepon: +6221-52907304, +6221-52907305, +6221-52907306 Fax: +6221-5261136. 4. Wali Amanat PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Gedung BRI, Lantai 3 Jl. Jend. SudirmanKav. 44-46 Jakarta 10210 Telp 021 575 8130 Fax. 021 251 0316.
Modal Dasar	Rp 4.004.000.000.000.
Modal Ditempatkan dan Disetor Penuh	Rp 2.501.500.000.000.
No. Telp/Fax	+62-21 2970 1946 (T) / +62-21 2966 7947 (F).
Segmen Usaha Pembiayaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bisnis Komersial (Commercial Business). 2. Bisnis Konsumer & Ritel (Consumer & Retail Business). 3. Bisnis Mikro (Micro Business). 4. Bisnis Tresuri dan Internasional (Treasury & International Business).
Tanggal Efektif Operasional	19 Juni 2010

Sumber: www.bnisyariah.co.id

2. Sejarah BNI Syariah

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya

UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH. Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT BNI Syariah. Dan di dalam *Corporate Plan* UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.²

3. Visi dan Misi BNI Syariah³

Visi

Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

Misi

- a. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- b. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- c. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- d. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- e. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

²BNI Syariah, *Sejarah BNI Syariah*, Diakses dari www.bnisyariah.co.id pada hari Selasa, 4 Februari 2020 pukul 11.10 WIB.

³BNI Syariah, *Visi dan Misi BNI Syariah*, Diakses dari www.bnisyariah.co.id pada hari Selasa, 4 Februari 2020 pukul 11.15 WIB.

4. Kegiatan Operasional BNI Syariah

Kegiatan Operasional BNI Syariah dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu kegiatan penghimpun dana, penyaluran dana, serta menyediakan jasa-jasa lainnya. Adapun kegiatan operasional BNI Syariah adalah sebagai berikut:⁴

a. Penghimpunan Dana (*Funding*)

1) Produk Tabungan

Tabungan merupakan simpanan dalam bentuk mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah* dan akad *wadiah*. Bank sebagai pihak yang bebas tanpa pembatasan dari pemilik dana menyalurkan dana nasabah tersebut dalam bentuk pembiayaan kepada usaha-usaha yang menguntungkan dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Atas keuntungan yang didapat dari penyaluran dana, bank memberikan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati.

Jenis tabungan yang ada di BNI Syariah yaitu:

a) Tabungan iB Hasanah

Yaitu tabungan dengan akad *mudharabah* atau *wadiah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan dalam mata uang Rupiah.

b) Tabungan iB Bisnis Hasanah

⁴BNI Syariah, *Kegiatan Operasional BNI Syariah*, Diakses dari www.bnisyariah.co.id pada hari Selasa, 4 Februari 2020 pukul 11.20 WIB.

Yaitu tabungan dengan akad *mudharabah* yang dilengkapi dengan detail mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dan bagi hasil yang lebih kompetitif dalam mata uang Rupiah.

c) Tabungan iB Prima Hasanah

Yaitu tabungan dengan akad *mudharabah* yang memberikan berbagai fasilitas dan kemudahan bagi nasabah segmen *high networth individuals* secara perorangan dalam mata uang rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif.

d) Tabungan iB Tunas Hasanah

Yaitu tabungan dengan akad *wadiah* yang diperuntukan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun.

2) Produk Tansaksi

Giro iB Hasanah

Simpanan Giro iB Hasanah merupakan produk penyimpanan dana yang menggunakan prinsip *wadiah yad dhamanah* (titipan murni). Pada bank ini nasabah menitipkan dana dan bank akan mempergunakan dana tersebut sesuai dengan prinsip syariah dan menjamin akan mengembalikan titipan tersebut secara utuh bila sewaktu-waktu nasabah membutuhkannya.

3) Produk Investasi

a) Deposito iB Hasanah

Deposito iB Hasanah adalah simpanan berjangka yang ditujukan untuk berinvestasi bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan prinsip *mudharabah muthlaqah*. Dana nasabah dikelola dengan cara disalurkan melalui pembiayaan usaha produktif yang sesuai dengan prinsip syariah dan menghasilkan bagi hasil yang kompetitif bagi nasabah.

b) Tabungan iB Baitullah Hasanah

Tabungan dengan akad *mudharabah* atau *wadiah* yang dipergunakan sebagai sarana untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah haji (regular/khusus) dan merencanakan ibadah umrah sesuai keinginan penabung dengan sistem setoran bebas atau bulanan dalam mata uang rupiah dan USD.

c) Tabungan iB Tapenas Hasanah

Yaitu tabungan dengan akad *mudharabah* untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana pendidikan masa depan lainnya.

b. Penyaluran Dana (*Lending*)

1) Produktif

a) Tunas Usaha iB Hasanah

Tunas Usaha iB Hasanah (TUS) adalah pembiayaan modal kerja dan atau investasi yang diberikan untuk usaha produktif yang *feasible* namun belum *bankable* dengan prinsip syariah dalam rangka mendukung pelaksanaan Instruksi Presiden Nomor 6 tahun 2007.

b) Wirausaha iB Hasanah

Wirausaha iB Hassanah (WUS) adalah fasilitas pembiayaan produktif yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif (modal kerja dan investasi) yang tidak bertentangan dengan syariah dan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.

c) Usaha Kecil iB Hasanah

Yaitu fasilitas pembiayaan produktif yang diberikan untuk pengembangan usaha yang *feasible* guna memenuhi kebutuhan modal kerja atau investasi.

d) Umrah Keluarga Hasanah

2) Konsumtif

a) Griya iB Hasanah

Griya iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta

rumah indent, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon.

b) Fleksi iB Hasanah

Yaitu fasilitas pembiayaan konsumtif bagi pegawai atau karyawan suatu perusahaan atau lembaga atau instansi untuk pembelian barang dan penggunaan jasa sesuai dengan syariah islam.

c) Multiguna iB Hasanah

Multiguna iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli barang kebutuhan konsumtif dengan agunan berupa barang yang dibiayai (apabila bernilai materil) dan atau *fixed asset* yang ditujukan untuk kalangan professional dan pegawai aktif yang memiliki sumber pembayaran kembali dari penghasilan tetap dan tidak bertentangan dengan undang-undang/hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan Syariah Islam.

d) Pembiayaan Emas iB Hasanah

Yaitu fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur secara pokok setiap bulannya melalui akad *murabahah* (jual beli).

e) Pembiayaan iB Oto Hasanah

Oto iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif *murabahah* yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor dengan agunan kendaraan bermotor yang dibiayai dengan pembiayaan ini.

f) Hasanah Card

Yaitu kartu pembiayaan yang berfungsi sebagai kartu kredit berdasarkan prinsip syariah, yaitu dengan sistem perhitungan biaya bersifat tetap, adil, transparan, dan kompetitif tanpa perhitungan bunga.

g) CCF iB Hasanah

CCF iB Hasanah adalah pembiayaan yang dijamin dengan *cash*, yaitu jaminan dengan simpanan dalam bentuk Deposito, Giro, dan Tabungan yang diterbitkan BNI Syariah.

h) Multijasa iB Hasanah

Multijasa iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada masyarakat untuk kebutuhan jasa dengan agunan berupa *fixed asset* atau kendaraan bermotor selama jasa dimaksud tidak bertentangan dengan undang-undang/hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan Syariah Islam.

i) Talangan Haji iB Hasanah

Pembiayaan THI iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang ditujukan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan biaya setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh Departemen Agama, untuk mendapatkan nomor seat porsi haji dengan menggunakan akad *ijarah*.

c. Produk Jasa

Produk jasa yang ada pada BNI Syariah adalah:

- 1) Kartu ATM/Debit
- 2) Jasa Bisnis & Keuangan
- 3) Jasa *e-Banking*
- 4) Jasa Bisnis Internasional
- 5) Kliring (proses pelunasan hutang piutang piutang antar bank).
- 6) Transfer atau kirim uang.

5. Budaya Kerja BNI Syariah

Selain mendasarkan kegiatan usaha dan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah, hukum positif, serta regulasi yang berlaku di Indonesia, seluruh insan BNI Syariah juga memiliki BudayaKerja yang menjadi panduan dalam setiap perilakunya, yaitu Amanah dan Jamaah.

AMANAHA

- a. Jujur dan menepati janji
- b. Bertanggung jawab
- c. Bersemangat untuk menghasilkan karya terbaik

- d. Bekerja ikhlas dan mengutamakan niat ibadah
- e. Melayani melebihi harapan

JAMAAH

- a. Peduli dan berani memberi maupun menerima umpan balik yang konstruktif
- b. Membangun sinergi secara profesional
- c. Membagi pengetahuan yang bermanfaat
- d. Memahami keterkaitan proses kerja
- e. Memperkuat kepemimpinan yang efektif

HASANAH

Merupakan Budaya Kerja Perusahaan (*Corporate Value*) BNI Syariah yang menjadi karakter utamabagi karyawan dan perusahaan sehingga BNI Syariah dapat mudah dikenal.

Tata Nilai ini disusun dengan semangat memberikan kebaikan dengan cara membangun nilai-nilai, baik pada setiap Produk, Jasa serta perilaku keseharian *Insan Hasanah*. Sosok Insan Hasanah dicapai secara kolektif dengan melaksanakan pilar – pilar *Amanah* dan *Jamaah*.

Hasanah merupakan *corporate campaign* BNI Syariah yang memiliki makna “segala kebaikan” bagi diri sendiri, masyarakat, maupun bangsa dan negara baik di dunia maupun di akhirat (*QS.Al-Baqarah : 201*). Hasanah merupakan sebuah nilai yang disarikan dari Al-Qur’an dan menjadi identitas BNI Syariah dalam menebarkan kebaikan melalui *Insan Hasanah* dan produk/layanannya. Cita – cita mulia yang ingin

disampaikan melalui nilai *Hasanah* adalah kehadiran BNI Syariah dapat membawa kebaikan bagi seluruh pihak serta menjadi *Rahmatan Lil' Alamin*. *Hasanah* didasari oleh *Maqoshid Syariah* yang berarti tujuan dari ditetapkannya syariah (hukum agama) yaitu untuk melindungi keyakinan, keberlangsungan hidup, dan hak asasi manusia terdiri dari lima hal yaitu menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, menjaga keturunan, dan menjaga harta.⁵

6. Struktur Organisasi BNI Syariah KC Bekasi

Dalam setiap perusahaan ataupun lembaga perbankan struktur organisasi mempunyai arti sangat penting agar pelaksanaan kegiatan maupun usaha dapat berjalan dengan baik dan lancar, sesuai dengan hierarki dan masing-masing unsur dapat berjalan dengan profesional, simbiosis mutualisme dan sistematis. Bentuk organisasi dapat berbeda-beda antara satu bank dengan yang lainnya.

Berdasarkan data pada BNI Syariah, struktur organisasi BNI Syariah sebagai berikut:⁶

a. Dewan Komisaris

Komisaris Utama	: Fero Poerbonegoro
Komisaris Independen	: Max R. Niode
Komisaris	: Imam Budi Sarjito

⁵Laporan Tahunan 2018, *Budaya Kerja BNI Syariah*, Diakses dari www.bnisyariah.co.id pada hari Selasa, 4 Februari 2020 pukul 11.30 WIB.

⁶BNI Syariah, *Struktur Organisasi BNI Syariah*, diakses dari www.bnisyariah.co.id pada hari Selasa, 4 Februari 2020 pukul 12.00 WIB.

b. Direksi

Direksi Utama : Abdullah Firman Wibowo

Direktur Bisnis SME & Komersial : Dhias Widhiyati

Direktur Kepatuhan & Resiko : Tribuana Tunggadewi

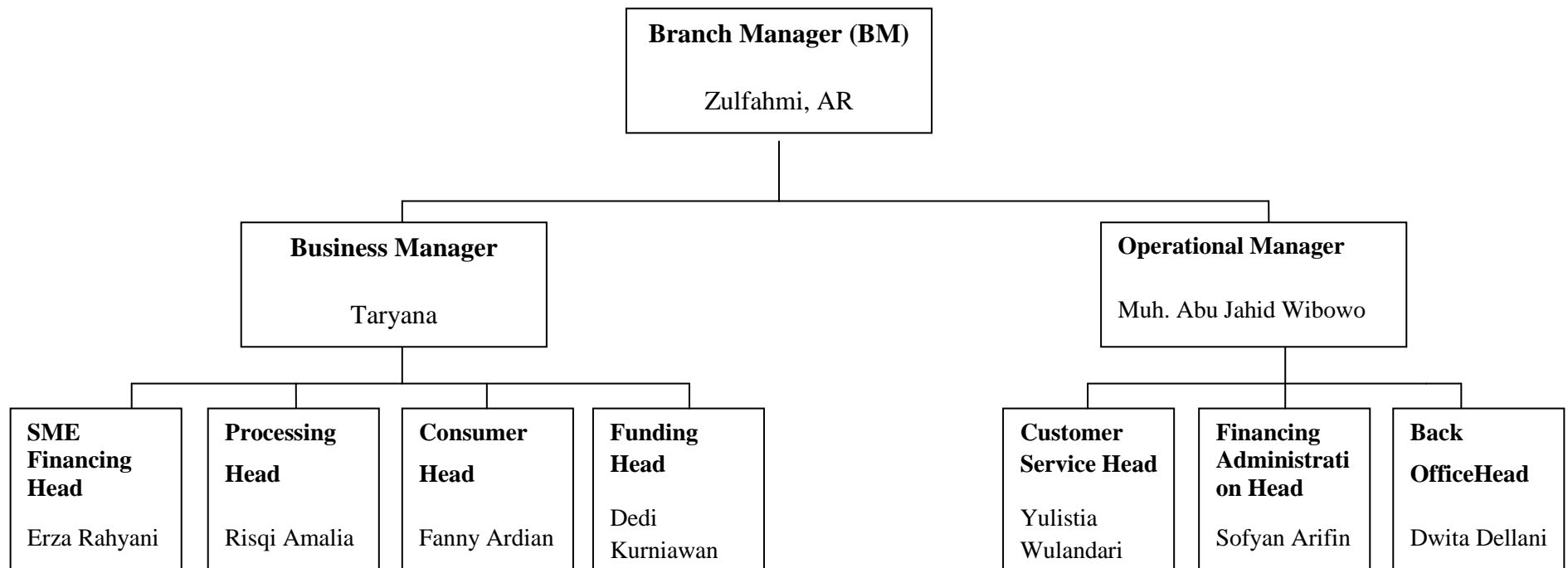
c. Dewan Pengawas Syariah

Ketua : Dr. Hasanudin, M.Ag

Anggota : Ah.Azharuddin Lathif, M.Ag. M.H

Gambar 4.1

Struktur Organisasi BNI Syariah Kantor Cabang Bekasi



Sumber: Wawancara Pribadi dengan *Back Office* BNI Syariah KC Bekasi

B. Temuan Penelitian

Adapun hasil penyebaran kuesioner kepada *customer service* dan *teller* di kantor cabang dan semua kantor cabang pembantu BNI Syariah Bekasi yang berjumlah 22 orang responden dengan 25 pernyataan serta 5 orang nasabah yang di wawancarai dengan 10 pertanyaan guna memperkuat hasil temuan yang telah penulis lakukan. Penulis mencoba menganalisanya menggunakan presentase. Poin-poin pernyataannya sebagai berikut:

1. Pelayanan nasabah yang dilakukan *customer service* dan *teller*.

a. Ruang pelayanan bersih dan nyaman

Tabel 4.2

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	-	-
5.	Sangat Setuju	22	100%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.2 tentang kualitas layanan karena ruang pelayanan yang bersih dan nyaman, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang atau (100%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* sangat setuju terhadap ruang pelayanan yang bersih dan nyaman.

b. Bank menggunakan peralatan yang canggih dan modern

Tabel 4.3

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	1	4,5%
5.	Sangat Setuju	21	95,5%

Sumber: Lembar Kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.3 tentang kualitas layanan karena bank menggunakan peralatan yang canggih dan modern, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab setuju sebanyak 1 orang atau (4,5%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang atau (95,5%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* sangat setuju terhadap bank yang menggunakan peralatan yang canggih dan modern.

c. Anda berpenampilan rapi

Tabel 4.4

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	-	-
5.	Sangat Setuju	22	100%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.4 tentang kualitas layanan karena berpenampilan rapi, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab sangat setuju sebanyak 22

orang atau (100%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* sangat setuju terhadap pernyataan berpenampilan rapi.

d. Anda memperlakukan nasabah dengan sabar

Tabel 4.5

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	3	13,6%
5.	Sangat Setuju	19	86,4%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.5 tentang kualitas layanan karena memperlakukan nasabah dengan sabar, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab setuju sebanyak 3 orang atau (13,6%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang atau (86,4%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* sangat setuju terhadap pernyataan memperlakukan nasabah dengan sabar sebanyak 19 orang atau (86,4%).

e. Anda melayani nasabah dengan memberi senyum dan salam

Tabel 4.6

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	-	-
5.	Sangat Setuju	22	100%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.6 tentang kualitas layanan karena melayani nasabah dengan senyum dan salam, dapat dijelaskan melalui pilihan

customer service dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang atau (100%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* sangat setuju terhadap pernyataan melayani nasabah dengan senyum dan salam.

f. Pelayanan yang diberikan lambat

Tabel 4.7

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	20	90,9%
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	-	-
5.	Sangat Setuju	2	9,1%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.7 tentang kualitas layanan karena pelayanan yang diberikan lambat, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab sangat tidak setuju sebanyak 20 orang atau (90,9%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 2 orang atau (9,1%). Dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan cepat, dibuktikan dengan yang menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan pelayanan yang diberikan lambat sebanyak 20 orang atau (90,9%).

g. Anda melayani nasabah dengan sepenuh hati

Tabel 4.8

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	4	18,2%
5.	Sangat Setuju	18	81,8%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.8 tentang kualitas layanan karena melayani nasabah dengan sepenuh hati, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab setuju sebanyak 4 orang atau (18,2%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau (81,8%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* sangat setuju terhadap pernyataan melayani nasabah dengan sepenuh hati sebanyak 18 orang atau (81,8%).

h. Anda mampu menjawab semua pertanyaan nasabah

Tabel 4.9

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	3	13,6%
3.	Netral	4	18,2%
4.	Setuju	7	31,8%
5.	Sangat Setuju	8	36,4%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.9 tentang kualitas layanan karena mampu menjawab semua pertanyaan nasabah, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang atau (13,6%), netral sebanyak 4 orang atau (18,2%), setuju sebanyak 7 orang atau (31,8%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 8 orang atau (36,4%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* mampu menjawab semua pertanyaan nasabah, ini terlihat dari 8 orang atau (36,4%) menjawab sangat setuju.

i. Anda dapat diandalkan dalam menangani masalah pelayanan

Tabel 4.10

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	1	4,5%
3.	Netral	3	13,6%
4.	Setuju	9	40,9%
5.	Sangat Setuju	9	40,9%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.10 tentang kualitas layanan karena dapat diandalkan dalam menangani masalah pelayanan, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau (4,5%), netral sebanyak 3 orang atau (13,6%), setuju sebanyak 9 orang atau (40,9%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 9 orang atau (40,9%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* dapat diandalkan dalam menangani masalah pelayanan, ini terlihat dari 9 orang atau (40,9%) menjawab sangat setuju.

j. Anda bersikap empati terhadap permasalahan nasabah

Tabel 4.11

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	11	50%
5.	Sangat Setuju	11	50%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.11 tentang kualitas layanan karena bersikap empati terhadap permasalahan nasabah, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab setuju

sebanyak 11 orang atau (50%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 orang atau (50%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* sangat setuju terhadap pernyataan bersikap empati terhadap permasalahan nasabah.

k. Menjaga hubungan baik jangka panjang dengan nasabah

Tabel 4.12

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	11	50%
5.	Sangat Setuju	11	50%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.12 tentang kualitas layanan karena menjaga hubungan baik jangka panjang dengan nasabah, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab setuju sebanyak 11 orang atau (50%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 orang atau (50%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* sangat setuju terhadap pernyataan menjaga hubungan baik jangka panjang dengan nasabah.

l. Cepat dan tanggap dalam mengatasi keluhan nasabah

Tabel 4.13

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	2	9,1%
5.	Sangat Setuju	20	90,9%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.13 tentang kualitas layanan karena cepat dan tanggap dalam mengatasi keluhan nasabah, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab setuju sebanyak 2 orang atau (9,1%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau (90,9%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* cepat dan tanggap dalam mengatasi keluhan nasabah, ini terlihat dari 20 orang atau (90,9%) menjawab sangat setuju.

m. Pengetahuan dan keterampilan anda sesuai dengan tugas yang diberikan

Tabel 4.14

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	15	68,2%
5.	Sangat Setuju	7	31,8%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.14 tentang kualitas layanan karena pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan tugas yang diberikan, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab setuju sebanyak 15 orang atau (68,2%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 orang atau (31,8%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* setuju sebanyak 15 orang atau (68,2%) dengan pernyataan pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan tugas yang diberikan.

n. Anda mampu menumbuhkan rasa percaya pada nasabah

Tabel 4.15

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	1	4,5%
5.	Sangat Setuju	21	95,5%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.15 tentang kualitas layanan karena mampu menumbuhkan rasa percaya pada nasabah, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab setuju sebanyak 1 orang atau (4,5%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang atau (95,5%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* mampu menumbuhkan rasa percaya pada nasabah, ini terlihat dari 21 orang atau (95,5%) menjawab sangat setuju.

o. Anda dapat memahami para nasabah sehingga kebutuhan mereka akan dapat dipenuhi

Tabel 4.16

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	2	9,1%
4.	Setuju	11	50%
5.	Sangat Setuju	9	40,9%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.16 tentang kualitas layanan karena dapat memahami para nasabah sehingga kebutuhan mereka akan dapat dipenuhi, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer*

service dan *teller* menjawab netral sebanyak 2 orang atau (9,1%), setuju sebanyak 11 orang atau (50%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 9 orang atau (40,9%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* mampu memahami nasabah sehingga kebutuhan mereka dapat dipenuhi, ini terlihat dari 11 orang atau (40,9%) menjawab setuju.

p. Anda membuat nasabah nyaman dan aman saat melakukan transaksi

Tabel 4.17

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	2	9,1%
5.	Sangat Setuju	20	90,9%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.17 tentang kualitas layanan karena membuat nasabah nyaman dan aman saat melakukan transaksi, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab setuju sebanyak 2 orang atau (9,1%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau (90,9%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* berhasil membuat nasabah nyaman dan aman saat melakukan transaksi, ini terlihat dari 20 orang atau (90,9%) menjawab sangat setuju.

q. Pelayanan dan informasi yang diberikan melalui web/internet baik

Tabel 4.18

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	3	13,6%
3.	Netral	7	31,8%
4.	Setuju	11	50%
5.	Sangat Setuju	1	4,5%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.18 tentang kualitas layanan karena pelayanan dan informasi yang diberikan melalui web/internet baik, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang atau (13,6%), netral sebanyak 7 orang atau (31,8%), setuju sebanyak 11 orang atau (50%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 1 orang atau (4,5%). Dapat disimpulkan bahwa pelayanan dan informasi yang diberikan melalui web/internet cukup baik, ini terlihat dari 11 orang atau (50%) menjawab setuju.

2. Cara perusahaan menjaga kualitas layanan kepada karyawan.

a. Perusahaan memberikan pelatihan kepada anda

Tabel 4.19

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	-	-
5.	Sangat Setuju	22	100%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.19 tentang cara perusahaan menjaga kualitas layanan terhadap karyawan karena perusahaan memberikan pelatihan, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang atau (100%). Dapat disimpulkan bahwa *customer service* dan *teller* mendapatkan pelatihan, ini terlihat dari 22 orang atau (100%) menjawab sangat setuju.

b. Peserta pelatihan dipilih melalui selektif yang objektif oleh perusahaan

Tabel 4.20

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	-	-
5.	Sangat Setuju	22	100%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.20 tentang cara perusahaan menjaga kualitas layanan terhadap karyawan karena peserta pelatihan dipilih melalui selektif yang objektif oleh perusahaan, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang atau (100%). Dapat disimpulkan bahwa peserta pelatihan dipilih melalui selektif yang objektif oleh perusahaan, ini terlihat dari 22 orang atau (100%) menjawab sangat setuju.

c. Pelatihan dilakukan oleh semua karyawan

Tabel 4.21

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	-	-
5.	Sangat Setuju	22	100%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.21 tentang cara perusahaan menjaga kualitas layanan terhadap karyawan karena pelatihan dilakukan oleh semua karyawan, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang atau (100%). Dapat disimpulkan bahwa pelatihan diikuti oleh semua karyawan, ini terlihat dari 22 orang atau (100%) menjawab sangat setuju.

d. Perusahaan memberikan *reward* kepada karyawan yang berprestasi

Tabel 4.22

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	-	-
5.	Sangat Setuju	22	100%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.22 tentang cara perusahaan menjaga kualitas layanan terhadap karyawan karena perusahaan memberikan *reward* kepada karyawan yang berprestasi, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab sangat setuju

sebanyak 22 orang atau (100%). Dapat disimpulkan bahwa perusahaan memberikan *reward* kepada karyawan yang berprestasi, ini terlihat dari 22 orang atau (100%) menjawab sangat setuju.

3. Dampak pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

a. Nasabah merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan

Tabel 4.23

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	1	4,5%
4.	Setuju	10	45,5%
5.	Sangat Setuju	11	50%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.23 tentang dampak pelayanan yang diberikan kepada nasabah karena nasabah merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab netral sebanyak 1 orang atau (4,5%), setuju sebanyak 10 orang atau (45,5%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 orang atau (50%). Dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan, ini terlihat dari 11 orang atau (50%) menjawab sangat setuju.

b. Nasabah memberikan respon positif pada saat pelayanan berlangsung

Tabel 4.24

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	4	18,2%
5.	Sangat Setuju	18	81,8%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.24 tentang dampak pelayanan yang diberikan kepada nasabah karena nasabah memberikan respon positif pada saat pelayanan berlangsung, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab setuju sebanyak 4 orang atau (18,2%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau (81,8%). Dapat disimpulkan bahwa nasabah memberikan respon positif pada saat pelayanan berlangsung, ini terlihat dari 18 orang atau (81,8%) menjawab sangat setuju.

c. Adanya keluhan yang disampaikan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan

Tabel 4.25

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	12	54,5%
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	9	40,9%
5.	Sangat Setuju	1	4,5%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.25 tentang dampak pelayanan yang diberikan kepada nasabah karena adanya keluhan yang disampaikan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab tidak setuju sebanyak 12 orang atau (54,5%), setuju sebanyak 9 orang atau (40,9%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 1 orang atau (4,5%). Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat keluhan yang disampaikan nasabah, ini terlihat dari 12 orang atau (54,5%) menjawab tidak setuju.

d. Terdapat nasabah yang merugikan karyawan atau perusahaan

Tabel 4.26

No.	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	16	72,7%
3.	Netral	-	-
4.	Setuju	5	22,7%
5.	Sangat Setuju	1	4,5%

Sumber: Lembar kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.26 tentang dampak pelayanan yang diberikan kepada nasabah karena terdapat nasabah yang merugikan karyawan atau perusahaan, dapat dijelaskan melalui pilihan *customer service* dan *teller*. *Customer service* dan *teller* menjawab tidak setuju sebanyak 16 orang atau (72,7%), setuju sebanyak 5 orang atau (22,7%) dan yang menjawab sangat setuju 1 orang atau (4,5%). Dapat disimpulkan bahwa tidak ada nasabah yang merugikan karyawan atau perusahaan, ini terlihat dari 16 orang atau (72,7%) menjawab tidak setuju.

C. Pembahasan Temuan Penelitian

Berdasarkan pada temuan penelitian yang didapat dari kuesioner yang menggunakan teori kualitas layanan. Kemudian kuesioner diperkuat dengan hasil wawancara terhadap beberapa nasabah. Berikut penjelasannya dibawah ini:

Berdasarkan tabel 4.2 tentang kualitas layanan mengenai ruang pelayanan yang bersih dan nyaman, dari 22 responden sebanyak 22 orang atau (100%), ini menunjukkan bahwa semua responden sangat setuju terhadap ruang pelayanan yang bersih dan nyaman.

Berdasarkan tabel 4.3 tentang kualitas layanan mengenai bank menggunakan peralatan canggih dan modern, dari 22 responden sebanyak 21 orang atau (95,5%), ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju terhadap peralatan yang bank gunakan canggih dan modern.

Berdasarkan tabel 4.4 tentang kualitas layanan mengenai berpenampilan rapi, dari 22 responden sebanyak 22 orang atau (100%), ini menunjukkan bahwa semua responden sangat setuju terhadap berpenampilan rapi.

Berdasarkan pada tabel 4.5 tentang kualitas layanan mengenai memperlakukan nasabah dengan sabar, dari 22 responden sebanyak 19 orang atau (86,4%), ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju terhadap memperlakukan nasabah dengan sabar.

Diperkuat oleh hasil wawancara dengan Hanifah yang mengatakan bahwa terkadang ada *teller* yang kurang sabar dalam menghadapi nasabah.⁵⁶

⁵⁶Hanifah, Karyawan, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

Berdasarkan pada tabel 4.6 tentang kualitas layanan mengenai melayani nasabah dengan senyum dan salam, dari 22 responden sebanyak 22 orang atau (100%), ini menunjukkan bahwa semua responden sangat setuju terhadap melayani nasabah dengan senyum dan salam.

Diperkuat oleh hasil wawancara dengan Yuliana Firdaus, yang menyatakan bahwa pelayanan yang pertama ramah, dari satpamnya sopan santun, dari karyawannya ramah-ramah, selalu senyum dan mengucapkan salam.⁵⁷

Siti Bariroh menyatakan bahwa mereka memiliki SOP yang cukup baik. Mulai dari salam hingga memberikan informasi-informasi kebutuhan nasabah dengan jelas dan mudah dipahami.⁵⁸

Berdasarkan pada tabel 4.7 tentang kualitas layanan mengenai pelayanan yang diberikan lambat, dari 22 responden sebanyak 20 orang atau (90,9%) yang menjawab sangat tidak setuju, ini menunjukkan bahwa responden sangat tidak setuju terhadap pelayanan yang diberikan lambat.

Berdasarkan pada tabel 4.8 tentang kualitas layanan mengenai melayani nasabah dengan sepenuh hati, dari 22 responden sebanyak 18 orang atau (81,8%) yang menjawab sangat setuju, ini menunjukkan bahwa responden melayani nasabah dengan sepenuh hati.

Berdasarkan pada tabel 4.9 tentang kualitas layanan mengenai mampu menjawab semua pertanyaan nasabah, dari 22 responden sebanyak 8 orang

⁵⁷ Yuliana Firdaus, Mahasiswa, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁵⁸ Siti Bariroh, Karyawan, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

atau (36,4%) yang menjawab sangat setuju, ini menunjukkan bahwa responden mampu menjawab semua pertanyaan nasabah.

Diperkuat oleh hasil wawancara dengan Tika Rochmatik, yang menyatakan bahwa semua pertanyaan mengenai produk di BNI Syariah pun terjawab dengan jelas.⁵⁹

Berdasarkan pada tabel 4.10 tentang kualitas layanan mengenai dapat diandalkan dalam menangani masalah pelayanan, dari 22 responden sebanyak 9 orang atau (40,9%) yang menjawab sangat setuju, ini menunjukkan bahwa responden dapat diandalkan dalam menangani masalah pelayanan.

Berdasarkan pada tabel 4.11 tentang kualitas layanan mengenai bersikap empati terhadap permasalahan nasabah, dari 22 responden sebanyak 11 orang atau (50%) sama rata yang menjawab setuju dan sangat setuju, ini menunjukkan bahwa responden empati terhadap permasalahan nasabah.

Berdasarkan pada tabel 4.12 tentang kualitas layanan mengenai menjaga hubungan baik jangka panjang dengan nasabah, dari 22 responden sebanyak 11 orang atau (50%) sama rata yang menjawab setuju dan sangat setuju, ini menunjukkan bahwa menjaga hubungan baik jangka panjang dengan nasabah itu penting.

Diperkuat oleh hasil wawancara dengan Siti Bariroh yang menyatakan bahwa perlu menjaga hubungan baik jangka panjang dengan nasabah karena

⁵⁹Tika Rochmatik, Mahasiswa, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

selain menjaga silaturahmi kita juga dapat meminta tolong jika sewaktu-waktu ada masalah dengan respon cepat.⁶⁰

Hanifah menyatakan bahwa hubungan baik jangka panjang dengan nasabah penting, karena selain sebagai sesama manusia harus bersikap baik kepada semua orang dan juga sebagai bentuk ikatan emosional antara pihak bank dan nasabah sehingga terciptanya hubungan baik diantara keduanya.⁶¹

Tika Rochmatik menyatakan bahwa menjaga hubungan baik dengan karyawan itu penting untuk memudahkan transaksi di kemudian hari.⁶²

Yuliana Firdaus menyatakan bahwa penting menjaga hubungan baik jangka panjang karena karyawan jadi mengenal nasabah dan nasabah juga merasa nyaman terus dan akan kembali lagi untuk transaksi.⁶³

Berdasarkan pada tabel 4.13 tentang kualitas layanan mengenai cepat dan tanggap dalam mengatasi keluhan nasabah, dari 22 responden sebanyak 20 orang atau (90,9%) yang menjawab sangat setuju, ini menunjukkan bahwa responden cepat dan tanggap dalam mengatasi keluhan nasabah.

Berdasarkan pada tabel 4.14 tentang kualitas layanan mengenai pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan tugas yang diberikan, dari 22 responden sebanyak 15 orang atau (68,2%) yang menjawab setuju, ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan tugas yang diberikan.

⁶⁰Siti Bariroh, Karyawan, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁶¹Hanifah, Karyawan, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁶²Tika Rochmatik, Mahasiswa, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁶³Yuliana Firdaus, Mahasiswa, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

Berdasarkan pada tabel 4.15 tentang kualitas layanan mengenai mampu menumbuhkan rasa percaya pada nasabah, dari 22 responden sebanyak 21 orang atau (95,5%) yang menjawab sangat setuju, ini menunjukkan bahwa responden mampu menumbuhkan rasa percaya pada nasabah.

Berdasarkan pada tabel 4.16 tentang kualitas layanan mengenai dapat memahami para nasabah sehingga kebutuhan mereka akan dapat dipenuhi, dari 22 responden sebanyak 11 orang atau (50%) yang menjawab setuju, ini menunjukkan bahwa responden dapat memahami nasabah sehingga kebutuhan mereka terpenuhi.

Diperkuat oleh hasil wawancara dengan Siti Bariroh yang menyatakan bahwa sejauh ini karyawan dapat mengerti apa yang saya butuhkan. Ketika karyawan mengerti apa yang saya butuhkan, lalu karyawan memberikan solusi terbaik sesuai kebutuhan saya.⁶⁴

Tika Rochmatik menyatakan bahwa karyawan bank sangat memahami kebutuhan saya, terbukti dengan menawarkan produk yang cocok dengan kebutuhan saya.⁶⁵

Mariya Qibti menyatakan bahwa kadang-kadang kurang memahami sehingga saya harus menjelaskan beberapa kali.⁶⁶

Yuliana Firdaus menyatakan bahwa dapat memahami, tetapi harus mengulang penjelasan.⁶⁷

⁶⁴Siti Bariroh, Karyawan, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁶⁵Tika Rochmatik, Mahasiswa, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁶⁶Mariya Qibti, Ibu Rumah Tangga, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁶⁷Yuliana Firdaus, Mahasiswa, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

Hanifah menyatakan bahwa karena komunikasi yang baik, lancar, lugas serta penjelasan yang mudah dimengerti dan juga pertanyaan yang dapat dijawab sesuai dengan SOP.⁶⁸

Berdasarkan pada tabel 4.17 tentang kualitas layanan mengenai membuat nasabah nyaman dan aman saat melakukan transaksi, dari 22 responden sebanyak 20 orang atau (90,9%) yang menjawab sangat setuju, ini menunjukkan bahwa responden harus membuat nasabah nyaman dan aman saat melakukan transaksi.

Diperkuat oleh hasil wawancara dengan Siti Bariroh yang menyatakan bahwa merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi karena ketika proses transaksi dilakukan nasabah diberi permen agar menghilangkan rasa bosan menunggu transaksi selesai.⁶⁹

Tika Rochmatik menyatakan bahwa pelayanan yang dilakukan menimbulkan rasa nyaman dan aman untuk saya.⁷⁰

Hanifah menyatakan bahwa merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi di BNI Syariah.⁷¹

Yuliana Firdaus menyatakan bahwa nyaman ko nyaman.⁷²

Berdasarkan pada tabel 4.18 tentang kualitas layanan mengenai pelayanan dan informasi yang diberikan melalui web/internet baik, dari 22 responden sebanyak 11 orang atau (50%) yang menjawab setuju, ini menunjukkan bahwa pelayanan dan informasi yang diberikan melalui web/internet cukup baik.

⁶⁸Hanifah, Karyawan, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁶⁹Siti Bariroh, Karyawan, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁷⁰Tika Rochmatik, Mahasiswa, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁷¹Hanifah, Karyawan, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁷²Yuliana Firdaus, Mahasiswa, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

Diperkuat oleh hasil wawancara dengan Siti Bariroh yang menyatakan bahwa pelayanan informasi melalui web/internet lengkap, jelas dan jika masih kurang jelas bisa menelpon ke call center yang terdapat pada web nya.⁷³

Tika Rochmatik yang menyatakan bahwa pelayanan dan informasi melalui web/internet mengenai produk BNI Syariah cukup jelas, tata cara pendaftaran, persyaratan maupun informasi call center cukup jelas.⁷⁴

Mariya Qibti menyatakan bahwa pelayanan dan informasi melalui web/internet cukup bagus.⁷⁵

Yuliana Firdaus menyatakan bahwa pelayanannya baik tapi kalau *mobile banking* saya sering error.⁷⁶

Hanifah menyatakan bahwa pelayanan dan informasi yang diberikan melalui web/internet sudah cukup memberikan informasi dan mewakili dalam menyampaikan informasi yang di rasa belum dimengerti oleh nasabah. Dengan catatan nasabah mau untuk membaca.⁷⁷

Berdasarkan pada tabel 4.23 tentang dampak pelayanan yang diberikan kepada nasabah mengenai nasabah merasa puas dan senang pelayanan yang diberikan, dari 22 responden sebanyak 11 orang atau (50%) yang menjawab sangat setuju, ini menunjukkan bahwa nasabah merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan.

⁷³Siti Bariroh, Karyawan, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁷⁴Tika Rochmatik, Mahasiswa, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁷⁵Mariya Qibti, Ibu Rumah Tangga, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁷⁶Yuliana Firdaus, Mahasiswa, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁷⁷Hanifah, Karyawan, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

Diperkuat oleh hasil wawancara dengan Tika Rochmatik yang menyatakan bahwa merasa puas atas pelayanan yang disediakan karena itu saya mempercayakan uang saya untuk dititipkan dan dikelola.⁷⁸

Siti Bariroh menyatakan bahwa merasa puas karena dari segi pelayanan yang baik mereka juga memberikan keamanan dan kenyamanan yang sangat baik untuk nasabah.⁷⁹

Mariya Qibti menyatakan bahwa alhamdulillah merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan⁸⁰

Yuliana Firdaus menyatakan puas dengan pelayanan yang diberikan.⁸¹

Hanifah menyatakan puas dengan pelayanan yang diberikan.⁸²

Berdasarkan pada tabel 4.24 tentang dampak pelayanan yang diberikan kepada nasabah mengenai nasabah memberikan respon positif saat pelayanan berlangsung, dari 22 responden sebanyak 18 orang atau (81,8%) yang menjawab sangat setuju, ini menunjukkan bahwa nasabah memberikan respon positif saat pelayanan berlangsung.

Berdasarkan pada tabel 4.25 tentang dampak pelayanan yang diberikan kepada nasabah mengenai adanya keluhan yang disampaikan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan, dari 22 responden sebanyak 12 orang atau (54,5%) yang menjawab tidak setuju, ini menunjukkan bahwa tidak terdapat keluhan yang disampaikan nasabah.

⁷⁸Tika Rochmatik, Mahasiswa, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁷⁹ Siti Bariroh, Karyawan, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁸⁰ Mariya Qibti, Ibu Rumah Tangga, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁸¹ Yuliana Firdaus, Mahasiswa, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁸² Hanifah, Karyawan, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

Diperkuat oleh hasil wawancara dengan Yuliana Firdaus yang menyatakan bahwa pas lagi transaksi di *teller* ada kesalahan di validasi slip pembayaran kuliah, sehingga ada perbaikan di slip nya.⁸³

Hanifah menyatakan terkadang ada *teller* yang kurang sabar dalam menghadapi nasabah.⁸⁴

Siti Bariroh menyatakan bahwa kecepatan dalam transaksi menurut saya perlu ditingkatkan lagi.⁸⁵

Berdasarkan pada tabel 4.26 tentang dampak pelayanan yang diberikan nasabah mengenai terdapat nasabah yang merugikan karyawan atau perusahaan, dari 22 responden sebanyak 16 orang atau (72,7%) yang menjawab tidak setuju, ini menunjukkan bahwa tidak ada nasabah yang merugikan karyawan atau perusahaan.

⁸³ Yuliana Firdaus, Mahasiswa, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁸⁴ Hanifah, Karyawan, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

⁸⁵ Siti Bariroh, Karyawan, *Wawancara Pribadi*, Bekasi, 20 Februari 2020.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa upaya peningkatan kualitas pelayanan dengan penerapan CRM yang efektif yaitu dengan mempertahankan kualitas yang telah diterapkan di BNI Syariah Kantor Cabang Bekasi ini seperti halnya memberikan pelayanan secara profesional dan mampu menjaga hubungan baik dengan nasabah. Selain itu mengakuisisi nasabah secara efektif dan efisien serta mempertahankan pelayanan yang sudah baik di mata para nasabah agar nasabah tetap menggunakan jasa BNI Syariah Kantor Cabang Bekasi ini.

B. Saran

Pelayanan yang diberikan BNI Syariah sudah baik, akan tetapi perlu ditingkatkan agar semakin baik dalam kualitas pelayanan kepada nasabah serta kecepatan dalam transaksi perlu ditingkatkan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU-BUKU

- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Bames, James. *Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan* (Terjemahan). Yogyakarta: Andi, 2003.
- Buchory, Herry Achmad dan Saladin, Djaslim. *Dasar-dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Linda Karya, 2006.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press, 2001.
- Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Pemahaman Filosofi dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Cet. ke-1. Jakarta: Prenadamedia Group, 2011.
- Jr, Rymond McLoed dan P. Schell, George. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: PT Indeks, 2007.
- Limakrisna, Nandan dan Purba, Togi Parulian. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-2. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2017.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- M. Manulang. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Balai Aksara, 1999.
- Olson, David dan Shi, Yong. *Pengantar Ilmu Penggalan Data Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.

- Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima: Mencegah Pembelotan dan Membangun Customer Loyalty*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Sellang, Kamaruddin, *et al.* *Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik: Dimensi, Konsep, Indikator dan Implementasinya*. Purworejo: Qiara Media, 2019.
- Simamora, Bilson. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Sudarso, Andriasan. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Sudarwan, Danin. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2002.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta, 2015.
- Supyadillah, Asep. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta Selatan: PT Wahana Kardofa, 2013.
- Suryati, Lili. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish, 2015.
- Sutedi, Adrian. *Perbankan Syariah*. Cet. ke-1. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Cet. ke-1. Jatim: Bayumedia Publishing, 2005.
- Wangsawidjaja. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Zulian, Yamit. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Cet. ke-2. Yogyakarta: Ekonesia, 2005.

JURNAL

Aziz, Faiq Abdul. "Kualitas Pelayanan Pendidikan Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Dian Gitaya". *Jurnal Pendidikan Teknik Tata Boga*. 18 (1), 2017.

Dyantina, Ovi, dkk. "Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN)". *Jurnal Sistem Informasi*. 4 (2), 516-529, 2012.

Fauzi, Ahmad dan Harli, Eko. "Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui CRM dengan Metode RAD". *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*. 1 (1), 76-81, 2017.

Hasan, Irmayanti. "Model Optimal Pelayanan Nasabah Berdasarkan Metode Antrian (Queueing System)". *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. 15 (1), 2011.

Komalig, Anastasya L. "Manajemen Hubungan Pelanggan dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Debitor Pada PT Bank Sulut Cabang Calaca Manado". *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 1, (4), 1145-1153, 2013.

Syaifullah, Hamli dan Idrus, Ali. "Inovasi Pelayanan Wakaf Produktif Era Digital: Studi Kasus Di Yayasan Wakaf Bani Umar". *Jurnal Zakat dan Wakaf*. 6 (2), 2019.

Tauriana, Dian dan Andhika. "Bauran Pemasaran, Manajemen Hubungan Pelanggan Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen". *Jurnal The Winner*. 11 (1), 34-42, 2010.

Yahya W, Yohannes. "Penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) Aplikasi Perusahaan Dagang". *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*. 1 (2), 2012.

SUMBER LAIN

BNI Syariah, *Profil BNI Syariah*, Diakses dari www.bnisyariah.co.id pada hari hari Selasa, 4 Februari 2020 pukul 11.00 WIB.

BNI Syariah, *Sejarah BNI Syariah*, Diakses dari www.bnisyariah.co.id pada hari Selasa, 4 Februari 2020 pukul 11.10 WIB.

BNI Syariah, *Visi dan Misi BNI Syariah*, Diakses dari www.bnisyariah.co.id pada hari Selasa, 4 Februari 2020 pukul 11.15 WIB.

BNI Syariah, *Kegiatan Operasional BNI Syariah*, Diakses dari www.bnisyariah.co.id pada hari Selasa, 4 Februari 2020 pukul 11.20 WIB.

BNI Syariah, *Struktur Organisasi BNI Syariah*, diakses dari www.bnisyariah.co.id pada hari Selasa, 4 Februari 2020 pukul 12.00 WIB.

<https://kbbi.web.id/kualitas>, Diakses pada Sabtu, 20 Desember 2019 pukul 12.36 WIB.

<http://kbbi.web.id/pelayanan>, Diakses pada Sabtu, 20 Desember 2019 pukul 12.36 WIB.

Laporan Tahunan 2018, *Budaya Kerja BNI Syariah*, Diakses dari www.bnisyariah.co.id pada hari Selasa, 4 Februari 2020 pukul 11.30 WIB.

Undang-undang Republik Indonesia No.25 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat 1



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Kampus UMJ Jl. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telp. (021) 7441887, Fax. : (021) 74709269 Kode Pos 15419

LEMBAR KONSULTASI PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : ROBBIATUSYIFA
NIM : 2016570012
Judul : Kualitas Pelayanan di BNI Syariah Kintor Cabang Bekasi dengan Pendekatan Hasanah.
Dibimbing oleh : Bapak Hamli Syaifullah, M.Si.
Waktu : 19 Oktober 2019 s.d. 19 April 2020

Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
5/12/19	Bab I-III	Review proposal	[Signature]
20/1/20	Bab I-III	Revisi sesuai arahan	[Signature]
21/1/20	Bab IV	Sambal ditanya	[Signature]
06/02/20	Bab IV	Quis	[Signature]
21/02/20	Bab I-P	Revisi sesuai arahan	[Signature]
24/02/20	Bab I-S	ACC untuk diujikan	[Signature]

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
6	24 1 2020	Pedoman umum Lava	Yang diwarnai cara baru Marketing	
7	28 1 2020	Bab 4	Harus penelitian harus diperhatikan teknik penulisan	f
8	6 2 2020	Bab 1-5	Lengkapi segera bab 1-5 dan lampiran	f
9	10 2 2020	Bab 1-5	ACC untuk diujikan	f



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>
E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

Nomor : /F.6.I-UMJ/I/2020
Hal : Permohonan Riset/Penelitian

Jakarta 24 Jumadil Awal 1441 H
20 Januari 2020 M

Kepada Yth.
Kepala Bank Syariah Mandiri KC Bintaro
Sektor 7 Tangerang

Assalamu'alaikum W. W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu agar mahasiswa kami:

Nama : SUCI INDRIANI
Nomor Pokok : 2016570030
Tempat Tgl/Lahir : Jakarta, 12 Mei 1998
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (SI)
No. HP : 089522838106

diperkenankan untuk melaksanakan riset/penelitian di tempat yang Bapak/Ibu pimpin. Penelitian/riset tersebut untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi yang berjudul:

"Analisis Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Divisi Marketing di Bank Syariah Mandiri KC Bintaro Sektor 7 Tangerang"

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami mengucapkan terimakasih.

Wabillahitaufiq walhidayah
Wassalamu'alaikum W. W.



Tembusan:
1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)

12 Februari 2020
No. 22/046-3/099

Kepada Yth.
Universitas Muhammadiyah Jakarta
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Jl. Ciputat Raya No 77 Cirendeui Tangerang Selatan

Perihal: **SURAT KETERANGAN RISET SKRIPSI**

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Bapak/Ibu beserta keluarga besar Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat serta mendapat taufik dan hidayah dari Allah SWT.

Sehubungan dengan telah berakhirnya pelaksanaan Riset Skripsi di Bank Syariah Mandiri Bintaro atas nama sebagai berikut:

Nama: Suci Indriani
NIM: 2016570030
Judul Skripsi: "Analisis Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Divisi Marketing pada Bank Syariah Mandiri KC Bintaro"

Dengan ini kami menerangkan bahwa selama melaksanakan kegiatan riset skripsi di kantor kami, yang bersangkutan telah menunjukkan kinerja yang baik dan bertingkah laku sesuai dengan syariat Islam.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH MANDIRI
CABANG BINTARO



Elfa Sensi
Branch Operation & Service Manager


mandiri
syariah

PT Bank Syariah Mandiri
Cabang Tangerang Bintaro
Bintaro Trade Centre Blok A1 No. 5-8
Kaw. Niaga Bintaro Jaya Sektor VII
Jl. Jend. Sudirman, Tangerang 15224
Tel. + 6221 745 0120 / 745 3301
Fax. + 6221 745 0116
www.syariahamandiri.co.id



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>
E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

Nomor : 63/F.6-UMJ/X/2019
Lamp : 1 (satu) bundel
Hal : Bimbingan Skripsi Mahasiswa

Jakarta, 16 Shafar 1441 H
15 Oktober 2019 M

Yth.
Bapak Nurhidayat, S.Ag., M.M.
Dosen Pembimbing Skripsi
Fakultas Agama Islam UMJ
di
tempat

Assalamu 'alaikum W.W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak untuk menjadi pembimbing penulisan skripsi bagi mahasiswa :

Nama : SUCI INDRIANI
Nomor Pokok : 2016570030
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (S1)
Judul : *Pengembangan Sumber Daya Manusia untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat*

Bersama ini dilampirkan proposal penulisan skripsi yang masih bersifat sementara dan perlu penyempurnaan. Kami mengharapkan agar proses bimbingan dapat diselesaikan paling lama 6 (enam) bulan.

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik Bapak kami ucapkan termakasih.

Wabillahittaufiq Walhidayah
Wassalamu 'alaikum W.W.



Tembusan:

1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)
2. Yth. Ketua Program Studi MPS
3. Arsip

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Apa saja jenis-jenis pelatihan divisi *marketing* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bintaro?
2. Pelatihan apa saja yang ada dalam jenis-jenis pelatihan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bintaro?
3. Bagaimana pengembangan divisi *marketing* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bintaro?
4. Apa saja faktor pendorong pengembangan karier divisi *marketing* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bintaro?
5. Apa teknik-teknik yang dipakai dalam pengembangan divisi *marketing*?
6. Apa saja kendala-kendala dalam pelatihan dan pengembangan divisi *marketing* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bintaro?
7. Bagaimana cara mengatasi kendala-kendala dalam pelatihan dan pengembangan divisi *marketing* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bintaro?

Perihal: Permohonan Menjadi Responden

Kepada Yth: Bapak/Ibu Responden

Di Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Dalam rangka penulisan Skripsi saya Robiatusyifa jurusan Manajemen Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Jakarta, dengan judul: **“Peningkatan Kualitas Pelayanan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bekasi Dengan Pendekatan *Customer Relationship Management (CRM)*”** dengan ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab beberapa pertanyaan yang telah disediakan. Saya berharap, Bapak/Ibu berkenan untuk mengisi Lembar Kuesioner sesuai dengan pendapat dan kondisi yang sedang Bapak/Ibu rasakan saat ini. Semua informasi dan data yang diterima akan dijaga kerahasiaannya, dan akan dipergunakan untuk kepentingan akademik. Selain itu, juga akan disampaikan kepada pihak manajemen PT Bank BNI Syariah sebagai bahan masukan, dan sebagai media untuk melakukan perbaikan secara terus menerus.

Demikianlah surat pengantar ini saya buat, atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya,

Robiatusyifa

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jabatan Anda:
 - a. *Customer Service*
 - b. *Teller*
3. Jenis kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
4. Usia :
5. Pendidikan terakhir:
 - a. SLTA
 - b. Diploma (D3)
 - c. Sarjana (S1)
 - d. Magister (S2)

B. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab seluruh pertanyaan yang disediakan.
2. Berilah tanda (√) pada kolom jawaban yang anda pilih.
3. Ada lima alternatif jawaban, yaitu:

STS	= Sangat Tidak Setuju	diberi skor 1
TS	= Tidak Setuju	diberi skor 2
N	= Netral	diberi skor 3
S	= Setuju	diberi skor 4
SS	= Sangat Setuju	diberi skor 5

C. Pertanyaan-Pertanyaan Untuk Responden

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda silang (√) pada pilihan yang sesuai dengan pendapat anda.

No.	Item-Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Ruang pelayanan bersih dan nyaman					
2.	Bank menggunakan peralatan yang canggih dan modern					
3.	Anda berpenampilan rapi					
4.	Anda memperlakukan nasabah dengan sabar					
5.	Anda melayani nasabah dengan memberi senyum dan salam					
6.	Pelayanan yang diberikan lambat					
7.	Anda melayani nasabah dengan sepenuh hati					
8.	Anda mampu menjawab semua pertanyaan nasabah					
9.	Anda dapat diandalkan dalam menangani masalah pelayanan					
10.	Anda bersikap empati terhadap permasalahan nasabah					
11.	Menjaga hubungan baik jangka panjang dengan nasabah					
12.	Cepat dan tanggap dalam mengatasi keluhan nasabah					
13.	Pengetahuan dan keterampilan anda sesuai dengan tugas yang diberikan					
14.	Anda mampu menumbuhkan rasa percaya pada nasabah					

15.	Anda dapat memahami para nasabah sehingga kebutuhan mereka akan dapat dipenuhi					
16.	Anda membuat nasabah nyaman dan aman saat melakukan transaksi					
17.	Pelayanan dan informasi yang diberikan melalui web/internet baik					
18.	Perusahaan memberikan pelatihan kepada anda					
19.	Peserta pelatihan dipilih melalui selektif yang objektif oleh perusahaan					
20.	Pelatihan dilakukan oleh semua karyawan					
21.	Perusahaan memberikan <i>reward</i> kepada karyawan yang berprestasi					
22.	Nasabah merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan					
23.	Nasabah memberikan respon positif pada saat pelayanan berlangsung					
24.	Adanya keluhan yang disampaikan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan					
25.	Terdapat nasabah yang merugikan karyawan atau perusahaan					

---(Terimakasih atas Kesediaannya Telah Memberikan Informasi yang Benar.

Semoga Allah Memberikan Sebaik-Baiknya Balasan, Aamiin)---

PEDOMAN WAWANCARA

1. Menurut anda, bagaimana pelayanan yang diberikan BNI Syariah?
2. Apakah anda merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi?
3. Apakah karyawan dapat memahami anda sehingga kebutuhan anda akan dapat dipenuhi?
4. Bagaimana pelayanan dan informasi yang diberikan melalui web/internet?
5. Apakah anda pernah mendapatkan *reward* dari bank?
6. Dalam rangka apa anda mendapat *reward*?
7. Dalam bentuk apa *reward* tersebut?
8. Apakah terdapat masalah selama anda bertransaksi atau layanan yang diberikan oleh bank?
9. Menurut anda, menjaga hubungan baik jangka panjang antara nasabah dengan karyawan penting atau tidak?
10. Apakah anda merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan?

DATA PRIBADI RESPONDEN

Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Laki-Laki	6
2.	Perempuan	16

Jabatan

No.	Jabatan	Jumlah
1.	<i>Customer Service</i>	10
2.	<i>Teller</i>	11

Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan	Jumlah
1.	SLTA	11
2.	Diploma (D3)	1
3.	Sarjana (S1)	10
4.	Magister (S2)	-

HASIL WAWANCARA PENELITIAN

Nama : Robiatusyifa
NIM : 2016570012
Nama Informan : Siti Bariroh
Pekerjaan : Karyawan

1. Menurut anda, bagaimana pelayanan yang diberikan BNI Syariah?

Jawaban : Kalau menurut saya, saat ini pelayanan yang diberikan BNI Syariah cukup baik, baik dari teller maupun customer service nya. Mereka memiliki SOP yang cukup baik. Mulai dari salam hingga memberikan informasi-informasi kebutuhan nasabah dengan jelas dan mudah dipahami.

2. Apakah anda merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi?

Jawaban : Saya merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi karena ketika proses transaksi dilakukan nasabah diberi permen agar menghilangkan rasa bosan menunggu transaksi selesai.

3. Apakah karyawan dapat memahami anda sehingga kebutuhan anda akan dapat dipenuhi?

Jawaban : Ya, sejauh ini karyawan dapat mengerti apa yang saya butuhkan. Ketika karyawan mengerti apa yang saya butuhkan, lalu karyawan memberikan solusi terbaik sesuai kebutuhan saya.

4. Bagaimana pelayanan dan informasi yang diberikan melalui web/internet?

Jawaban : Menurut saya, pelayanan informasi melalui web/internet lengkap, jelas dan jika masih kurang jelas bisa menelpon ke call center yang terdapat pada web nya.

5. Apakah anda pernah mendapatkan *reward* dari bank?

Jawaban : Tidak pernah

f. Dalam rangka apa anda mendapat *reward*?

Jawaban : -

g. Dalam bentuk apa *reward* tersebut?

Jawaban : -

h. Apakah terdapat masalah selama anda bertransaksi atau layanan yang diberikan oleh bank?

Jawaban : Sejauh ini belum ada masalah sampai saat ini, hanya saja kecepatan dalam transaksi menurut saya perlu ditingkatkan lagi.

i. Menurut anda, menjaga hubungan baik jangka panjang antara nasabah dengan karyawan penting atau tidak?

Jawaban : Menurut saya perlu, karena selain menjaga silaturahmi kita juga dapat meminta tolong jika sewaktu-waktu ada masalah dengan respon cepat.

j. Apakah anda merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan?

Jawaban : Puas, karena dari segi pelayanan yang baik mereka juga memberikan keamanan dan kenyamanan yang sangat baik untuk nasabah.

Nama : Robiatusyifa
NIM : 2016570012
Nama Informan : Tika Rochmatik
Pekerjaan : Mahasiswa

1. Menurut anda, bagaimana pelayanan yang diberikan BNI Syariah?

Jawaban : Pelayanan Bank BNI sangat ramah dan sangat membantu saya dalam pembukaan rekening di BNI Syariah. Semua pertanyaan mengenai produk di BNI Syariah pun terjawab dengan jelas dan informasi yang disampaikan sungguh memuaskan sebagai konsumen.

2. Apakah anda merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi?

Jawaban : Pelayanan yang dilakukan menimbulkan rasa nyaman dan aman untuk saya.

3. Apakah karyawan dapat memahami anda sehingga kebutuhan anda akan dapat dipenuhi?

Jawaban : Karyawan bank sangat memahami kebutuhan saya, terbukti dengan menawarkan produk yang cocok dengan kebutuhan saya.

4. Bagaimana pelayanan dan informasi yang diberikan melalui web/internet?

Jawaban : Pelayanan dan informasi melalui web/internet mengenai produk BNI Syariah cukup jelas, tata cara pendaftaran, persyaratan maupun informasi call center cukup jelas.

5. Apakah anda pernah mendapatkan *reward* dari bank?

Jawaban : Saya belum pernah dapat *reward*.

6. Dalam rangka apa anda mendapat *reward*?

Jawaban : -

7. Dalam bentuk apa *reward* tersebut?

Jawaban : -

8. Apakah terdapat masalah selama anda bertransaksi atau layanan yang diberikan oleh bank?

Jawaban : Saya tidak mendapatkan masalah saat bertransaksi ataupun saat menggunakan layanan yang disediakan oleh BNI Syariah.

9. Menurut anda, menjaga hubungan baik jangka panjang antara nasabah dengan karyawan penting atau tidak?

Jawaban : Menurut saya, menjaga hubungan baik dengan karyawan itu penting untuk memudahkan transaksi di kemudian hari.

10. Apakah anda merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan?

Jawaban : Saya merasa puas atas pelayanan yang disediakan karena itu saya mempercayakan uang saya untuk dititipkan dan dikelola.

Nama : Robiatusyifa
NIM : 2016570012
Nama Informan : Mariya Qibti
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

1. Menurut anda, bagaimana pelayanan yang diberikan BNI Syariah?

Jawaban : Sudah lumayan bagus.

2. Apakah anda merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi?

Jawaban : iya.

3. Apakah karyawan dapat memahami anda sehingga kebutuhan anda akan dapat dipenuhi?

Jawaban : Kadang-kadang kurang memahami sehingga saya harus menjelaskan beberapa kali.

4. Bagaimana pelayanan dan informasi yang diberikan melalui web/internet?

Jawaban : Cukup bagus.

5. Apakah anda pernah mendapatkan *reward* dari bank?

Jawaban : Tidak pernah.

6. Dalam rangka apa anda mendapat *reward*?

Jawaban : -

7. Dalam bentuk apa *reward* tersebut?

Jawaban : -

8. Apakah terdapat masalah selama anda bertransaksi atau layanan yang diberikan oleh bank?

Jawaban : Alhamdulillah tidak.

9. Menurut anda, menjaga hubungan baik jangka panjang antara nasabah dengan karyawan penting atau tidak?

Jawaban : iya penting.

10. Apakah anda merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan?

Jawaban : Alhamdulillah saya cukup puas dan senang.

Nama : Robiatusyifa
NIM : 2016570012
Nama Informan : Yuliana Firdaus
Pekerjaan : Mahasiswa

1. Menurut anda, bagaimana pelayanan yang diberikan BNI Syariah?

Jawaban : Menurut saya pelayanan yang pertama ramah, dari satpamnya sopan santun, dari karyawannya ramah-ramah, selalu senyum mengucapkan salam.

2. Apakah anda merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi?

Jawaban : Nyaman ko nyaman

3. Apakah karyawan dapat memahami anda sehingga kebutuhan anda akan dapat dipenuhi?

Jawaban : iya dapat memahami, tetapi harus diulang sampai dia mengerti.

4. Bagaimana pelayanan dan informasi yang diberikan melalui web/internet?

Jawaban : Pelayanannya baik tapi kalau *mobile banking* saya sering error, entah dari hp saya atau aplikasinya. kalau saya login tidak muncul kemudian saya *uninstall* ulang ternyata malah tidak bisa akhirnya saya *uninstall* lagi.

5. Apakah anda pernah mendapatkan *reward* dari bank?

Jawaban : Belum pernah.

6. Dalam rangka apa anda mendapat *reward*?

Jawaban : -

7. Dalam bentuk apa *reward* tersebut?

Jawaban : -

8. Apakah terdapat masalah selama anda bertransaksi atau layanan yang diberikan oleh bank?

Jawaban : iya ada masalah, pas lagi transaksi diteller ada kesalahan di validasi slip pembayaran kuliah, membuat saya bingung sehingga ada perbaikan di slip nya.

9. Menurut anda, menjaga hubungan baik jangka panjang antara nasabah dengan karyawan penting atau tidak?

Jawaban : Penting, karyawan jadi mengenal nasabah dan nasabah juga merasa nyaman terus dan akan kembali lagi untuk transaksi.

10. Apakah anda merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan?

Jawaban : Puas puas.

Nama : Robiatusyifa

NIM : 2016570012

Nama Informan : Hanifah

Pekerjaan : Karyawan

1. Menurut anda, bagaimana pelayanan yang diberikan BNI Syariah?

Jawaban : Menurut saya, pelayanan yang diberikan BNI Syariah sudah baik, akan tetapi perlu ditingkatkan lagi agar semakin baik dalam kualitas pelayanan kepada nasabah.

2. Apakah anda merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi?

Jawaban : Ya saya merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi di BNI Syariah namun terkadang ada *teller* yang kurang sabar dalam menghadapi nasabah.

3. Apakah karyawan dapat memahami anda sehingga kebutuhan anda akan dapat dipenuhi?

Jawaban : Iya karena komunikasi yang baik, lancar, lugas serta penjelasan yang mudah dimengerti dan juga pertanyaan yang dapat dijawab sesuai dengan SOP.

4. Bagaimana pelayanan dan informasi yang diberikan melalui web/internet?

Jawaban : Menurut saya pelayanan dan informasi yang diberikan melalui web/internet sudah cukup memberikan informasi dan mewakili dalam menyampaikan informasi yang di rasa belum dimengerti oleh nasabah. Dengan catatan nasabah mau untuk membaca.

5. Apakah anda pernah mendapatkan *reward* dari bank?

Jawaban : Ya saya pernah

6. Dalam rangka apa anda mendapat *reward*?

Jawaban : Dalam rangka pembukaan rekening tabungan wadiah.

7. Dalam bentuk apa *reward* tersebut?

Jawaban : Dalam bentuk kartu plastik yaitu BNI TapCash yang bisa digunakan dalam bertransaksi seperti krl dan *e-toll*.

8. Apakah terdapat masalah selama anda bertransaksi atau layanan yang diberikan oleh bank?

Jawaban : Tidak ada

9. Menurut anda, menjaga hubungan baik jangka panjang antara nasabah dengan karyawan penting atau tidak?

Jawaban : Penting, karena selain sebagai sesama manusia harus bersikap baik kepada semua orang dan juga sebagai bentuk ikatan emosional antara pihak bank dan nasabah sehingga terciptanya hubungan baik diantara keduanya.

10. Apakah anda merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan?

Jawaban : Ya saya merasa puas dan senang dengan layanan yang diberikan.

DOKUMENTASI WAWANCARA PENELITIAN



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Robiatusyifa
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 27 Juni 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Perum Mayang Pratama jl. Pejuang 1 Blok K8 No
11 RT 012 RW 008, kec. Mustikajaya, kel.
Mustikasari, Bekasi
Status Pendidikan : Mahasiswi
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Telepon : 0895611569276
Email : Robiatusyifa@gmail.com

Latar Belakang Pendidikan

2003 - 2004 : TK Pelangi
2004 - 2010 : MI As-Subkiyyah
2010 - 2013 : MTsN Mustika Jaya 1
2013 - 2016 : MA Manaratul Islam (Pondok Pesantren Miftahul Ulum)
2016 - Sekarang : Universitas Muhammadiyah Jakarta