

**MUTU PELAYANAN MELALUI PELATIHAN DAN
PENGEMBANGAN *MARKETING* UNTUK MENARIK MINAT
NASABAH PADA BRI SYARIAH CABANG KOTA
BENGKULU**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

OLEH:

**SATRA ALAWIYAH
NIM 1316140461**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2018 M/ 1439 H**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi yang berjudul “Mutu Pelayanan Melalui Pelatihan dan Pengembangan *Marketing* untuk Menarik Minat Nasabah Pada BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Diskripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis ataupun yang dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicatumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebut nama pengarangnya dan dicatumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 27 Desember 2017M
8 Rabi’ul-Akhir 1439 H

Mahasiswa yang menyatakan



SATRA ALAWIYAH
NIM 1316140461

PERSETUJUAN PEMBIMBING

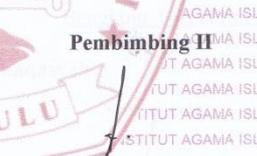
Skripsi yang ditulis oleh Satra Alawiyah NIM 1316140461 dengan judul "Mutu Pelayanan Melalui Pelatihan dan Pengembangan Marketing untuk Menarik Minat Nasabah Pada BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, Skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 27 Desember 2017 M
8 Rabi'ul-Akhir 1439 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002


Yosy Arisandy, MM
NIP. 198508012014032001



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Raden Patah Pagar Dewa, Telp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **Mutu Pelayanan Melalui Pelatihan Dan Pengembangan Marketing Untuk Menarik Minat Nasabah Pada BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu** oleh **Satra Alawiyah, NIM 1316140461**, Program Studi **Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam**, telah diuji dan dipertahankan di depan **Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu** pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 23 Januari 2018 M/ 6 Jumadil Awal 1439 H

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 08 Februari 2018 M
22 Jumadil Awal 1439H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Drs. Nurul Hak, MA

Yosy Arisandy, MM

NIP. 19660616 1995031002

NIP. 198508012014032001

Penguji I

Penguji II

Andang Sunarto, Ph.D

Badaruddin Nurhab, MM

NIP. 19761124 2006011002

NIP. 198508072015031005

Mengetahui,

Dekan

Dr. Asnani, MA

NIP. 19730412 199803 2.003

MOTTO

"Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan"

(Q.S. Al-Insyarah : 6)

*"Sesuatu yang dikerjakan tergesa-gesa hanya akan membawa kegagalan
karena bagi siapa yang bersabar dia pasti akan beruntung"*

(Penulis)

*"Sabar dalam kesulitan dan bijak dalam bertindak adalah cara utama
meraih sukses"*

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Sujud syukur ku persembahkan pada Allah SWT yang maha kuasa, berkat rahmat dan hidaya-Nya atas detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang diberikan-Nya pada ku hingga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsiku kepada orang-orang yang aku sayang di sekelilingku :

- ✦ Kedua orang tua Mak ku (Suhaini) dan Bak ku (Edi Ariyanto) tercinta yang tak pernah lelah membesarkanku dengan penuh kasih sayang hingga aku sampai di perguruan tinggi, serta selalu memberikan dukungan, motivasi, yang selalu mendo'akan ku, dan yang selalu siap mendengar keluhan ku dalam mengatasi masalah dunia ini.*
- ✦ Saudara ku satu-satunya yang tersayang (Asita Aliya) yang selalu memberiku arahan dan menyemangati ku.*
- ✦ Dan kedua Nenek ku tercinta yang selalu memberikan kasih sayang pada ku (Siti Riya dan Walmuna).*
- ✦ Seseorang yang mewarnai hari-hariku dan selalu setia mendengar curahan isi hati, disaat suka maupun duka, dari awal sampai akhir (Muhamad Yasir Vaturahman,SPd).*
- ✦ Untuk sahabat-sahabat ku (Yulia Ellawati, Kurnia Nengsih, Reko Saputra, Ayu Anisah, Yeni Yupitasari, Pera Lestari, Tri Agustuti, Marleta Heryanti, Amelia Serli, Handika Pranata, Ruqoyah, Ailisnawati) yang selalu memberikan kusemangat dan motivasi.*
- ✦ Keluarga PBS C yang tak bisa disebut satu-satu yang pernah menjadi keluarga.*
- ✦ Teman-teman KKN 17 yang telah bersama selama KKN dalam suka maupun duka (Yulia, Lia, Avri, Yesi, Agis, Deta, Linda, Juni, Okta, Alan, Iqbal, dan Rozi).*
- ✦ Teman-teman PBS angkatan 2013.*
- ✦ Almamater yang telah menempahku.*

ABSTRAK

Mutu Pelayanan Melalui Pelatihan dan Pengembangan *Marketing* untuk Menarik Minat Nasabah Pada BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu
Oleh Satra Alawiyah, 1316140461

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana ciri mutu pelayanan melalui pelatihan dan pengembangan *marketing* dapat menarik minat nasabah pada BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu. Untuk mengungkap pendekatan *kualitatif* dengan teknik pengumpulan data primer berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Narasumber langsung berjumlah 14 orang, 4 orang berasal dari pihak bank dan 10 orang nasabah. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan data. Kemudian data tersebut diuraikan, dari analisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa ciri pelayanan melalui pelatihan dan pengembangan *marketing* untuk menarik minat nasabah, yaitu: a) Mempunyai produk yang beragam, b) Memiliki pengetahuan yang baik tentang produk, c) Dapat berkomunikasi yang baik, d) Memberikan pelayanan yang tepat, e) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah, f) Mampu menjaga kerahasiaan nasabah, g) Dapat dipercaya oleh nasabah.

Kata kunci: Mutu Pelayanan, Pelatihan, Pengembangan, Marketing, Minat Nasabah

ABSTRACT

*Quality of service through training marketing development to attract customer interest in BRI Syariah Branch of Bengkulu City
By Satra Alawiyah, 1316140461*

The purpose this study is to determine how the characteristics of service quality through training and marketing development can attract customers at BRI Syariah Branch Bengkulu city. To express a qualitative approach with primary data collection techniques in the form of observation, interview and documentation. Direct speakers amounted to 14 people, 4 people came from the bank and 10 customers. Data analysis techniques used are data reduction, data presentation and data withdrawal. Then the data is described, from the analysis and discussed to answer the problem posed. From the research result, it is found that the characteristics of service through training and marketing development to attract customer that is: a) have a produk that is diverse, b) has a good knowledge the product, c) can communicate well, d) to provide appropriate services, e) responsible for each customer, f) able to maintain the confidentiality of the customer, g) can be trusted by customers.

Keywords: Service Quality, Training, Development, Marketing, Customer Interest

TRANSLITERASI

Huruf Arab	Alih askara	Keterangan
ا	Tidak dilambangkan	
ب	B b	
ت	T t	
ث	Ts ts	
ج	J j	
ح	H h	h dengan satu titik di bawah
خ	Kh kh	
د	D d	
ذ	Dz dz	
ر	R r	
ز	Z z	
س	S s	
ش	Sy sy	
ص	Sh sh	
ض	Dh dh	
ط	Th th	
ظ	Zh zh	
ع	A 'a'	<i>Voice pharyngeal firacative</i>
غ	Gh gh	
ف	F f	
ق	Q q	
ك	K k	
ل	L l	
م	M m	
ن	N n	
ه	H h	
و	W w	
ء	Tidak dilambangkan atau ‘	
ي	Y y	
Vokal panjang	ālū	ditandai dengan garis diatas vocal
اي	Ay	Diftong
او	Aw	Diftong

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Mutu Pelayanan Melalui Pelatihan dan Pengembangan *Marketing* untuk Menarik Minat Nasabah Pada BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu”. Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, yang menjadi uswatun hasanah bagi kita semua. Aamiin.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah (PBS) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terimakasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag., M.H, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan kesempatan kami semua menuntut ilmu di IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dan Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberi petunjuk dan saran dalam proses penulisan skripsi.
3. Yosy Arisandy, MM selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Drs. Nurul Hak, MA selaku pembimbing I dan Yosy Arisandy, MM selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.

5. Kedua orang tua Edi Ariyanto dan Suhaini yang selalu mendokan kesuksesan penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini ke depan.

Bengkulu, 27 Desember 2017M
8 Rabi'ul-Akhir 1439 H



SATRA ALAWIYAH
NIM 1316140461

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumus Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Penelitian Terdahulu	6
F. Metode Penelitian.....	8
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	8
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	8
3. Subjek / informan Penelitian.....	9
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	9
5. Teknik Analisis Data.....	12
BAB II KAJIAN TEORI	15
A. Mutu Pelayanan.....	15
1. Pengertian Mutu Pelayanan.....	15

2. Indikator Mutu Pelayanan	17
3. Prinsip-prinsip Pelayanan.....	20
4. Dasar-dasar Pelayanan	21
5. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik	21
B. Pelatihan dan Pengembangan	22
1. Pelatihan	22
a. Pengertian Pelatihan	22
b. Tujuan Pelatihan	23
c. Prinsip-prinsip Pelatihan	25
d. Metode-metode Pelatihan	27
e. Evaluasi Hasil Program Pelatihan	28
f. Jenis-jenis Pelatihan	28
g. Manfaat Pelatihan	30
2. Pengembangan	30
a. Pengertian Pengembangan.....	30
b. Tujuan Pengembangan	31
c. Prinsip Pengembangan	33
d. Metode-metode Pengembangan	34
e. Jenis-jenis Pengembangan.....	35
3. <i>Marketing</i>	36
a. Pengertian <i>Marketing</i>	36
b. Fungsi <i>Marketing</i> pada Perusahaan	37
c. Tugas <i>Marketing</i>	38
4. Minat	39
a. Pengertian Minat.....	39
b. Indakator Minat.....	40
 BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	 41
A. Sejarah BRI Syariah Kota Bengkulu.....	41
B. Visi dan Misi BRI Syariah Kota Bengkulu	44
C. Struktur Organisasi BRI Syariah Kota Bengkulu	44
D. Produk dan Operasional di BRI Syariah	46
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 50
A. Profil Informan	50
B. Mutu Pelayanan <i>Marketing</i> pada BRI Syariah (BRIS)	53
C. Pelatihan dan pengembangan <i>Marketing</i> untuk menarik minat Nasabah	61
D. Analisis Pelatihan <i>Marketing</i>	64

BAB V PENUTUPAN	67
A. Simpulan	67
B. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 : Lokasi BRI Syariah (BRIS) Cabang Kota Bengkulu.....	41
Gambar 3.2 : Struktur Organisasi.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Bukti menghadiri seminar proposal
- Lampiran 2 : Blangko judul yang di ACC
- Lampiran 3 : Daftar hadir seminar proposal mahasiswa
- Lampiran 4 : Surat penunjukkan pembimbing
- Lampiran 5 : Pedoman wawancara
- Lampiran 6 : Surat izin penelitian
- Lampiran 7 : Rekomendasi izin penelitian DPMPTSP Kota Bengkulu
- Lampiran 8 : Surat izin Penelitian DPMPTSP Kota Bengkulu
- Lampiran 9 : Surat keterangan selesai penelitian dari PT BRI Syariah (BRIS)
- Lampiran 10 : Lembar bimbingan skripsi
- Lampiran 11 : Jadwal penelitian
- Lampiran 12 : Data nasabah
- Lampiran 13 : Foto-foto saat melakukan wawancara penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut UU No 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat (1) Perbankan Syariah adalah segala sesuatu menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Pengertian Bank dalam UU Perbankan Syariah senada dengan UU No. 10 Tahun 1998, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Bank Syariah adalah yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.¹

Bank Islam adalah lembaga keuangan yang mana usaha pokoknya untuk memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lain kepada masyarakat dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasikannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Konsep bank syariah adalah tolong menolong atau saling meringankan satu sama lain.² Hal ini tercermin dalam Firman Allah SAW dalam Q.S Al-Maidah ayat 2 yang berbunyi :

¹ Abdul Ghofur Anshori, *Pembentukan Bank Syariah Melalui Akuisisi dan Konversi*, (Yogyakarta : UII Press, 2010), h.6

² Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2015), hal. 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ

اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢١٧﴾

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan (kebajikan) dan takwa, dan janganlah kamu tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.³

Seiring berkembangnya perbankan syariah maka diperlukan strategi untuk menarik perhatian masyarakat agar mau menggunakan jasa perbankan syariah. Salah satu strategi yang menentukan keberhasilan sebuah perusahaan perbankan adalah dengan program peningkatan kualitas pelayanan melalui pelatihan dan pengembangan yang didukung oleh Sumber Daya Manusia terkhusus nya *marketing* yang kompeten dan penyediaan teknologi informasi yang mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah serta mampu mengkomunikasikan produk dan jasa bank syariah kepada nasabah secara benar dan jelas, dengan tetap memenuhi prinsip-prinsip syariah.

Mutu pelayanan merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh pihak karyawan kepada pihak konsumen, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun dimana produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya keinginan pada konsumen sendiri.⁴

³Mushaf Al-Kamil, *Al-Qur'an dan terjemahan disertai tema penjelasan kandungan ayat*, (Jakarta : CV Darus Sunnah,2002),hal. 128

⁴Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia Analisis Perencanaan Implementasi, Dan Pengendalian*, (Jakarta: Selemba Empat, 2002), h. 83

Mutu pelayanan adalah merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau yang tersirat dalam diri pelanggan.⁵ Mutu pelayanan juga didefinisikan sebagai tingkat mutu yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.⁶

Pelatihan (*training*) adalah suatu proses memperbaiki ketrampilan kerja karyawan untuk membantu pencapaian tujuan perusahaan.⁷ Pelatihan dan pengembangan bank syariah dinilai sangatlah penting. Tujuan pelatihan dan pengembangan dalam perbankan syariah yaitu untuk mengarahkan dan mewujudkan suatu sistem dan tatanan perbankan syariah yang sehat dan istiqomah dalam penerapan prinsip-prinsip syariah. Dalam mencapai tujuan pengembangan perbankan syariah, dari kebijakan pengembangan perbankan syariah salah satunya adalah pengembangan sumber daya manusia Islam. Berkaitan dengan SDM, maka dirasakan masih kurangnya SDM dan bagian *Marketing* yang mampu dan siap untuk memenuhi kebutuhan operasional bank syariah.⁸

BRI Syariah merupakan salah satu Bank Umum Syariah (BUS) yang sedang berkembang serta selalu berusaha untuk meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada para nasabahnya. Keunggulan yang diberikan oleh BRI Syariah tidak saja terlihat dari

⁵Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia, Indonesia, 2010),h.91

⁶Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graham Ilmu, 2008), h. 88

⁷Wilson Bangun, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama, 2012), h.201-203

⁸Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori K Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h.226

berbagai produk yang ditawarkan kepada nasabah, akan tetapi juga meliputi mutu atau kualitas pegawainya sebagai orang yang bertugas melayani setiap nasabah yang datang ke BRI Syariah tersebut dengan profesional dan amanah.

BRI Syariah mengadakan berbagai pelatihan atau pengembangan kepada pegawainya, dengan tujuan untuk memunculkan dan meningkatkan mutu pelayanan pada bank syariah yang kompetitif, potensial, memiliki mentalitas keislaman yang baik dan mampu memunculkan inovasi-inovasi yang bermanfaat bagi umat dan masyarakat. Dengan adanya pegawai yang mampu memberikan kualitas dan pelayanan yang terbaik kepada setiap nasabah, diharapkan dapat semakin meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu tersebut.

BRI Syariah adalah salah satu Bank Syariah yang mampu bersaing dengan bank-bank lain yang telah lama beroperasi, sejak dibuka pada tahun 2011 di Kota Bengkulu BRI Syariah dengan meningkatkan kinerja keryawan yang lebih baik sehingga mampu berkompetisi dengan Bank-bank Syariah lainnya, meningkatnya jumlah nasabah ini didukung oleh komunikasi pemasaran yang baik, khususnya dalam *marketing public relations* untuk mencapai target pemasaran.

Marketing adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social, atau memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkain

proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.⁹

Dalam perusahaan tenaga seorang *marketing* atau pemasaran sangat dibutuhkan di perusahaan dalam hal untuk memperkenalkan suatu produknya kepada konsumen, didalam perusahaan tenaga seorang *marketing* akan menentukan maju atau mundurnya perusahaan. *Marketing* adalah suatu rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen dengan cara membuat produk, mementukan harganya, tempat penjualan dan mempromosikan produk tersebut kepada konsumen.¹⁰

Berdasarkan Uraian diatas, maka penulis tertarik mengadakan penelitian skripsi dengan judul “**Mutu Pelayanan Melalui Pelatihan dan Pengembangan *Marketing* untuk Menarik Minat Nasabah Pada BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka, masalah penelitian ini adalah:

Bagaimana ciri pelayanan melalui pelatihan dan pengembangan *marketing* dapat menarik minat nasabah pada BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu ?

⁹ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*, (Jakarta : Erlangga 2008),h.5

¹⁰<http://www.gurupendidikan.com/pengertian-fungsi-dan-tugas-marketing-secara-lengkap>.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana ciri mutu pelayanan melalui pelatihan dan pengembangan *marketing* untuk menarik minat nasabah pada BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberi kontribusi manfaat, antara lain:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan serta informasi bagi mahasiswa, dosen, dan masyarakat untuk mengetahui tentang mutu pelayanan melalui pelatihan dan pengembangan *marketing* untuk menarik minat nasabah pada BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu.

2. Secara Praktis.

a. Dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan serta solusi yang objektif bagi pihak BRI Syariah.

b. Bagi masyarakat umum

Dapat dijadikan pertimbangan bagi masyarakat dalam memahami tentang BRI Syariah.

c. Bagi Pemerintah

Sebagai pedoman dalam mencegah agar terhindar dari praktek atau transaksi-transaksi masih meragukan yang tidak sesuai dengan syariat Islam.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis mencantumkan beberapa penelitian terdahulu, yaitu:

Pertama, yaitu penelitian yang berjudul “Pengaruh Pelatihan Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk. Cabang Bukit Tinggi Tahun (2008)” Rita Monica, skripsi ini menyimpulkan bahwa pelatihan yang diadakan selama ini kurang efektif serta tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja pegawai pada bank BNI Bukit Tinggi. Sehingga dapat disimpulkan peningkatan kinerja pegawai dipengaruhi oleh faktor lainnya.¹¹

Kedua, yaitu penelitian dengan judul “Strategi Meningkatkan Kinerja Karyawan Melalui Pelatihan dan Pengembangan di Perum Bulog Divre Jateng (2007)” oleh Irfa Nurina Jati. Penelitian ini menghasilkan strategi perum BULOG Divre Jateng untuk meningkatkan kinerja karyawan yaitu melalui pemberian motivasi kerja kepada karyawan, Untuk meningkatkan kinerja karyawan maka karyawan diberikan tugas dalam mengikuti pendidikan dan pelatihan dan setelah mengikuti pendidikan dan pelatihan karyawan ada peningkatan kerja maka karyawan akan diberikan promosi. Salah satunya yaitu melalui pelatihan dan

¹¹Rita Monica, *Pengaruh Pelatihan Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk Cabang Bukittinggi* (Skripsi Fakultas Ekonomi, STIE Haji Agus Salim Bukittinggi, 2008)

pengembangan berupa diklat (pendidikan dan pelatihan) yang meliputi diklat on the job , diklat off the job.¹²

Ketiga, yaitu penelitian yang berjudul “Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Insani Terhadap Peningkatan Etos Kerja Pegawai Bank Syariah Bukopin Cabang Melawai Tahun (2011)” oleh Ahmad Aulia, skripsi ini disimpulkan bahwa upaya dilakukan bank Syariah Bukopin Cabang Melawai dalam meningkatkan etos kerja karyawannya yaitu memberikan pelatihan (Training) kepada seluruh pegawainya secara rutin, memberikan reward dan punishment, melakukan proses assessment untuk mengetahui potensi dan kompetensi karyawannya, serta memberikan pengembangan terhadap pegawai lama dengan sistem promosi dan mutasi.¹³

Dan perbedaan penulisan dengan penelitian yang sudah ada sebelumnya adalah dari segi waktu, tempat dan objek penelitiannya serta metode yang digunakan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan ialah *field research* (penelitian lapangan). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penggunaan pendekatan

¹²Irfa Nurina Jati, *Strategi Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Pelatihan dan pengembangan di Perum Bulog Divre Jateng* (Jurusan Manajemen Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, 2007)

¹³Ahmad Aulia, *Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Manajemen Sumber Daya Insani Terhadap Peningkatan Etos Kerja Pegawai Bank Syariah Bukopin Cabang melawai* (Konsentrasi Perbankan Syariah, Prodi Muamalat, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011)

kualitatif deskriptif ini antara lain didasarkan pada pertimbangan bahwa dengan pendekatan ini dapat membantu peneliti dengan menjelaskan kenyataan-kenyataan yang dihadapi di lapangan. Juga dapat membantu peneliti berinteraksi langsung dengan subjek penelitian tentang mutu pelayanan melalui pelatihan dan pengembangan *marketing* untuk menarik minat nasabah pada BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan dari bulan Mei 2017 sampai selesai (jadwal terlampir). Lokasi dalam penelitian ini dilakukan adalah BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu yang beralamat di Jalan S. Parman tanah patah Kota Bengkulu.

3. Subjek/ Informan Penelitian

Informan adalah orang yang diwawancarai, dimintai informasi oleh pewawancara.¹⁴ Dalam kegiatan penelitian yang menjadi sumber informasi adalah para informan yang berkompeten dan mempunyai relevansi dengan penelitian.¹⁵ Pemilihan *informan* diambil dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* atau dikenal juga dengan *purposeful sampling* merupakan metode/cara pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk tujuan tertentu. Oleh karena itu, *Informan* dalam penelitian ini ialah pengurus

¹⁴ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2007), h. 108

¹⁵ Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2008), h. 219

BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu pada bagian *Marketing* dan nasabah bank tersebut.

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

1) Data primer

Data dapat diperoleh langsung dari lapangan.¹⁶ Dalam penelitian ini, sumber data primer ialah berupa hasil wawancara dengan 2 *marketing*, 1 *customer service*, 1 *branch admin*, dan 10 nasabah Bank BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu.

2) Data Sekunder

Sedangkan data sekunder yaitu data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain), tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder adalah data laporan peranan *Marketing* berupa buku-buku, brosur, literature, artikel, skripsi, serta jurnal.¹⁷

b. Teknik Pengumpulan Data

Data yaitu urut informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan *relevan* dengan *problem* tertentu. Menurut Burhan “data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang dapat diperoleh di lokasi

¹⁶Nasution, *Meode Research (Penelitian Ilmia)*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara), h.143

¹⁷Nasution, *Meode Research....* h.100

penelitian”.¹⁸ Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Pada bagian ini, peneliti menentukan metode apa yang akan digunakan dalam merekam dan mengumpulkan seluruh data penelitian. Penentuan metode pengumpulan data harus *relevan* dengan masalah penelitian dan karakteristik sumber data serta bagaimana alasan-alasan nasional mengapa metode pengumpulan data itu digunakan. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal semacam percakapan yang dilakukan wawancara mendalam (*in depth interview*) yang bertujuan memperoleh informasi.¹⁹ Metode wawancara ini merupakan metode pengumpulan data yang sangat sering dipergunakan dalam penelitian. Metode wawancara sangatlah sederhana dan lebih mudah mempersiapkan dan melaksanakannya. Wawancara yang peneliti terapkan yaitu jenis pembicaraan dengan pertanyaan yang diajukan sudah disiapkan sebelumnya oleh pewawancara dan terwawancara menjawab dengan spontan tanpa dibuat-buat. Pembicaraan dimulai dari hal-hal umum hal-hal yang khusus. Sehingga terwawancara seolah-olah tidak menyadari bahwa ia sedang di wawancarai. Dan metode wawancara ini adalah pengumpulan

¹⁸ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif : Komunikasi dan kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Prenada Media , 2005), h. 119

¹⁹ Nasution, *Meode Research....* h.113

data yang berinteraksi langsung dengan responden yaitu bagian *Marketing* dan nasabah bank tersebut.

2. Observasi

Observasi merupakan sebuah proses penggalan data yang dilakukan langsung oleh peneliti sendiri (bukan oleh sistem peneliti atau oleh orang lain) dengan cara melakukan pengamatan mendetail terhadap manusia sebagai objek observasi dan lingkungannya dalam kancah riset.²⁰

3. Studi Kepustakaan

Teknik ini yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mendukung keterangan dari penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Penulisan menghimpun dokumen, serta arsip atau data yang berhubungan dengan BRI Syariah.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi. Catatan lapangan, dan berupa bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya kedalam unit-unit, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan

²⁰ Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Fokus Grup sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2015), h. 130131

yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat dicaritakan kepada orang lain. Menurut Milles dan Huberman Analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu :²¹

a. Reduksi Data

Merupakan sebuah hasil dari catatan lapangan dengan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian dan penyederhanaan-penyederhanaan.²²

b. Penyajian Data

Dengan arti lain data ini merupakan sebuah hasil dari proses penyusunan secara sistematis bertujuan untuk memperoleh kesimpulan sebagai temuan penelitian.²³

c. Penarikan Data

Catatan yang diambil dari berbagai sumber yang ada dan dari hasil-hasil observasi dapat disimpulkan masalah-masalah yang sesuai dengan fokus penelitian penulis. Metode yang penulis gunakan dalam menganalisis data pada penelitian yaitu penelitian induktif. Metode induktif yaitu metode yang dinilai dari analisis berbagai data yang terhimpun dari suatu penelitian, kemudian bergerak kearah pembentukan kesimpulan kategori atau ciri-ciri umum tertentu. Dan dengan demikian metode induktif merupakan proses dimana peneliti mengumpulkan dan kemudian

h. 91 ²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung : Alfabeta. 2012),

²²Sugiyono, *Metode Penelitian....* h. 92

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian....* h. 95

mengembangkannya menjadi suatu teori.²⁴ Dimana data yang berhasil peneliti kumpulkan dari lokasi penelitian, selanjutnya dianalisa dan kemudian disajikan secara tertulis dalam laporan tersebut, yaitu berupa data yang ditemukan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh dari BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu. Penerapannya adalah dengan cara mengolah data yang masih umum yang berupa jawaban dari bagian *Marketing* dan nasabah pada BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu.

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian....* h. 99

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Mutu Pelayanan

1. Pengertian Mutu Pelayanan

Mutu pelayanan yaitu suatu tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak karyawan kepada pihak konsumen yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun dimana produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya keinginan pada konsumen itu sendiri.²⁵

Mutu pelayanan adalah merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau yang tersirat dalam diri pelanggan.²⁶ Mutu pelayanan juga didefinisikan sebagai tingkat mutu yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.²⁷

Menurut Parasuraman Et Al, mutu pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Mutu pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Mutu pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh

²⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia Analisis Perencanaan Implementasi, Dan Pengendalian*, (Jakarta: Selemba Empat, 2002), h. 83

²⁶Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia, Indonesia, 2010),h.91

²⁷Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graham Ilmu, 2008), h. 88

perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Definisi Mutu pelayanan pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.²⁸

Menurut Wyckof mutu pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai yang diharapkan, maka mutu pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka mutu pelayanan dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima itu lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka mutu pelayanan dianggap buruk atau tidak baik.

Menurut Kotler mutu pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Karena itu merumuskan suatu strategi dan program pelayanan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya.

Mutu pelayanan juga dapat diartikan kepedulian perusahaan terhadap pelanggan. Mutu pelayanan bersifat dinamis yaitu berubah menurut tuntutan pelanggan. Sesuai dari pernyataan Lupiyoadi salah satu

²⁸ Laksana, *Manajemen Pemasarn*.....h.89

faktor utama harus diperhatikan suatu perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan yang baik.

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau rangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha manusia dan menggunakan peralatan.²⁹

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pula tingkat kualitas pelayanan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan. Kualitas jelas merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan.³⁰

2. Indikator Mutu Pelayanan.

Menurut Parasuraman Et Al, penelitian instensif terhadap kualitas layanan mengidentifikasi 10 dimensi yang digunakan oleh pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Dalam penelitian berikutnya, mereka menemukan tingkat korelasi yang tinggi antara beberapa variabel, dan akhirnya mengonsolidasikannya kedalam lima dimensi yang luas dan dapat memenuhi syarat agar kualitas pelayanan dapat menimbulkan kepuasan pelanggan.³¹

²⁹ Ratminto, Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*. (Yogyakarta : 2010),h.2

³⁰ Adi Maulana, Yayar Sri Hayati, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta:Erlangga, 2010),h. 44

³¹ Chistopher Lovelock, *et al, Service Marketing, Seventh Edition, terj.* Dian Wulandari dan Davri Barnadi Putra, (Jilid 7. Jakarta: Erlangga, 2010), h. 154

1. Bukti secara langsung, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan, sasaran dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan merupakan bukti nyata yang diberikan, perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilannya.
2. Keandalan, yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat, memuaskan, dan terpercaya.
3. Daya tanggap, yaitu keinginan dari para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan dapat memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas.
4. Jaminan, yakni suatu *assurance* yang mencakup pengetahuan, kemampuan kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau ragu-ragu.
5. Empati, yakni dapat memberikan pelatihan yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

Pelanggan akan menggunakan kelima dimensi kualitas pelayanan diatas untuk membentuk penilainnya terhadap kualitas pelayanan yang merupakan dasar untuk membandingkan harapan dan persepsinya.³²

³² Chistopher Lovelock, *et al*, *Service Marketing*.... h. 155

Mengacu pada pengertian mutu pelayanan maka konsep kualitas pelayanan yaitu suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pembeli.

Kualitas atau mutu pelayanan Islam yaitu melayani dengan cinta, bukan karena tugas atau pengaruh dari luar, melainkan benar-benar sebuah obsesi yang sangat mendalam bahwa aku bahagia karena melayani. Melayani atau menolong seseorang merupakan bentuk seseorang dan kepedulian terhadap nilai kemanusiaan. Memberikan pelayanan dan pertolongan merupakan investasi yang kelak akan dipetik keuntungannya, tidak hanya diakhirat, tetapi diduniapun mereka merasakannya. Lihatlah teladan dicontohkan Rasulullah SAW, betapa besarnya perhatian beliau terhadap makna pelayanan dan betapa besar perhatian beliau terhadap manusia, bahkan makhluk lainnya. Dimuliakannya tamu yang datang kepadanya. Bila berjalan dengan orang yang lemah, beliau mengiringkannya dibelakang seraya mendo'akannya.

Kualitas pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dalam Islam menjelaskan

bila ingin memberikan yang pelayanan yang berkualitas dan terbaik kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Ali-Imran ayat 159:³³

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنفَضُوا
مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: ”Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu Telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

Berdasarkan ayat diatas dijelaskan bahwa setiap manusia dituntun untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya.

3. Prinsip-prinsi Pelayanan.

Adapun prinsip-prinsi pelayanan, antara lain sebagai berikut:³⁴

1. Melayani itu sautu ibadah karena harus ada rasa cinta dan semangat membara didalam hati pada setiap tindakan pelayanan.

³³ Mushaf Al-Kamil, *Al-Qur'an dan Terjemahan disertai tema penjelasan kandungan ayat*, (Jakarta : CV Darus Sunnah, 2002).

³⁴Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islam*, (Jakarta: Gema Insane Press, 2010),cet ke-1, h. 97

2. Memberi dahulu dan anda akan menerima ROSE (*return on service excellent*).
3. Mengerti orang lain terlebih dahulu sebelum ingin dimengerti.
4. Bahagiakan orang lain terlebih kelak anda menerima kebahagiaan melebihi dari apa yang diharapkan.
5. Menghargai orang lain sebagaimana diri anda dihargai.

4. Dasar-dasar Pelayanan

Dasar-dasar pelayanan yang harus dimengerti dan dipahami:

1. Berpakaian dan penampilan rapi dan bersih
Petugas harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik.
2. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum
Dalam melayani pelanggan petugas jangan sampai ragu-ragu, yakni dan percaya diri yang tinggi.
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama pelanggan atau nasabah jika kenal.
4. Jaga sikap sopan, ramah dan selalu berlaku tenang.
Dalam melayani pelanggan sikap sopan santun, ramah tamah harus selalu bisa dijaga.
5. Berbicara dengan bahasa yang benar dan baik
6. Bergairah dalam melayani nasabah dan menunjukkan kemampuan
7. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.

5. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Ciri pelayanan yang baik antara lain :³⁵

1. Memiliki karyawan yang profesional
2. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik pelanggan ingin dilayani secara baik
3. Tersedianya ragam produk yang diinginkan
4. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan dari awal hingga selesai.
5. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
6. Mampu berkomunikasi secara jelas.
7. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
8. Memiliki pengetahuan yang luas dan kemampuan yang baik tentang produk yang dijual dan pengetahuan umum lainnya.
9. Mampu memberikan kepercayaan.

B. Pelatihan dan Pengembangan

1. Pelatihan

a. Pengertian Pelatihan

Pelatihan (*training*) adalah suatu proses memperbaiki ketrampilan kerja karyawan untuk membantu pencapaian tujuan perusahaan. Pada awalnya, pelatihan karyawan hanya diperuntukan kepada tenaga-tenaga oprasional, agar memiliki keterampilan secara teknis. Tetapi, kini pelatihan diberikan kepada setiap karyawan dalam perusahaan termasuk karyawan administrasi maupun tenaga manajeral.

³⁵ Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islam..* h.97

Manajemen kini bersama-sama dengan para karyawan untuk mengidentifikasi tujuan dan sasaran strategis dalam mencapai tujuan perusahaan. Para manajer perusahaan telah menyadari betapa pentingnya pelatihan untuk dapat meningkatkan kepuasan kerja.³⁶

Program pelatihan bertujuan untuk memperbaiki penguasaan berbagai ketrampilan dan teknik pelaksanaan kerja tertentu untuk kebutuhan sekarang.³⁷ Pelatihan sering dianggap sebagai aktivitas yang paling dapat dilihat umum dari semua aktivitas kepegawaian. Pelatihan hanya bermanfaat dalam situasi di mana para pegawai kekurangan kecakapan dan pengetahuan.³⁸ Untuk karyawan lama, pelatihan digunakan sebagai dasar peningkatan dan pemindahan pekerjaan, biasanya pekerjaan yang lebih tinggi akan menuntut tanggung jawab yang lebih besar, sehingga mengharuskan karyawan mengikuti pelatihan. Demikian pula, perpindahan pekerjaan dari satu pekerjaan ke pekerjaan lain yang setingkat, perlu dilakukan pemahaman tentang pekerjaan tersebut melalui pelatihan karyawan. Tanpa pelatihan, sulit bagi seorang karyawan dapat mengenal dengan baik pada pekerjaan barunya. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa

³⁶Wilson Bangun, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama, 2012), h.201-203

³⁷Husen Umar, *Sumber Daya Manusia Organisasi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004),h. 12

³⁸Faustino Cardoso Gomes, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: 2003),h.198

pelatihan akan menguntungkan pada pihak karyawan dan perusahaan.³⁹

b. Tujuan Pelatihan

Tujuan pelatihan pada intinya dapat dikelompokkan :

1. Memperbaiki karyawan

Adapun karyawan yang bekerja secara tidak memuaskan di karena kurangnya ketrampilan merupakan calon utama dalam pelatihan.

2. Memutakhirkan keahlian para karyawan sejalan dengan kemajuan teknologi.

Melalui pelatihan, pelatihan (*training*) memastikan bahwa karyawan dapat mengalokasikan teknologi baru secara efektif.

3. Mengurangi waktu pembelajaran bagi karyawan baru agar kompeten dalam melakukan pekerjaan.

Seorang karyawan yang baru sering tidak menguasai keahlian dan kemampuan yang dibutuhkan untuk menjadi “*job competent*” yaitu mampu mencapai *output* dan standar mutu yang diharapkan. Oleh karena itu pelatihan sering diperlukan untuk mengisi gap antara prediksi kinerja karyawan baru dengan kinerja aktualnya.

4. Membantu memecahkan masalah operasional.

Masalah dalam sebuah organisasi tentu pasti ada entah itu misalnya dari segi sumber daya *financial* maupun dari sumber daya teknologi manusia.

³⁹ Faustino Cardoso Gomes, *Manajemen Sumber....*h.199

5. Mempersiapkan karyawan untuk promosi.

Salah satu cara menarik, menahan dan memotivasi karyawan adalah melalui program pengembangan karir yang sistematis.

6. Mengorientasikan karyawan terhadap organisasi.

Selama beberapa hari pertama dipekerjaan, karyawan baru membentuk kesan pertama mereka terhadap organisasi dan tim manajemen. Kesan ini dapat meliputi kesan yang menyenangkan sampai yang tidak menyenangkan, dari itulah beberapa penyelenggaraan orientasi melakukan upaya bersama dengan tujuan mengorientasikan para karyawan baru terhadap organisasi dan pekerjaan secara benar.

7. Memenuhi kebutuhan pertumbuhan pribadi.

Contohnya sebagian besar manajer berorientasi pencapaian dan membutuhkan tantangan baru dipekerjaannya.⁴⁰

c. Prinsip-prinsip Pelatihan

1. Perbedaan individual

Setiap individu mempunyai karakter yang berbeda satu dengan yang lainnya seperti daya tangkap pengetahuan, latar belakang, latar pendidikan, pengalaman, usia dan minat, sehingga harus disusun sebuah program pendidikan dan pelatihan yang dapat diterima semua karyawan peserta dan pelatihan.

⁴⁰ Faustino Cardoso Gomes, *Manajemen Sumber....*

2. Hubungan dengan analisis jabatan

Keterangan dari analisis jabatan harus menunjukkan pengetahuan dan ketrampilan apa yang diperlukan peserta sehingga program pendidikan dan pelatihan pun akan disesuaikan berdasarkan kebutuhan-kebutuhan tersebut.

3. Motivasi

Perhatian khusus harus dicurahkan kepada karyawan peserta sebagai motivasi program pendidikan dan pelatihan.

4. Partisipasi yang aktif.

Didalam program pendidikan dan pelatihan harus menciptakan keadaan dimana peserta turut aktif dalam program tersebut, sehingga peserta termotivasi untuk mengikuti program tersebut.

5. Seleksi peserta.

Meskipun menurut urgensinya bahwa seluruh karyawan perlu diikuti sertakan dalam pendidikan dan pelatihan, namun akan lebih baik jika yang mengikutinya adalah karyawan yang mempunyai minat dan bakat pada program.⁴¹

6. Pemeliharaan para pelajar.

Supaya program pendidikan dan pelatihan dapat mencapai sasaran maka para pengajar merupakan orang-orang terpilih yang memenuhi persyaratan sesuai dengan tujuan perusahaan.

⁴¹ Faustino Cardoso Gomes, *Manajemen Sumber....*

7. Pelatihan pengajar.

Sebaiknya pengajar diberikan pelatihan agar mengetahui tujuan dari diadakannya program pendidikan dan pelatihan dapat mengetahui bagaimana cara memberikan materi yang sesuai dengan keadaan peserta.

8. Metode pendidikan dan pelatihan.

Dalam program pendidikan dan pelatihan harus jelas metode yang cocok dengan jenis pendidikan dan pelatihan serta tujuan yang diharapkan dari penyelenggaraan.

9. Prinsip belajar.

Para pelajar harus cermat serta mengamati dan bisa membaca minat dan bakat peserta dan mampu mencegah kemungkinan timbulnya hal-hal yang mengganggu proses dalam belajar.

d. Metode-metode Pelatihan

Ada beberapa metode dalam pelatihan, yaitu:⁴²

1. *Metode On-The-Job Training* (latihan sambil bekerja)

Metode *on-the-job training* merupakan metode paling banyak yang digunakan perusahaan dalam melatih tenaga kerjanya. Para karyawan mempelajari pekerjaannya sambil mengerjakannya secara langsung. Kebanyakan perusahaan menggunakan orang dalam perusahaan yang melakukan pelatihan terhadap sumber daya manusianya, biasanya dilakukan oleh atasan langsung.

⁴² Faustino Cardoso Gomes, *Manajemen Sumber....*

Dengan menggunakan metode ini maka akan lebih efektif dan efisien pelaksanaan latihan karena disamping biaya pelatihan yang lebih murah, tenaga kerja yang dilatih lebih mengenal dengan baik pelatihnya. Terdapat empat metode yang digunakan yaitu, rotasi pekerjaan, penugasan yang direncanakan, pembimbingan, dan pelatihan posisi.

2. *Metode Off-The-Job Training*

Dalam metode *off-the-job training*, pelatihan yang dilaksanakan dimana karyawan dalam keadaan tidak bekerja dengan tujuan supaya terpusat pada kegiatan pelatihan saja. Pelatih didatangkan dari luar organisasi. Dalam hal ini dilakukan karena kurang atau tidak tersedianya pelatih dalam perusahaan. Keuntungan dalam metode ini, peserta latihan tidak merasa jenuh dilatih oleh atasannya langsung, metode yang diajarkan pelatih berbeda sehingga memperluas pengetahuan. Kelemahannya yaitu ada pada biaya yang dikeluarkan yang cukup relatif besar, dan pelatihan belum mengenal secara lebih mendalam para peserta latihan sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama dalam pelatihan.⁴³

e. **Evaluasi Hasil Program Pelatihan**

Untuk memastikan keberhasilan pelatihan dapat dilakukan melalui evaluasi. Secara sistematik manajemen pelatihan meliputi tahap perencanaan yaitu *training need analysis*, tahap implementasi dari

⁴³ Faustino Cardoso Gomes, *Manajemen Sumber....*

tahap evakuasi. Tahap terakhir yang merupakan suatu titik kritis dalam setiap kegiatan karena sering kali diabaikan sementara fungsinya sangat vital untuk memastikan bahwa pelatihan yang telah dilakukan berhasil mencapai tujuan atau tidak.⁴⁴

f. Jenis-jenis Pelatihan

Jenis-jenis pelatihan yang sejauh ini dikenal banyak tergantung pada cara dan sasaran yang ingin dicapai dari pelatihan itu sendiri. Adapun jenis-jenis pelatihan yang dilaksanakan, yaitu:

1. Pelatihan dalam perusahaan.

Merupakan pelatihan yang diadakan dalam rangka roda perusahaan, meliputi:

- a). Pelatihan instruksi, yaitu melatih cara-cara yang tepat untuk memberikan instruksi, baik bagi tenaga kerja baru ataupun tenaga kerja lama dalam menghadapi tugas-tugas baru.
- b). Pelatihan cara kerja, yaitu untuk melatih bagaimana cara-cara kerja yang tepat dan menyempurnakan suatu pekerjaan.
- c). Pelatihan hubungan kerja, yaitu melatih cara-cara hubungan kerja antara tenaga kerja dengan pengawas pimpinan maupun antara kerja antara tenaga kerja sendiri.

2. Pelatihan ketrampilan

Merupakan latihan pengembangan ketrampilan fisik bagi tenaga-tenaga pelaksana, yang terdiri atas:

⁴⁴Asri Laksmi Rian, *Manajemen Sumber Daya Manusia Masa Kini*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013)cet ke-1, h.91.

- a). Pengembangan secara informal, yaitu karyawan atas keinginan dari usaha sendiri melatih dan mengembangkan dirinya dengan mempelajari buku-buku literatur yang ada hubungannya dengan pekerjaan/ jabatannya.
- b). Pengembangan secara formal, yang mana karyawan akan ditugaskan perusahaan untuk mengikuti program pendidikan dan pelatihan, baik yang dilakukan oleh perusahaan maupun yang dilakukan lembaga-lembaga yang menyelenggarakan atau mengadakan program pendidikan dan pelatihan.

g. Manfaat Pelatihan

Manfaat dari pelatihan adalah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan atas bertambahnya pengetahuan mereka tentang penggunaan pengoperasian peralatan tersebut. Sekaligus, pelatihan karyawan akan berpengaruh pada bertambahnya kesetiaan dan kecintaan para pelanggan untuk memiliki dan menggunakan barang dan jasa tersebut. Dengan demikian program pelatihan akan mempertahankan atau meningkatkan penjualan di masa kini maupun di masa akan datang.

2. Pengembangan

a. Pengertian Pengembangan

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kualitas dan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral seorang karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan / jabatan melalui

pendidikan dan pelatihan.⁴⁵ Pengembangan bertujuan untuk menyiapkan pegawainya siap memangku jabatan tertentu dimasa yang akan mendatang.⁴⁶

Pengembangan adalah proses mengembangkan kompetensi untuk meningkatkan kapasitas karyawan untuk tanggungjawab yang lebih tinggi. Aktivitas pengembangan meliputi pelatihan dan pengalaman jabatan.⁴⁷

Pengembangan sumber daya manusia (*human resource development*) adalah proses untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam membantu tercapainya tujuan organisasi. Kemampuan sumber daya manusia dalam perusahaan dapat ditingkatkan melalui program-program pelatihan dan pendidikan.

Pengembangan sumber daya manusia membutuhkan biaya yang relatif besar. Tidak sedikit biaya yang dikeluarkan untuk kepentingan pelatihan dan pendidikan karyawan. Kebanyakan perusahaan rela mengorbankan sejumlah dana untuk kepentingan pengembangan dengan harapan memperoleh hasil kerja maksimal. Harapan ini dapat terwujud pada tingkat produktivitas yang lebih baik, tingkat *turnover* dan absensi karyawan yang lebih rendah.

Program-program pengembangan sumber daya manusia akan memberi manfaat kepada organisasi dan para karyawan itu sendiri.

⁴⁵Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015). Cet ke-18, h.69

⁴⁶Husen Umar, *Sumber Daya Manusia Organisasi*, h. 12

⁴⁷Brian Aprianto, SPHR, dan Fonny ArisandymJacob, *Pedoman Lengkap Profesional SDM Indonesia*, (Jakarta: 2013),h.17

Prusahaan akan memperoleh manfaat berupa peningkatan produktivitas, stabilitas, dan fleksibilitas untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan yang selalu berubah. Bagi karyawan itu sendiri, dapat meningkatkan keterampilan atau pengetahuan akan pekerjaannya. Pengembangan sumber daya manusia merupakan dasar bagi seseorang untuk menduduki suatu jabatan yang lebih tinggi di perusahaan (promosi) atau dipindah tugaskan ke pekerjaan lain (mutasi). Oleh karena itu, pengembangan merupakan suatu kebutuhan bahkan sesuatu yang diharapkan oleh setiap orang dalam perusahaan.

b. Tujuan Pengembangan

Pengembangan sangat bermanfaat bagi sebuah perusahaan baik karyawan, ataupun konsumen yang mengkonsumsi barang dan jasa yang dihasilkan atau diproduksi perusahaan.

Tujuan pengembangan hakikatnya menyangkut hal-hal berikut :

- a. *Produktivitas Kerja*, yaitu dengan pengembangan, produktivitas kerja karyawan akan meningkat kualitas dan kauntitas produksi semakin baik, karena *technical skill*, *human skill*, dan *managerial skill* karyawan yang semakin baik.
- b. *Efisiensi*, yaitu mengembangkan kinerja seorang karyawan yang bertujuan untuk meningkatkan efesiensi tentang, waktu, bahan baku, dan mengurangi ausnya mesin-mesin, pemborosan berkurang, biaya produksi relatif kecil.

- c. Kerusakan, yaitu bertujuan untuk mengurangi kerusakan barang dan mesin-mesin karena karyawan semakin ahli dan terampil dalam melaksanakan pekerjaannya.
- d. Kecelakaan, tujuannya agar dapat mengurangi tingkat kecelakaan karyawan, sehingga jumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk pengobatan karyawan berkurang.
- e. Pelayanan, untuk meningkatkan pelayanan yang lebih baik dari karyawan kepada nasabah perusahaan, karena pemberian pelayanan yang baik merupakan daya tarik yang sangat penting bagi rekanan-rekanan perusahaan bersangkutan.
- f. Moral, yaitu dilakukan pengembangan moral kepada karyawan agar dapat jadi lebih baik karena keahlian dan keterampilannya sesuai dengan pekerjaannya sehingga mereka antusias untuk menyelesaikan pekerjaannya dengan lebih baik.
- g. Karier, kesempatan untuk meningkatkan karier karyawan semakin besar, karena keahlian, keterampilan, dan prestasi kerjanya lebih baik.
- h. *Konseptual*, bertujuan agar manajer bisa semakin cakap dan cepat dalam mengambil keputusan yang lebih baik, karena *technical skill*, *human skill*, dan *managerial skill*-nya untuk lebih baik.
- i. Kepemimpinan, kepemimpinan seorang manajer akan lebih baik, *human relations*-nya lebih luwes, motivasinya lebih terarah

sehingga pembinaan kerja sama vertikal dan horizontal semakin harmonis.

- j. Balas jasa (gaji, upah insentif, dan benefits), bertujuan agar karyawan dalam meningkat prestasi kerja mereka.
- k. Konsumen, yaitu pengembangan karyawan akan memberikan manfaat yang baik bagi masyarakat konsumen karena mereka akan memperoleh barang atau pelayanan yang lebih bermutu.

c. Prinsip Pengembangan

Adalah untuk meningkatkan kualitas dan kemampuan bekerja karyawan. Hampir sama dengan program untuk mengembangkan jenis rencana yang konkret karena di dalamnya sudah tercantum sasaran, kebijaksanaan, prosedur, anggaran, dan waktu pelaksanaannya. Program untuk pengembangan harus berprinsip pada peningkatan efektivitas dan efisien kerja masing-masing karyawan pada jabatannya. Untuk mengembangkan suatu organisasi atau perusahaan hendaknya diinformasikan secara terbuka kepada semua karyawan atau anggota supaya mereka mempersiapkan dirinya masing-masing.⁴⁸

d. Metode-metode Pengembangan

Metode-metode pengembangan harus didasarkan kepada sasaran yang ingin dicapai. Sasaran pengembangan karyawan adalah:

1. Meningkatkan kemampuan dan keterampilan teknis mengerjakan atau *technical skill*;

⁴⁸Maluyu S.P. Haisibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia...h.72*

2. Meningkatkan keahlian dan kecakapan memimpin serta mengambil keputusan atau *managerial skill* dan *conceptual skills*.

Metode pengembangan terdiri atas:

- a. Metode pelatihan, berupa latihan yang dikerjakan berdasar pada kebutuhan pekerjaan yang tergantung pada faktor yaitu, waktu, biaya, jumlah peserta, tingkat pendidikan dasar peserta, latar belakang peserta, dan lain-lain.
- b. Metode pendidikan, yaitu pendidikan dalam arti sempit yaitu untuk meningkatkan keahlian dan kecakapan manajer memimpin para bawahannya secara efektif.
- c. Tolak ukur metode pengembangan, yaitu pengembangan dikatakan baik apabila mencapai sasaran sesuai dengan yang diinginkan, yaitu dapat meningkatkan kualitas karyawan dalam mengerjakan pekerjaannya.
- d. Kendala-kendala pengembangan, akan menghambat lancarnya pelaksanaan latihan dan pendidikan, sehingga sasaran yang tercapai kurang memuaskan.⁴⁹

e. Jenis-jenis Pengembangan

Jenis pengembangan dikelompokkan atas pengembangan secara informal dan pengembangan secara formal.

1. Pengembangan secara informal, adalah seorang karyawan yang bekerja atas keinginannya dari usaha sendiri untuk melatih dan

⁴⁹Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*,h,70-85

mengembangkan dirinya dengan mempelajari buku-buku literatur yang ada hubungannya dengan pekerjaan atau jabatannya. Pengembangan secara informal mengemukakan bahwa karyawan tersebut berkeinginan keras untuk maju dengan cara meningkatkan kemampuan kerjanya. Program pengembangan ini bermanfaat bagi perusahaan karena prestasi kerja karyawan semakin besar, di samping efisiensi dan produktivitasnya juga semakin baik.

2. Pengembangan secara formal, yang mana karyawan akan ditugaskan perusahaan untuk mengikuti pendidikan dan latihan, banyak yang dilakukan perusahaan maupun yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga pendidikan atau pelatihan. Pengembangan secara formal dilakukan perusahaan atau tuntutan pekerjaan saat ini ataupun masa datang, yang sifatnya non karier atau peningkatan karier seorang karyawan.

3. *Marketing*

a. Pengertian *Marketing*

Marketing adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial, atau memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan

pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.⁵⁰

Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan nilai pelanggan yang unggul.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.⁵¹

Tingkat pemasaran dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk lebih dapat menggunakan segala kemampuannya dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan setiap kegiatan tersebut memerlukan sebuah konsep pemasaran yang mendasarkan agar efektif dan efisien sesuai dengan orientasi perusahaan terhadap pasar.⁵² Pemasaran merupakan suatu seni menjual produk, sehingga

⁵⁰ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*, (Jakarta : Erlangga 2008),h.5

⁵¹ Philip Kotler, AB Susanto. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000)h.7

⁵² Buchari Alma Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2009), h. 257

pemasaran proses penjualan yang dimulai dari perancangan produk sampai dengan setelah produk tersebut terjual. Berbeda dengan halnya penjualan yang hanya berfokus pada terjadinya transaksi penjualan barang atau jasa.⁵³

Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa. Kebutuhan para konsumen adalah suatu keadaan yang di mana dirasakan dan tidak ada dalam diri seseorang, seperti kebutuhan akan adanya rasa aman, lapar, haus, dan kebutuhan lainnya.⁵⁴

b. Fungsi *Marketing* pada Perusahaan

1. Fungsi pertukaran

Dengan *marketing*, konsumen dapat membeli produk yang berasal dari produsen baik itu dengan menukar maupun dengan melakukan pertukaran produk dengan produk untuk digunakan sendiri ataupun untuk dijual.

2. Fungsi distribusi fisik

Produk yang dikerjakan dengan mengangkut dan menyimpan produk. Produk yang berasal dari produsen kemudian akan salurkan melalui darat, laut atau udara. Lalu penyimpanan produk dilakukan dengan cara mengendapkan dan menjaga

⁵³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2012),h. 5

⁵⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2004),h. 61-62

pasokan produk supaya tidak terjadi kekurangan pada saat diperlukan.

3. Fungsi perantara

Yang ditugaskan dalam menyampaikan informasi tentang produk-produk dari produsen kepada konsumen dilakukan lewat perantara pemasaran atau *marketing* yang menghubungkan kegiatan pertukaran dengan distribusi fisik.

Adapun beberapa fungsi lain dari *marketing* pada perusahaan, yaitu:

a. *Marketing* berperan sebagai *sales*

Tugas utama *marketing* biasanya yaitu menghasilkan pemasukan bagi perusahaan dengan cara melakukan penjualan terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

b. *Marketing* berperan sebagai promosi

Yang berfungsi untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan kepada masyarakat luas, sehingga perusahaan dan produknya dapat dikenal.

c. *Marketing* sebagai riset dan pengembangan

Berfungsi untuk menyerap berbagai macam informasi dan menyampaikannya pada perusahaan yang berkaitan tentang apa saja yang bermanfaat untuk mendukung dalam peningkatan kualitas maupun penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

d. *Marketing* berperan untuk mewujudkan konsep *marketing communication*.

Maksudnya *marketing* dapat juga berperan sebagai penghubung dalam membuat hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat ataupun perusahaan dan lingkungan sekitarnya.

c. Tugas *Marketing*

1. Sebagai bagian yang untuk memperkenalkan suatu perusahaan kepada masyarakat, melalui produk yang dibuat oleh perusahaan.
2. Bertugas dalam menghasilkan pendapatan bagi perusahaan dengan cara menjual produk perusahaan.
3. Untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan atau masyarakat serta menjembatani antara perusahaan dengan lingkungan eksternal.
4. Ditugaskan untuk menyerap informasi dan menyampaikan kepada perusahaan tentang segala sesuatu yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas dan penjualan produk.⁵⁵

4. Minat

a. Pengertian Minat

Minat merupakan kesukaan (kecendrungan hati) kepada sesuatu.⁵⁶

Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab mendefinisikan tentang yaitu minat sebagai sesuatu kecenderungan untuk memberikan perhatian

⁵⁵<http://www.gurupendidikan.com/pengertian-fungsi-dan-tugas-marketing-secara-lengkap>.

⁵⁶Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jogyakarta:UPP AMP YKPN,2003), h.76

dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu dengan disertai dengan perasaan senang.⁵⁷

Sedangkan Menurut Andi Mappiare yang mendefinisikan tentang minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari satu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.⁵⁸

Berdasarkan pengertian diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa minat dalam penelitian ini adalah suatu kecenderungan dari dalam diri individu yang menyebabkan individu tersebut mempunyai sikap, berkeinginan serta ketekunan dan mempunyai dorongan terhadap objek tertentu tanpa ada yang menyuruh untuk menjadi nasabah di bank syariah.

b. Indikator Minat

Menurut Ferdinand, Minat beli dapat didefinisikan melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. Minat *transaksional*, yaitu suatu kecenderungan dari konsumen untuk membeli produk dari perusahaan.
2. Minat *refrensial*, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat *preferensial*, yaitu minat yang digunakan untuk menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk

⁵⁷Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta: Pranada Media, 2004), h.263

⁵⁸Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa BaginPenyesuaian Dan Pendidikan*, (Surabaya: Usaha Offiset Printing, 1994), h.62

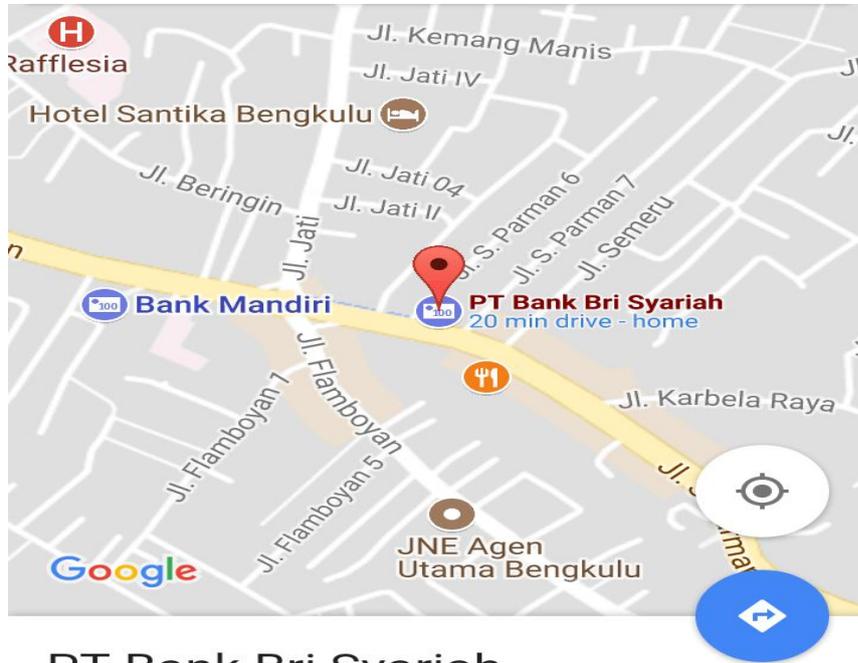
tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

4. Minat *eksploratif*, yaitu minat yang digunakan untuk menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari dan mengulas informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.⁵⁹

⁵⁹Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006),h.129

BAB III

GAMBAR UMUM OBJEK PENELITIAN



PT Bank Bri Syariah

Gambar 3.1.Lokasi BRI Syariah (BRIS) Cabang Kota Bengkulu

A. Sejarah BRI Syariah Kota Bengkulu

Berawal dari akuisisi PT. Bank Jasa Arta oleh Bank Indonesia pada tanggal 19 Desember 2007 dan kemudian diikuti dengan diperoleh izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 BRI Syariah secara resmi beroperasi. Izin yang diperoleh dari Bank Indonesia untuk mengubah kegiatan usaha Bank dari umum konvensional menjadi Bank umum yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah Islam.⁶⁰

Dua tahun lebih Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan *financial* sesuai kebutuhan

⁶⁰ Profil BRI Syariah 2017

nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah.

Kehadiran Bank BRI Syariah ditengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo perusahaan bisa menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah perusahaan. Kombinasi warna yang digunakan pada logo Bank BRI Syariah merupakan turunan dari brand Bank Rakyat Indonesia (persero). Aktivitas Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 yang telah ditanda tangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah Bank Rakyat Indonesia (Persero), untuk melebur ke dalam Bank BRI Syariah (proses *spin off*-) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan akta pemisahan ini dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama dari Bank Rakyat Indonesia (persero), dan Bapak Ventjen Raharjo selaku Direktur Utama dari Bank BRI Syariah.⁶¹

Saat ini Bank BRI Syariah merupakan Bank Syariah ketiga terbesar se-Indonesia berdasarkan aset yang dimiliki. BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dilihat dari sisi aset, jumlah Pembiayaan dan Perolehan Dana Pihak Ketiga (DPK). Dengan berfokus kepada kelas menengah ke bawah, Bank BRI Syariah menargetkan diri menjadi Bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan yang dimiliki.⁶² Sesuai dengan

⁶¹ Profil BRI Syariah 2017

⁶² Profil BRI Syariah 2017

visinya, Bank BRI Syariah merintis hubungan dengan Bank Rakyat Indonesia (persero), sebagai Kantor Layanan Syariah (KLS) dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan berdasarkan prinsip syariah. Kegiatan tersebut yaitu penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen.

BRI Syariah Bengkulu berdiri pada tanggal 27 November 2011 pimpinan cabang BRI Syariah pertama sekali adalah Bapak Rangga Lawe. BRI Syariah terdiri dari satu cabang yang terletak di Jl. S. Parman. No. 51 A, Bengkulu dan 2 UMS yaitu Panorama dan UMS Bengkulu (pasar Minggu). Seiring berjalannya waktu unit bertambah menjadi enam unit dan satu KCP (Kantor Cabang Pembantu), unit tersebut antara lain Kepahiang, Argamakmur, Pagar Dewa, Seluma, UMS Bengkulu dan Panorama, sedangkan KCP nya adalah KCP Panorama yang terletak di Jl. Salak No. 80 Panorama Bengkulu. BRI Syariah Bengkulu sudah tiga kali berganti pemimpin yaitu yang pertama Bapak Rangga Lawe periode 27 November 2011- 09 Desember 2013 (sesuai tanggal sertijab 10 Desember 2013), lalu digantikan oleh Bapak Yuliawan Andri Putra periode 10 Desember 2013- 17 Oktober 2015 (sesuai tanggal sertijab 18 Oktober 2015), kemudian digantikan oleh bapak Dede Seapudin periode 19 Oktober 2015 hingga saat ini.⁶³

⁶³ Profil BRI Syariah 2017

B. Visi dan Misi BRI Syariah Kota Bengkulu

Visi BRI Syariah adalah menjadi Bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan financial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.⁶⁴

Misi BRI Syariah adalah memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan financial nasabah, menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapanpun dan dimanapun, memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.⁶⁵

C. Struktur Organisasi BRI Syariah Kota Bengkulu

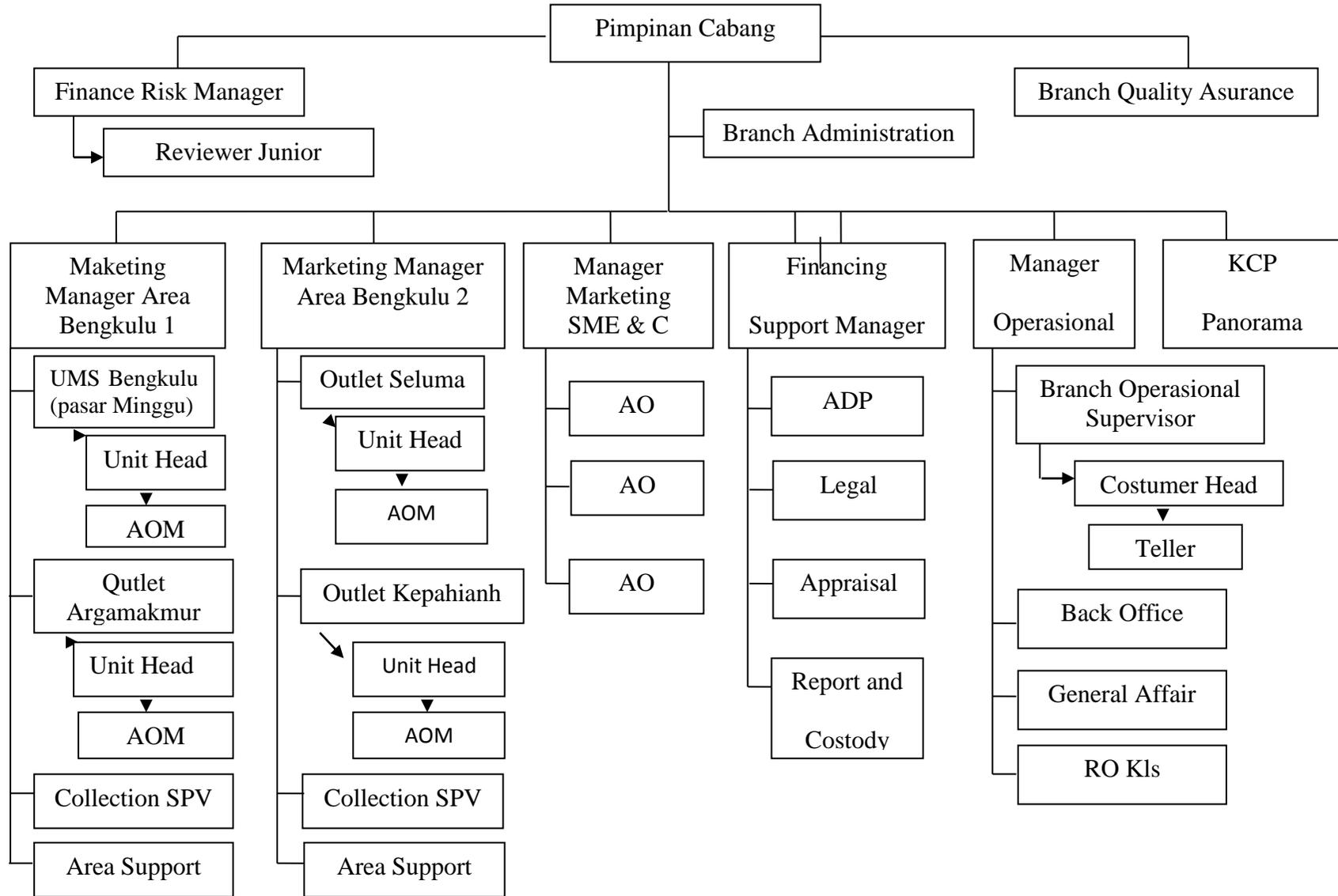
Struktur organisasi perusahaan merupakan suatu gambaran yang menunjukkan suatu pekerjaan yang harus dilakukan oleh setiap bagian/anggota. Gambar struktur organisasi. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu dapat dilihat pada gambar berikut ini.⁶⁶

⁶⁴ Profil BRI Syariah 2017

⁶⁵ Profil BRI Syariah 2017

⁶⁶ Profil BRI Syariah 2017

Gambar 3.2. Struktur Organisasi BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu



D. Produk- Produk BRI Syariah Kota Bengkulu

BRI Syariah banyak meluncurkan produk-produk handal yang berkarakter syariah, adapun produk-produk tersebut akan diuraikan sebagai berikut :⁶⁷

1. Tabungan BRI Syariah iB

Tabungan BRI Syariah iB merupakan tabungan bagi nasabah perorangan yang menggunakan prinsip titipan, diperuntukkan untuk nasabah yang menginginkan kemudahan dalam transaksi keuangan. Manfaat ketenangan serta kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai prinsip syariah.

2. Tabungan Haji BRI Syariah iB

Manfaat dari tabungan haji ini antara lain adalah ketenangan, kenyamanan dalam menabung, serta lebih berkah dalam penyempurnaan ibadah karena pengelolaan dana sesuai prinsip syariah. Fasilitas yang diberikan kepada nasabah yang menggunakan produk ini adalah :

- 1) Aman, karena diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah
- 2) Dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu), nasabah dapat bertransaksi di seluruh jaringan kantor cabang BRI Syariah secara Online.
- 3) GRATIS asuransi jiwa dan kecelakaan
- 4) GRATIS biaya administrasi bulanan
- 5) Bagi hasil yang kompetatif

⁶⁷ Profil BRI Syariah 2017

- 6) Pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang didapatkan
- 7) Dana tidak dapat ditarik sewaktu-waktu, tidak diberikan Kartu ATM
- 8) Kemudahan dalam merencanakan Persiapan ibadah haji anda
- 9) Tersedianya Fasilitas Dana Talangan Haji BRI Syariah iB yang merupakan solusi terbaik guna mempercepat pergi Haji dengan persyaratan dan ketentuan sangat mudah serta cepat.

3. Giro BRI Syariah iB

Merupakan simpanan untuk kemudahan dalam berbisnis dengan pengelolaan dana berdasarkan prinsip titipan (*wadi'ah yad dhamanah*) yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan Cek/Bilyet Giro. Keuntungan dan fasilitas yang diberikan yaitu berupa *Online real time* di seluruh kantor Bank BRI Syariah dan laporan dana berupa rekening Koran setiap bulannya.⁶⁸

4. Deposito BRI Syariah iB

Deposito BRI Syariah iB adalah produk investasi berjangka kepada deposan dalam mata uang tertentu keuntungan yang diberikan adalah dana dikelola dengan prinsip syariah sehingga *shahibul maal* tidak perlu kuatir akan pengelolaan dana. Fasilitas yang diberikan berupa ARO (*Automatik Roll Over*) dan Bilyet Deposito.

⁶⁸ Profil BRI Syariah 2017

5. Pembiayaan Pengurusan Ibadah Haji BRI Syariah iB

Merupakan layanan pinjaman (*qardh*) untuk memperoleh nomor porsi pelaksanaan ibadah haji, dengan pengembalian yang ringan dan jangka waktu yang fleksibel beserta jasa pengurusannya, sehingga anda leluasa dalam mewujudkan niat menuju *Baitullah*. Manfaat solusi terbaik serta lebih berkah untuk mewujudkan langkah ke *Baitullah* karena pembiayaan sesuai syariah.

6. Gadai BRI Syarih iB

Gadai BRI Syarih iB hadir untuk memberikan solusi memperoleh dana tunai untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak ataupun untuk keperluan modal usaha dengan proses cepat, mudah, aman dan sesuai syariah untuk ketentraman anda. Fasilitas yang diberikan adalah persyaratan mudah dan proses cepet, jenis emas yang dapat digadaikan, perhiasan ataupun emas batangan (LM atau Lokal), nilai pinjam 90% dari nilai taksir barang, biaya administrasi ringan dan terjangkau berdasarkan berat emas, biaya simpan dan pemeliharaan per 10 harian dibayar pada saat pelunasan pinjaman, jangka waktu pinjam maksimal 120 hari dan dapat diperpanjang 2 kali, fleksibilitas dalam pelunasan sesuai kemampuan, dapat dilunasi sebelum jatuh tempo tanpa biaya penalty. Penyimpanan yang aman dan berasuransi syariah serta mendapatkan Sertifikat Gadai Syariah (SGS) sebagai bukti gadai.⁶⁹

⁶⁹ Profil BRI Syariah 2017

7. KKB BRI Syariah iB

Merupakan produk jual beli yang menggunakan sistem *murabahah*, dengan akad jual beli barang dengan menyertakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh bank dan nasabah sebagai harga jual beli (*fixed margin*). Manfaat yang diberikan dengan menggunakan produk ini adalah jangka waktu maksimal 5 tahun, cicilan tetap dan meringankan selama jangka yang ditentukan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Informan

Dalam penelitian ini terdiri dari 3 jenis informan yaitu informan utama, informan kunci dan informan tambahan. Dalam menentukan Kriteria informan peneliti menggunakan tehnik *purpose sampling*. Informan Peneliti dipilih yang mampu memberikan informasi penting sesuai tema penelitian. Kriteria informan tersebut mengacu terhadap tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana ciri pelayanan melalui pelatihan dan pengembangan *marketing* untuk menarik minat nasabah pada BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu.

Informan dalam penelitian ini berjumlah 14 orang yang terdiri dari 10 orang nasabah, 1 *customer service*, 1 *Branch Admin*, dan 2 orang *marketing*. Adapun *marketing* yang dapat dijadikan informan hanya 2 orang dikarenakan *marketing* yang sibuk dengan pekerjaannya sehingga tidak memiliki waktu untuk memberikan penjelasan..

Informan tersebut dipilih berdasarkan kompetensi yang berhubungan dengan penelitian ini, dengan demikian data yang didapat lebih valid dan akurat. Adapun karakteristik informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Informan Utama

- a. Rusmawati berumur 40 tahun dengan pekerjaan ibu rumah tangga, sudah menikah. Pendidikan SMA, alamat Sukarami RT 09 jalan Panca Emas.

Rusmawati merupakan nasabah yang telah lama bergabung dengan Bank BRI Syariah.⁷⁰

- b. Arianto berumur 30 tahun dengan pekerjaan wiraswasta dan sudah menikah. Pendidikan terakhir S1. Alamat jalan IR Rustandi kandang Emas Bengkulu. Bapak Arianto merupakan nasabah yang telah lama bergabung dengan Bank BRI Syariah.⁷¹
- c. Ibu Yensi Maryani berumur 27 tahun, sudah menikah dan seorang ibu rumah tangga. Alamat tempat tinggal di Pekan Sabtu. Ibu Yensi adalah lulusan dari SMA. Ibu Yensi merupakan nasabah yang telah lama bergabung dengan Bank BRI Syariah.⁷²
- d. Bapak Parjo berumur 35 tahun dengan pekerjaan swasta dan sudah menikah, Alamat di Jalan Hibrida Kelurahan Hibrida Kecamatan Gading Cempaka. Bapak parjo merupakan nasabah yang baru telah lama bergabung dengan Bank BRI Syariah.⁷³
- e. Mas Cecep berumur 24 tahun dengan pekerjaan karyawan swasta dan belum menikah. Pendidikan terakhir SMP. Tempat tinggal pria berumur 24 ini berada di Sukarami RT 09 jalan Panca Emas, merupakan nasabah baru yang bergabung dengan Bank BRI Syariah.⁷⁴
- f. Ibu Juniarti berusia 28 tahun dan belum menikah. Pekerjaannya adalah wiraswata memiliki toko asesoris. Pendidikan terakhir adalah S1. Tempat tinggal ibu Juniarti di Jalan Kampung Kelawi kecamatan kampung bali

⁷⁰ Rusmawati, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁷¹ Arianto, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁷² Yensi Maryani, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁷³ Parjo, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁷⁴ Cecep, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

bengkulu. Ibu Juniarti ini merupakan nasabah yang baru bergabung dengan Bank BRI Syariah.⁷⁵

2. Informan Kunci

- a. Devi Wahyuni, wanita berusia 27 tahun belum menikah. Menduduki jabatan sebagai *Branch Admin/ 141701*.⁷⁶
- b. Budi Setiawan, pria berusia 38 tahun sudah menikah. Menduduki posisi *marketing manager* di Bank BRI Syariah bagian SMEC (*Small, Medium, Enterprise n Commercial*). Dalam hal ini merupakan produk Tabungan biasa, Deposito, Giro, KPR, Tabungan Haji, Talangan Haji.⁷⁷
- c. Delta Duwanda, pria berusia 32 tahun sudah menikah. Menduduki posisi *marketing manager* di Bank BRI Syariah.⁷⁸
- d. Bella, wanita berusia 24 tahun belum menikah, Menduduki jabatan sebagai *Customer Service* baru di Bank BRI Syariah, lulusan Universitas jurusan Ekonomi.⁷⁹

3. Informan Tambahan

Informan tambahan merupakan orang-orang yang mampu memberikan informasi namun tidak terlibat dalam kerja sama secara langsung karena merupakan calon nasabah dan baru menjadi nasabah. Artinya mereka memberikan data untuk memperjelas informasi yang didapatkan pada saat berada di lapangan.

⁷⁵ Juniarti, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁷⁶ Devi WAhyuni, *Branch Admin*, Wawancara pada tanggal, 06 Oktober 2017

⁷⁷ Budi Setiawan, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 13 Oktober 2017

⁷⁸ Delta Duwanda, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁷⁹ Bella, *Customer Service*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

- a. Bapak Leo Candra merupakan seorang petani sawit di Bengkulu. Bapak Leo berusia 33 tahun ini telah menikah dan memiliki 2 orang anak, alamat rumah di Pekan Sabtu dan merupakan lulusan SMA. Bapak dengan dua orang anak ini baru ingin bergabung dengan Bank BRI Syariah.⁸⁰
- b. Ibu Wiwin Yuliana berusia 32 tahun dan sudah menikah memiliki 2 orang anak, Alamat di Jalan Depati Payung Negara No 3 Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar. Sebagai ibu rumah tangga. Ibu dengan 2 orang anak ini baru ingin bergabung menjadi nasabah BRI Syariah.⁸¹
- c. Ernawati berusia 36 tahun yang berasal dari tamatan SMA, Alamat tempat tinggal Muhammad di jalan Rokan Kiri no 3 Padang Harapan. Ibu Erna berumur 36 tahun ini merupakan calon nasabah Bank BRI Syariah.⁸²
- d. Bapak Domi yang berusia 30 tahun yang bertempat tinggal di jalan Anggut Atas No 75 Kelurahan Anggut Atas Kecamatan Ratu Samban. Doni ini sudah menikah dan memiliki 2 orang anak. Dengan pendidikan terakhir SLTA, Bekerja sebagai Satpam. Pria berumur 30 tahun ini merupakan calon nasabah Bank BRISyariah.⁸³

B. Mutu Pelayanan *Marketing* pada BRI Syariah (BRIS)

Mutu pelayanan *Marketing* secara umum yaitu: untuk meningkatkan dan membangun nasabah yang setia dengan menggunakan jasa atau produk dari perusahaan.

⁸⁰ Leo Candra, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁸¹ Wiwin Yuliana, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁸² Ernawati, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁸³ Domi, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

Pada BRI Syariah Bengkulu, mutu pelayanan *Marketing* dalam menjalankan pelatihan dan pengembangannya mempunyai standar pelayanan khusus dari kantornya yaitu SOP (Standar Operasional Prosedur), seperti pada saat kedatangan nasabah mengucapkan assalamualaikum, kemudian memperkenalkan diri dan menyebutkan dari perusahaan mana setelah itu mengutarakan maksud dan tujuan ingin menawarkan produk, dan menjelaskan dengan keyakinan agar nasabah berminat dan tertarik untuk bergabung.⁸⁴

Berdasarkan keterangan dari ibu Rusmawati, menjelaskan bahwa mutu pelayanan *Marketing* sudah menjalankan perannya dengan cukup baik, seperti memberikan penjelasan yang lebih terperinci. Sikap dan tata krama dalam menghadapi nasabah sangat sopan dan santun seperti memberikan salam pada saat nasabah memasuki ruangan, menyampaikan informasi sesuai kebutuhan nasabah dengan jelas dan mudah dipahami, sehingga nasabah merasa senang dan puas.⁸⁵

Dari hasil wawancara dengan Devi Wahyuni selaku *Branch Admin*, menjelaskan bahwa ada aturan khusus dari lembaga namanya *job description marketing/ karyawan*, yang dimana saat melayani dan menarik minat nasabah, yaitu yang pertama, mengucapkan salam. Kedua, memperkenalkan diri. Ketiga, menyampaikan maksud dan tujuan. Keempat, menjelaskan apa yang menjadi tujuan.⁸⁶

⁸⁴ Delta Duwanda, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁸⁵ Rusmawati, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06

⁸⁶ Devi Wahyuni, *Branch Admin*, Wawancara pada tanggal 06 oktober 2017

Pada saat menjelaskan produk, *marketing* harus menjelaskan semua produk yang terdapat pada BRI Syariah. Dalam menjelaskan produk, *marketing* harus mempunyai pengetahuan yang baik terhadap produk-produk tersebut agar mampu menjelaskan produk tersebut dengan baik sehingga nasabah bisa memahami dan mengerti dengan penjelasan *marketing* tentang produk BRI Syariah. Ketika berhadapan langsung dengan nasabah *marketing* harus mampu memberikan pelayanan yang tepat sesuai yang dibutuhkan oleh nasabah, dan dalam menghadapi nasabah *marketing* harus melayani dengan tuntas dari awal sampai akhir. Jika ada calon nasabah ingin bergabung maka *marketing* harus menjaga kerahasiaan nasabah karena itu merupakan privasi nasabah dan dapat memberikan kepercayaan kepada nasabah

Berdasarkan penjelasan bapak Budi Setiawan selaku *marketing* bahwa, proses pelaksanaan pelatihan *marketing* yang dilakukan satu kali pada saat sebelum karyawan memulai bekerja atau pada saat awal masuk kerja, mereka akan di training atau di latih selama satu bulan di kantor pusat di Yogyakarta, dan sebelumnya mereka akan diorientasikan terlebih dahulu atau dalam tahap pengenalan, dalam hal ini yang menyelenggarakan pelatihan pada karyawan (*marketing*) yaitu diselenggarakan oleh manajer dan yang akan di training oleh orang yang sudah berpengalaman, dan tidak ada jadwal khusus dalam pelaksanaan pelatihan *marketing* tersebut hanya saja dilakukan pada saat awal masuk kerja. Di dalam pelaksanaan pelatihan *marketing* tidak ada permasalahan ataupun kendala didalamnya karena pada saat pelatihan akan dijelaskan oleh orang-orang yang sudah berpengalaman dengan cara kerja

pelatihan *marketing*. Cara *marketing* mengukur perkembangan nasabah dalam perusahaan yaitu dari banyaknya nasabah yang menabung dan bertahan di BRI Syariah.⁸⁷

Salah satu tujuan dari pelatihan di BRI Syariah adalah untuk meningkatkan mutu pelayanan *marketing*, adapun cara *marketing* untuk menarik konsumen menjadi nasabah dan menabung di BRI Syariah yaitu, dengan cara meyakinkan nasabah dengan produk-produk beserta kelebihan dan keuntungan produk dari perusahaan dan meningkat mutu pelayanan yang ada di perusahaan.⁸⁸

Selain dengan menjelaskan tentang produk yang ada terdapat juga cara BRI Syariah menjelaskan akan kelebihan dari produk yang ada di BRI Syariah yaitu dijelaskan apa saja kelebihan-kelebihan produknya, dan apa yang menarik dari produk tersebut sehingga produk-produk yang ada terlihat kelebihannya kepada nasabah seperti yang dikatakan oleh bapak Budi Setiawan selaku *marketing* bahwa, memberikan penjelasan yang menarik guna untuk menarik minat nasabah, seperti memberikan penjelasan mengenai kelebihan produk-produk BRI Syariah, sehingga membuat nasabah lebih antusias untuk mendengarkan penjelasan yang diberikan. Dari segi bentuk pelayanan *marketing* yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan Standar Operasional Pelayanan (SOP).⁸⁹

Selain bentuk pelayanan ada juga cara *marketing* menyampaikan informasi kepada nasabah dengan cara memberikan penjelasan yang lebih terperinci.

⁸⁷ Budi Setiawan, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 13 oktober 2017

⁸⁸ Delta Duwanda, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁸⁹ Budi Setiawan, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 13 oktober 2017

Sikap dan tata krama dalam menghadapi nasabah sangat sopan dan santun, ramah, berpenampilan yang rapi, dapat meyakinkan nasabah tentang produk-produk beserta kelebihan-kelebihannya yang ada pada BRI Syariah guna menarik minat nasabah.⁹⁰

Menurut bapak Budi Setiawan pelayanan yang diberikan *marketing* kepada nasabah itu sudah cukup baik dengan memberikan informasi secara terperinci kepada nasabah. Di dalam penawaran produk terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh pihak *marketing* diantaranya yaitu, terdapat ada nasabah yang tidak mengerti dari penjelasan mengenai produk-produk dari BRI Syariah karena masih ada orang awam yang tidak mengerti dunia perbankan dan ada juga terdapat orang yang daya tangkapnya kurang mengerti apa yang dijelaskan oleh *marketing*.⁹¹

Berdasarkan penjelasan bapak Budi Setiawan selaku *marketing*, BRI Syariah menyajikan variasi produk yang beragam mulai dari pembiayaan, tabungan, giro, deposito, dan gadai. Sama halnya dengan bank syariah lainnya seperti pembiayaan murabahah, tabungan BRI Syariah, tabungan haji. Hampir semua produk BRI Syariah mempunyai variasi.⁹²

Berdasarkan keterangan dari bapak Arianto, menjelaskan bahwa pelayanan yang diberikan oleh *marketing* sudah bisa memenuhi standar dikategorikan baik, pelayanan yang bapak Arianto rasakan selama menjadi nasabah yaitu, pelayanan yang baik, sikap dan tata krama dalam menghadapi nasabah sangat sopan dan santun nasabah merasa dihargai dan penjelasan yang disampaikan

⁹⁰ Delta Duwanda, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁹¹ Budi Setiawan, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 13 Oktober 2017

⁹² Delta Duwanda, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

bisa dimengerti dan meyakinkan. Dengan pelayanan yang sudah maksimal maka bapak Arianto merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.⁹³

Mutu pelayanan *marketing* yang kita ketahui yaitu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dan calon nasabah, seperti pada BRI Syariah (BRIS) ini selain mempunyai Standar Operasional Pelayanan (SOP) khusus, BRI Syariah juga menerapkan bentuk pelayanan 3S yaitu senyum, sapa dan salam. Yang dimana ini bukan hanya diterapkan oleh *customer service*, tetapi juga semua bagian pelayanan seperti *teller*, *security* dan *Marketing*.⁹⁴

Berdasarkan hasil keterangan di atas, selain aturan khusus dari lembaga berupa Standar Operasional Pelayanan (SOP), bank BRI Syariah juga menerapkan pelayanan prima 3S untuk semua bagian pelayanan termasuk *teller*, *security* dan *marketing*.

Dikatakan oleh ibu Yensi Maryani, bahwa mutu pelayanan secara keseluruhannya sudah bagus, seperti jika pada saat menunggu maka *security* akan mempersilakan duduk di tempat yang nyaman dengan bahasa yang santun.⁹⁵ Hal ini dilakukan untuk mempertahankan nasabah dan menjaga pelayanan sebagaimana karyawan yang dilatih oleh pihak BRI Syariah.

Ditambah oleh bapak Leo Candra, sebagai calon nasabah, bapak Leo Candra benar-benar tertarik untuk menjadi nasabah, karena pelayanan dan penawaran produk-produk yang diberikan oleh *marketing*. Bapak Leo Candra

⁹³ Arianto, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁹⁴ Delta Duwanda, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁹⁵ Yensi Maryani, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

mengatakan ”*marketingnya* ramah, pelayanan dan penawaran produk-produknya baik bisa membuat yakin, dan suasananya Islami”.⁹⁶

Dalam hal ini *marketing* juga berperan untuk menyampaikan informasi yang dibutuhkan nasabah dan menjelaskan apa saja kelebihan produk-produk pada BRI Syariah.⁹⁷ Jika ada nasabah yang sulit untuk mengerti dengan apa yang disampaikan, maka *marketing* akan memberikan penjelasan secara perlahan dan secara terperinci serta dengan bahasa yang mudah dimengerti sehingga nasabah mengerti dengan apa yang disampaikan oleh *marketing*.⁹⁸

Dikatakan oleh ibu Junarti, bahwa karyawan sudah maksimal dalam penyampaian informasi, apa yang disampaikan mudah diterima, dan sudah menyampaikan informasi sesuai dengan kebutuhan nasabah, sikap dan penjelasan yang diberikan oleh karyawan bank cukup membantu, ramah, tidak sombong dan tidak memandang kelas sosial.⁹⁹

Devi Wahyuni selaku *Brand Admin* menjelaskan bahwa sebagai penjual jasa, karyawan BRI Syariah harus memberikan yang terbaik kepada nasabah terutama pada pelayanan yang langsung berhubungan dengan nasabah seperti *Customer Service*, *Teller* dan *Marketing* yang memberikan informasi kepada masyarakat baik yang sudah menjadi nasabah maupun belum menjadi nasabah.¹⁰⁰

Dalam hal penyampaian informasi, karyawan pada BRI Syariah ini dalam melayani nasabah sudah cukup baik dan bisa diterima sesuai dengan

⁹⁶ Leo Candra, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁹⁷ Bella, *Customer Service*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁹⁸ Delta Duwanda, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

⁹⁹ Junarti, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

¹⁰⁰ Budi Setiawan, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 13 Oktober 2017

kebutuhan masyarakat, hal tersebut juga dikarenakan BRI Syariah tidak ada batasan waktu dalam melayani nasabah, siap mendengar keluhan dan juga komplain dari nasabah dan bisa memberikan solusi untuk komplain-komplain yang diberikan nasabah pada BRI Syariah.¹⁰¹ Dikatakan oleh bapak Parjo, bahwa pelayanan yang diberikan kepada nasabah selalu diutamakan, dan diberikan pelayanan sampai tuntas baik dari penyampaian informasi maupun penjelasan produk BRI Syariah.¹⁰²

Selain peran dalam pelayanan di atas, *marketing* juga mempunyai peran untuk menarik nasabah baru dan meningkatkan pengembangan nasabah, dan menjamin kerahasiaan setiap transaksi yang dilakukan agar nasabah tidak merasakan kecemasan saat bertransaksi di BRI Syariah. Pada BRI Syariah ini *marketing* memang mempunyai peran besar untuk menarik nasabah baru. Sebagai pemberi informasi dan menawarkan produk-produknya untuk nasabah, maka dengan secara langsung *marketing* sudah menjalankan perannya untuk menarik nasabah baru. Setelah *marketing* memberikan informasi tentang produk-produk dengan jelas biasanya calon nasabah baru tertarik untuk menjadi nasabah.¹⁰³

Berdasarkan keterangan dari Delta Duwanda selaku *marketing*, bahwa orang-orang *marketing* sudah mengetahui informasi mengenai produk di bagian umum BRI Syariah yang dari waktu ke waktu terus berkembang. Dulu produk BRI Syariah hanya ada pembiayaan murabahah saja, tetapi sekarang sudah ada pembiayaan musyarakah. Produk BRI Syariah selalu berkembang,

¹⁰¹ Devi Wahyuni, *Branch Admin*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

¹⁰² Parjo, *Nasabah*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

¹⁰³ Delta Duwanda, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

dimana sebelum pembiayaan hanya ada pembiayaan murabahah, kemudian ada musyarakah, sekarang terdapat tabungan haji dan ada program untuk produk baru. Dan dapat meyakinkan nasabah tentang produk-produk BRI Syariah yang bernuansa Islami. Dalam hal meningkatkan pengembangan nasabah, *marketing* sangat berperan penting karena *marketing* merupakan gerbang utama untuk nasabah dan calon nasabah berkonsultasi.¹⁰⁴

C. Pelatihan dan pengembangan *Marketing* untuk menarik minat nasabah

Program pelatihan *marketing* bertujuan untuk memperbaiki penguasaan berbagai ketrampilan dan teknik pelaksanaan kerja untuk kebutuhan sekarang dan yang akan mendatang.¹⁰⁵ Pelatihan ini sering dianggap sebagai aktivitas yang paling dilihat dari semua aktivitas karyawan. Pelatihan hanya bermanfaat dalam situasi di mana para karyawan kekurangan kecakapan dan pengetahuan untuk menjelaskan tentang produk yang ada dalam perusahaan.¹⁰⁶

Dijelaskan oleh Delta Duwanda, dalam hal ini, pelatihan dan pengembangan sangat berkaitan yang dimana terdapat bahwa pelatihan itu salah satu tujuannya untuk meningkatkan minat nasabah yang dimana pengembangan itu sendiri adalah proses untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam membantu tercapainya tujuan organisasi dalam suatu perusahaan.¹⁰⁷

Selain peran di atas, *marketing* juga mempunyai peran untuk menarik minat nasabah pada BRI Syariah, *marketing* mempunyai cara untuk menarik

¹⁰⁴ Delta Duwanda, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

¹⁰⁵ Husen Umar, *Sumber Daya Manusia Organisasi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), h. 12

¹⁰⁶ Faustino Cardoso Gomes, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: 2003), h. 198

¹⁰⁷ Delta Duwanda, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 13 Oktober 2017

calon nasabah menjadi nasabah baru pada BRI Syariah dengan cara yaitu, sikap dan tata krama, sopan dan santun berpenampilan yang rapi, dapat meyakinkan nasabah dengan produk-produk beserta kelebihanannya, dapat menjamin keselamatan nasabah dalam melakukan transaksi, dan memberikan pelayanan yang terbaik, dan tidak mengecewakan nasabah.

Dikatakan oleh ibu Wiwin Yuliana selaku nasabah baru, bahwa pelayanan yang diberikan oleh *marketing* sangat meyakinkan, tidak mengecewakan dan prosesnya cepat. Pelayanan yang diberikan *marketing* selalu bagus, sikap dan tata krama yang sopan dan santun, berpenampilan yang rapi dan selalu menjaga komunikasi dengan selalu menegur atau senyum jika nasabah datang, walaupun terkadang tidak ada keperluan dengan *marketing*.¹⁰⁸

Sebagai seorang *marketing* yang harus bertugas memberikan pelayanan yang terbaik untuk memberikan kepuasan kepada nasabah agar semakin tertarik atau berminat dengan produk-produk BRI Syariah, maka *marketing* pada BRI Syariah ini mempunyai cara tersendiri untuk membuat nasabah semakin tertarik yang pertama yaitu, dengan cara memberikan banyak keuntungan kepada nasabah, seperti produk yang banyak diminati nasabah adalah produk tabungan yang menguntungkan, seperti tabungan yang ada bonus-bonusnya. Tetapi tidak semua jenis simpanan diminati oleh nasabah, sehingga *marketing* berusaha untuk melakukan upaya agar nasabah menjadi lebih tertarik untuk memilih produk yang ditawarkan. Kedua, menganggap nasabah tersebut sebagai keluarga atau teman, maksudnya yaitu agar tidak

¹⁰⁸ Wiwin Yuliana, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

terasa canggung dan tidak merasa ada batasan antara nasabah dan pegawai bank. Dalam hal tersebut maka akan menjadi lebih akrab.¹⁰⁹

Dari hasil wawancara dengan Bella selaku *customer service* pada BRI Syariah, mengatakan bahwa peranan *marketing* dalam meningkat mutu pelayanan dalam menarik minat nasabah yaitu membuat kesan yang baik, sikap dan tata krama yang sopan dan santu, berpenampilan yang rapi, dapat meyakinkan nasabah dengan produk-produk dan kelebihan yang ditawarkan dan selalu menjaga komunikasi, seperti pada saat *marketing* mengunjungi tempat usaha nasabah, sehingga komunikasi dan tali silaturahmi tetap terjalin dengan baik.¹¹⁰

Dikatakan oleh ibu Ernawati, bahwa kesan pertama yang diberikan sudah baik saat beliau ingin menjadi nasabah, cara penyampai dan penjelasan informasi yang disampaikan bagus, pelayanannya baik dari sikap dan tata krama yang sopan dan santun, dan prosesnya cepat.¹¹¹ Ditambahkan oleh bapak Domi, bahwa pelayanan *marketing* bagus bernuansa Islami dan mengutamakan kenyamanan nasabah.¹¹²

Setiap pekerjaan pasti memiliki resiko dan kendala yang akan dihadapi, seperti juga halnya dengan pekerjaan sebagai *marketing*. Dalam menjalankan tugasnya *marketing* BRI Syariah ini mempunyai kendala yaitu kurangnya ada keyakinan dari nasabah, misalnya pada saat *marketing* menjelas atau menawarkan produk-produk kepada nasabah atau calon nasabah, meraka

¹⁰⁹ Delta Duwanda, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 13 Oktober 2017

¹¹⁰ Bella, *Customer Service*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

¹¹¹ Ernawati, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

¹¹² Domi, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

kurang jelas dan kurang paham apa yang dijelaskan, karena ada orang yang masih awan kurang mengerti dunia perbankan, dan ada juga daya tanggapnya kurang yang tidak mengerti dengan penjelasan hanya sekali, akhirnya calon nasabah tidak memiliki ketertarik atau berminat pada BRI Syariah.¹¹³

Dalam menghadapi kendala-kendala tersebut pasti ada solusinya pada BRI Syariah ini, dalam menghadapi nasabah mereka mempunyai cara tersendiri yaitu dengan cara menjelaskannya kembali tentang produk-produk beserta kelebihan dari BRI Syariah, menjelaskan keuntungan dan bonus-bonus yang terdapat pada produk-produk BRI Syariah, atau menjelaskan secara berulang-ulang dengan sabar, dengan bahasa yang mudah dimengerti dari penjelasan yang diberikan oleh BRI Syariah sehingga dapat menarik minat nasabah.¹¹⁴

D. Analisis Pelatihan *Marketing*

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nasabah sudah merasakan hasil mutu pelayanan *marketing* yang diterapkan oleh BRI Syariah. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan positif tentang mutu pelayanan *marketing* yang dilakukan oleh BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu.

Dalam melakukan transaksi atau jasa bank berpegang pada prosedur atau mekanisme yang telah ditetapkan.¹¹⁵ Dari hasil wawancara dengan Delta Duwanda selaku *marketing*, bahwa *marketing* di bank BRI Syariah sudah

¹¹³ Delta Duwanda, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

¹¹⁴ Budi Setiawan, *Marketing* Wawancara pada tanggal 13 Oktober 2017

¹¹⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.209

mempunyai prosedur yang ditetapkan dan sudah melaksanakan tugasnya sesuai prosedur.¹¹⁶

Ditambahkan oleh ibu Devi Wahyuni sebagai *Branch Admin*, menjelaskan bahwa, tujuan dari pelatihan pada *marketing* adalah untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah, selain itu juga menjalankan tugas sesuai dengan standar prosedur yang telah diterapkan, sebagai seorang *marketing* bank syariah maka juga harus menanamkan nilai-nilai Islami, seperti mengucapkan salam, sikap yang sopan dan santun, berpenampilan rapi, jujur dan sabar.¹¹⁷

Dalam menjalankan tugasnya seorang *marketing* pada bank syariah, maka harus mempunyai etika dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan nasabah.

Dikatakan bapak Cecep, bahwa *marketing* sudah memenuhi kebutuhan nasabah dengan penuh tanggung jawab, selaku pemberi informasi langsung tentang produk-produk BRI Syariah dengan menjelaskan kelebihan, keuntungan dan bonus-bonus yang didapatkan sudah menyampaikan informasi sesuai kebutuhan nasabah. Berbicara dengan sikap yang sopan dan santun, tidak kasar, serta selalu melayani nasabah dengan sabar.¹¹⁸

Dalam dunia perbankan etika pelayanan sangat penting dalam penyampaian informasi, karena dapat menanamkan kepercayaan atau keyakinan dalam penyampaian informasi tentang produk-produk BRI Syariah dan citra nasabah. Menanamkan kepercayaan nasabah dengan cara

¹¹⁶ Delta Duwanda, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

¹¹⁷ Devi Wahyuni, *Branch Admin*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

¹¹⁸ Cecep, Nasabah, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

memberikan pelayanan yang baik, membantu yang dibutuhkan nasabah sampai tuntas, bersikap sopan santun dan sabar dalam menghadapi nasabah, selalu ramah kepada nasabah, menjaga komunikasi dengan baik, dan menjalin silaturahmi agar lebih akrab dengan nasabah. Jika sudah menjalankan tugas sesuai dengan etika tersebut, maka nasabah akan tertarik dan berminat dengan produk-produk BRI Syariah.¹¹⁹

¹¹⁹ Delta Duwanda, *Marketing*, Wawancara pada tanggal 06 Oktober 2017

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, penulis menarik kesimpulan dalam penelitian yaitu :

Ciri pelayanan melalui pelatihan dan pengembangan *marketing* untuk menarik minat nasabah yaitu, mempunyai produk yang beragam, memiliki pengetahuan yang baik tentang produk, dapat berkomunikasi yang baik, memberikan pelayanan yang tepat, bertanggung jawab kepada setiap nasabah, mampu menjaga kerahasiaan nasabah, dan dapat dipercaya oleh nasabah. Pelaksanaan pelatihan dan pengembangan *Marketing* pada BRI Syariah yaitu untuk meningkatkan kemampuan *marketing*, dan meningkatkan kualitas pelayanana yang baik agar dapat menarik minat nasabah.

B. Saran

Untuk BRI Syariah Bengkulu agar tetap memberikan pelayanan yang lebih baik dalam menyampaikan informasi tentang produk-produk dengan sabar, selalu menjaga silaturahmi dengan nasabah, berpenampilan rapi, serta pada bagian *Markrting* tetap menjaga kualitas pelayanan dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah agar nasabah tetap tertarik dan berminat menabung pada BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu.

Daftar Pustaka

- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta. 2012.
- Al-Kamil, Mushaf. *Al-Qur'an dan terjemahan disertai tema penjelasan kandungan ayat*. Jakarta : CV Darus Sunnah. 2002.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori K Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press. 2001.
- Aprianto, Brian, Fonny ArisandymJacob, *Pedoman Lengkap Profesional SDM Indonesia*. Jakarta. 2013.
- Aulia, Ahmad. *Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Manajemen Sumber Daya Insani Terhadap Peningkatan Etos Kerja Pegawai Bank Syariah Bukopin Cabang melawai*. Konsentrasi Perbankan Syariah, Prodi Muamalat. Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2011.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup. 2007.
- Bangun, Wilson. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama. 2012.
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2006.
- Gomes, Faustino Cardoso. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta. 2003.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia. Indonesia. 2010.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2015.
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, dan Fokus Grup sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta : Rajawali Pers. 2015.

<http://www.gurupendidikan.com/pengertian-fungsi-dan-tugas-marketing-secara-lengkap>.

- Iskandar. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada Press. 2008.
- Jati, Irfa Nurina. *Strategi Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Pelatihan dan pengembangan di Perum Bulog Divre Jateng*. Jurusan Manajemen Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. 2007.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana. 2004.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia Analisis Perencanaan Implementasi Dan Pengendalian*. Jakarta: Selemba Empat. 2002.
- Kotler, Philip, AB Susanto. *Manajemen Pemasaran di Indonesi*. Jakarta: Salemba Empat. 2000.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta : Erlangga. 2008.
- Laksan. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graham Ilmu. 2008.
- Lovelock, Chistopher, *et al. Service Marketing. Seventh Edition. terj.* Dian Wulandari dan Davri Barnadi Putra. Jilid 7. Jakarta: Erlangga. 2010.
- Mappiare, Andi. *Psikologi Orang Dewasa BaginPeneyesuaian Dan Pendidikan*. Surabaya: Usaha Offiset Printing. 1994.
- Maulana, Adi, Yayar Sri Hayati. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2010.
- Monica, Rita. *Pengaruh Pelatihan Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk Cabang Bukittinggi*. Skripsi Fakultas Ekonomi, STIE Haji Agus Salim Bukittinggi. 2008.
- Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta : Rajawali Pers. 2015.
- Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jogyakarta: UPP AMP YKPN. 2003.
- Nasution. *Meode Research (Penelitian Ilmia)*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Priansa, Buchari Alma Donni Juni. *Manajemen Bisnis Islam*. Bandung : Alfabeta. 2009.
- Profil BRI Syariah 2017

- Ratminto, Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta. 2010.
- Rian, Asri Laksmi. *Manajemen Sumber Daya Manusia Masa Kini*. Yogyakarta : Graha Ilmu. 2013.
- Shaleh, Rahman Abdul, Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. Jakarta: Pranada Media. 2004.
- Suandi, Basrowi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. Rineka cipta. 2008.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta. 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Tasmara, Toto. *Membudayakan Etos Kerja Islam*. Jakarta: Gema Insane Press. 2010.
- Umar, Husen. *Sumber Daya Manusia Organisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2004.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

Data Nasabah

No	Nama Nasabah	Status Nasabah	Alamat
1	Rusmawati	Nasabah Penabung	Sukarami RT 09 jalan Panca Emas
2	Arianto	Nasabah penabung	Kandang Emas Bengkulu
3	Yensi Maryani	Nasabah Peminjam	Pekan Sabtu
4	Parjo	Nasabah Pembiayaan	Hibrida Kecamatan Gading Cempaka
5	Cecep	Nasabah Peminjam	Sukarami RT 09 jalan Panca Emas
6	Juniarti	Nasabah penabung	Kampung Kelawi
7	Leo Candra	Nasabah Peminjam	Pekan Sabtu
8	Wiwin Yuliana	Nasabah Penabung	Pagar Dewa
9	Ernawati	Calon Nasabah	Padang Harapan
10	Domi		Anggut Kecamatan Ratu Samban

Foto-foto saat wawancara dengan pihak bank dan nasabah di BRI Syariah

Cabang Kota Bengkulu

Saat wawancara dengan Dewi Wahyuni selaku
Branch Admin



Saat wawancara dengan Bella selaku *customer service*



Saat wawancara dengan bapak Budi
Setiawan selaku *Marketing*



Saat wawancara dengan Delta Duanda selaku
marketing



Saat wawancara dengan ibu Rusmawati



Saat wawancara dengan bapak Ari



Saat wawancara dengan mas Cecep

Saat wawancara dengan bapak Joni



Saat
wawancara
dengan mbak Junarti



Saat
wawancara
dengan mbak
Yensi Maryani



Saat wawancara dengan ibu Ernawati

Saat wawancara dengan bapak Domi Juliansya





Saat wawancara
dengan bapak
Leo Candra

Saat wawancara dengan ibu
Wiwin Yuliana

