

**ANALISIS *CUSTOMER DELIGHT* PADA PELAYANAN
DI PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH
(BPRS) ADAM BENGKULU**



SKRIPSI

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

OLEH:

AFRIYANI LESTARI
NIM. 1516140194

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI IAIN BENGKULU
BENGKULU, 2020 M/ 1441 H**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul “Analisis *Customer Delight* Pada Pelayanan Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan 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. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Desember 2019 M
Rabi'ul Akhir 1441H

Mabasiswa yang menyatakan



AFRIYANI LESTARI
NIM. 1516140194

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Afriyani Lestari, NIM 1516140194 dengan judul "Analisis Customer Delight Pada Pelayanan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu", Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi 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 *munagasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 30 Desember 2019 M
3 Jumadil-Ula 1441 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

Eka Sri Wahyuni, MM
NIP. 197705092008012014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Pagar Panjang Padang Dawa Kota Bengkulu 36211

Telpon (0780) 414945111, 41172. Sifat Pakaian (0780) 41173111

Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skrripsi yang berjudul "Analisis Customer Delight Pada Pelayanan di PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adan Bengkulu", oleh Afriyanti Lestari NIM. 1516140194, 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 : Jumat
Tanggal : 31 Januari 2020 M/ 6 Jumadil Akhir 1441 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, 12 Februari 2020 M
18 Jumadil Akhir 1441 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

Eka Sri Wahyuni, SE., MM
NIP. 197705092008012014

Penguji I

Penguji II

Andang Suharto, Ph.D
NIP. 1976112420006041002

Kustin Hartini, M.M
NIDN. 2002038102



Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 19660619195031002

MOTTO

*Ucapan paling baik adalah yang dibuktikan dengan
prilaku dan tindakan*

(Ali bin AbiThalib)

Al -Musyakhotutajlibu at-taisir

Kesulitan itu mendatangkan kemudahan

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- 1. Buat kedua orang tua ku tercinta, ayah ku (Basri Alm) dan ibuku (Siti Aminah) yang selalu mendoakan setiap sholat agar menjadi orang yang berguna dan menjadi orang yang sukses, terimah kasih telah bekerja keras untuk biaya sekolahku, selalu menasehati, mendukung dengan sepenuh hati dalam perjanan hidupku.*
- 2. Untuk Adikku yang kusayangi (Bayu Saputra) terima kasih atas semangat dan dukungan yang selalu kalian berikan.*
- 3. Untuk Pakde Basirin dan Bude Watini yang selalu member semnagat*
- 4. Dr. Nurul Hak, MA selaku pembimbing I dan Eka Sri Wahyuni, SE, MM yang selalu membimbing dan memberi pengarahan kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini*

5. *Buat sahabat kuliahku (Mita Andiyani, Mira Susanti, Helta oktasari, Rismiati, Putri Yansi, Anisa Soraya,) tanpa dukungan semangat dan bantuan kalian semua takkan mungkin aku sampai disini.*
6. *Untuk teman-teman seperjuangan prodi perbankan syariah dan ekonomi Islam angkatan 2015*
7. *Sahabat SMP (Ardea Pramesti Anggela Dan Tia Oktalina) yang selalu memberiku dukungan dan memotivasiku).*
8. *Almamater IAIN Bengkulu yang menempahku..*

ABSTRAK

Pemahaman Masyarakat Tentang Perbankan Syariah
(Studi Masyarakat Kelurahan Kelumpang Jaya Kecamatan Tebing Tinggi
Kabupaten Empat Lawang)
Oleh Mira Susanti NIM 1516140097

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah Kelurahan Kelumpang Jaya Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Empat Lawang. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan metode kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Kelumpang Jaya dengan kriteria yaitu: 1) berpendidikan minimal tamatan SMA, 2) sudah berkeluarga. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul yang berlaku umum atau generalisasi. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa hanya 13 orang masyarakat Kelurahan Kelumpang Jaya yang termasuk dalam kategori pemahaman relasional (*relation understanding*) dan 37 masyarakat kelurahan kelumpang jaya dalam kategori instruksional (*instructional understanding*), dikategorikan pemahaman baru berada ditahap tahu atau hafal tetapi masyarakat tidak tahu mengapa hal itu bisa terjadi.

Kata Kunci: *Pemahaman, Masyarakat, Perbankan Syariah*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis *Customer Delight* Pada Pelayanan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu”. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu yang telah memimpin kampus ini dengan baik dan mengembangkan kampus ini dengan baik beserta staf-staf dan juga tenaga ahli di dalam nya.
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah membuat FEBI semakin Eksis beserta wakil-wakil dan staf yang terampil.
3. Dr. Nurul Hak, MA selaku wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan juga selaku Pembimbing I yang sudah mengarahkan dan memberi masukan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

4. Dra. Fatimah Yunus, MA selaku wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Desi Isnaini, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
6. Yosy Arisandy, MM Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
7. Eka Sri Wahyuni, MM selaku pembimbing II yang sudah mengarahkan dan memberikan masukan kepada peneliti dengan sabar sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Kedua orang tua ku yang selalu memberikan motivasi dan mendo'akan kesuksesan penulis.
9. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmuny dengan penuh keikhlasan.
10. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Bengkulu, 30 Desember 2019 M
3 Jumadil-Ula 1441 H

Peneliti

Afriyani Lestari
NIM. 1516140194

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Penelitian Terdahulu	7
F. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	11
G. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	11
H. Informan Penelitian	11
I. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	12
J. Teknik Analisis Data.....	13

BAB II KAJIAN TEORI

A. Perbankan Syariah	14
1. Pengertian Bank Syariah	14
2. Dasar Bank Syariah	18
3. Prinsip-Prinsip Bank Syariah	23
4. Visi dan Misi Perbankan Syariah	24
5. Jenis Dan Kegiatan Bank.....	26
B. <i>Customer Delight</i>	27

1. Pengertian <i>Customer Delight</i>	27
2. Faktor-Faktor	30
3. Indikator <i>Customer Delight</i>	35
C. Pelayanan.....	35
1. Pengertian pelayanan.....	35
2. Bentuk Pelayanan	37
3. Tujuan Pelayanan	41

BAB III GAMBARAN UMUM PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) ADAM BENGKULU

A. Sejarah Singkat PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu.....	44
B. Visi dan Misi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu.....	44
C. Produk-Produk PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu.....	45
D. Struktur Organisasi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelayanan Yang Diberikan Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu Dalam Meningkatkan <i>Customer Delight</i>	49
---	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	62
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : BlangkoJudul
- Lampiran 2 : *Check Plagiarisme*Judul
- Lampiran 3 : BuktiMenghadiri Seminar
- Lampiran 4 : DaftarHadir Seminar
- Lampiran 5 : CatatanPerbaikan Proposal
- Lampiran6 : HalamanPengesahan Proposal
- Lampiran7 : SuratSkPembimbingSekripsi
- Lampiran 8 : PedomanWawancara
- Lampiran 9 : HalamPengesahanPermohonanIzinPenelitian
- Lampiran10 : SuratIzinPenelitian
- Lampiran 11 : SuratIzinPenelitianKesbangpol
- Lampiran12 : SuratSelesaiPenelitian
- Lampiran13 : LembarDokumentasiPenelitian

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.: Jumlah Penduduk Kelurahan Kelumpang Jaya Berdasarkan Tingkat Pendidikannya

Tabel 3.2.: Jumlah Penduduk Kelurahan Kelumpang Jaya Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 3.3.: Jumlah Informan Yang di Wawancarai di Kelurahan Kelumpang Jaya

Tabel 3.4.: Jumlah Informan Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 3.5.: Jumlah Informan Berdasarkan Usia

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bidang perbankan merupakan salah satu bidang yang mendapat perhatian pemerintah karena bank merupakan salah satu sumber permodalan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Bank merupakan salah satu rekan pemerintah yang dituntut peran sertanya untuk mensukseskan pembangunan, melalui jasanya yang sangat dibutuhkan masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha. Perkembangan perekonomian nasional maupun internasional yang senantiasa bergerak cepat disertai tantangan yang semakin luas sehingga perlu dilakukan suatu cara antisipasi, dalam rangka antisipasi serta dalam rangka menampung aspirasi dan kebutuhan masyarakat dalam menyelenggarakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang mulai marak di kalangan masyarakat. Perbankan dengan prinsip syariah lahir dengan dilatarbelakangi oleh kebutuhan masyarakat khususnya sebagian umat Islam Indonesia.¹

Dalam industri perbankan kini mulai terdorong untuk lebih memperkuat basis strateginya dengan konsep-konsep seperti *customer focused* atau *marketoriented culture* untuk tetap dapat mengakses pasarnya secara menguntungkan dan menjamin pertumbuhan berkelanjutan. Meningkatkan kepentingan tentang kepuasan pelanggan, perubahan teknologi yang cepat dan tantangan persaingan global menuntut efektifitas strategi pemasaran untuk

¹ Ismail. *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015), h. 33.

mempertahankan dan mengembangkan keunggulan bersaing suatu perusahaan. Kepuasan adalah mediator dari hubungan antara kualitas dan loyalitas.²

Namun studi lebih lanjut menjelaskan tentang konsep perilaku konsumen yang menjelaskan tingkat kepuasan yang lebih tinggi, tingkatan ini akan menghasilkan loyalitas yang lebih kepada perusahaan yang disebut *customer delight*. *Customer delight* adalah dimensi yang *people oriented*.³

Customer delight akan terbentuk ketika seseorang merasakan nyaman dengan suatu perusahaan dan mendapatkan perasaan senang. Konsumen yang *delight* merupakan aset penting bagi perusahaan, peran mereka lebih besar dari sekedar melakukan pembelian produk karena mereka juga menyertakan positif *word of mouth* tentang perusahaan dan juga akan memberikan keuntungan yang besar untuk perusahaan. Dalam kondisi persaingan perbankan yang kini semakin ketat perbankan tidak hanya fokus pada suku bunga simpanan maupun kredit dalam menarik nasabah, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga perbankan dapat bertahan dan mempunyai keunggulan yang kompetitif. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada.⁴

Dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas

² Zainuddin. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h. 1.

³ Ismail. *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015), h. 33.

⁴ Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2014), h.2

pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah, Cara pelanggan menilai kualitas jasa dapat menggunakan lima dimensi kualitas jasa yang luas sebagai kriteria yaitu: *Relibility* (kehandalan), *Tangible* (keberwujudan), *Responsiveness* (kesigapan), *Assurance* (jaminan.), *Empathy* (perhatian).⁵

Sejak dikeluarkan UU No.10 Tahun 1998 yang membuka kemungkinan berlakunya *dual banking system* di tanah air, maka bermunculan bank-bank konvensional yang membuka Unit Usaha Syariah (UUS). Menurut data Karim *Business Consulting* sudah ada Sembilan belas bank umum yang memiliki unit usaha syariah dan tiga bank yang beroperasi penuh secara syariah (Bank Umum Syariah).⁶ Ketiga Bank Umum tersebut adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI) Bank Syariah Mandiri (BSM) dan Bank Syariah Sinarmas Indonesia (BSMI) yang merupakan konversi dari Bank Tugu. Pangsa pasar bank syariah bisa mencapai 20%. Dengan asumsi, Sembilan belas dari bank besar di Indonesia akan memiliki Unit Usaha Syariah. Dengan munculnya undang-undang berlakunya *dual banking system* di Indonesia memunculkan persaingan yang semakin ketat antara bank-bank syariah di Indonesia. Jika *customer delight* telah terbentuk maka loyalitas pelanggan juga akan tercapai.⁷

Perkembangan Bank syariah sendiri pada akhir tahun 2012 semakin meningkat di tengah ketatnya bisnis persaingan perbankan yang ada di Indonesia, hal ini menunjukkan bahwa pencapaian ini membuktikan terus

⁵ Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2014), h.2

⁶ Thamrin Abdullah, *Bank dan Lembaga Keuangan* (Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2014), h. 34

⁷ Ismail. *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015), h. 33.

tumbuhnya kepercayaan masyarakat terhadap produk dan layanan yang ditawarkan Bank BRI Syariah. BRI Syariah juga melakukan inovasi dan layanan serta penerapan berbagai strategi yang memudahkan masyarakat mengakses berbagai produk dan layanan BRI Syariah. Salah satu terobosan yang sangat membanggakan yang berhasil dilakukan adalah pengembangan.⁸

Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa (bank) adalah menciptakan kepuasan pelanggan/nasabah. Kepuasan pelanggan sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa.⁹ Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut. Apakah keinginan yang diterimanya lebih besar (minimal sama) dari pada harapannya, maka pelanggan puas. Sebaliknya kinerja yang diberikan dari pemakaian produk/jasa tersebut lebih kecil daripada apa yang diharapkannya maka pelanggan tidak puas.¹⁰

Upaya peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah harus berorientasi pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan. Hal ini berkaitan dengan harapan masyarakat, mereka ingin mendapatkan hubungan yang baik dengan bank yang nyaman dan mudah melakukan transaksi. Dalam Al-Qur'an surat Ali Imron ayat 159, telah memberikan petunjuk untuk lemah lembut kepada seseorang

⁸ Ismail. *Perbankan Syariah...*, h. 33.

⁹ Darsono dan Ali Sakti dkk, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2017), h. 90

¹⁰ Ismail. *Perbankan Syariah...*, h. 33.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا 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 maafkanlah 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.¹¹

Adapun pelayanan yang diberikan kepada nasabah terhadap kepuasan nasabah adalah apabila dilayani dengan baik, cepat dan tanggap dalam keperluan nasabah. Akan tetapi beda halnya pada pelayanan prioritas. Dengan pelayanan tersebut bantuan yang akan diberikan kepada nasabah adalah kemudahan dalam bertransaksi, nasabah tidak perlu repot mengantri apabila akan melakukan transaksi, karena mempunyai suatu loket tertentu sehingga mempercepat dan mempermudah proses transaksi.¹²

Berdasarkan observasi awal di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu suatu kondisi dimana nasabah seharusnya mendapatkan pelayanan yang adil dan jujur ketika melakukan transaksi dengan perusahaan. Sikap *justice* yang diberikan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu seharusnya memberikan pelayanan yang sama kepada semua nasabah dengan tidak membedakan antar nasabah yang satu dengan yang lainnya, kondisi dimana konsumen merasa

¹¹ Departemen Agama RI, *Al-quran dan terjemahannya*, (Bandung:CV.Penerbit Diponegoro, 2014), h. 56

¹² Ismail. *Perbankan Syariah...*, h. 33.

mendapatkan pelayanan yang sangat baik dari perusahaan, sehingga menimbulkan perasaan “diistimewakan”, serta kecakapan staf dalam melayani nasabah. kondisi dimana konsumen merasa mendapatkan pelayanan atau fasilitas yang tidak pernah ia duga sebelumnya dengan membangun kepercayaan kepada nasabah dan memberikan hadiah kepada nasabah yang setia.¹³

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul, maka penulis mencoba untuk melakukan penelitian tentang “Analisis *Customer Delight* Pada Pelayanan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pelayanan yang diberikan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu dalam meningkatkan *Customer Delight*?
2. Apakah *Customer Delight* PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu sudah sesuai dengan standar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pelayanan yang diberikan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu dalam meningkatkan *Customer*

¹³ Bapak Sandi Shafriadi, wawancara pada tanggal 14 Februari 2019

Delight.

2. Untuk mengetahui *Customer Delight* PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu sudah sesuai dengan standar

D. Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan, yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Untuk menambah wawasan dan memperkaya pengetahuan sehingga dapat dijadikan referensi untuk penelitian lanjutan.

2. Kegunaan Praktis

Pada penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan, yaitu:

1. Bagi perusahaan sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran terpadu yang diberikan, sehingga bisa mempertahankan jumlah pelanggan dan bisa meningkatkan jumlah pengguna jasa perusahaan tersebut.
2. Bagi Peneliti dengan adanya penelitian ini tentunya dapat menambah pengetahuan, wawasan dan dapat menjadi referensi bagi penulis.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini kiranya dapat menjadi acuan bagi peneliti lain untuk mengadakan penelitian selanjutnya yang ada kaitannya dengan berbagai upaya untuk meningkatkan pelayanan bagi kepuasan nasabah.

E. Penelitian Terdahulu

Nada Afifah, 2015 yang berjudul *Pengaruh Customer Delight Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Brand Trust Pada Nasabah Pt. Bank Syariah Mandiri Di Banda Aceh*, unsiyah Darussalam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Customer Delight* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan *Brand Trust* sebagai variabel mediasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 175 responden yaitu nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Banda Aceh. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah *Multiple Regression Analysis (MRA)* yang digunakan sebagai metode analisis untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel yang terlibat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Customer Delight* berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas Pelanggan dan juga diperoleh hasil bahwa *variabel Brand Trust* memediasi hubungan antara *Customer Delight* dan Loyalitas Pelanggan. Semakin tinggi tingkat Brand Trust, maka semakin kuat hubungan antara *Customer Delight* dan Loyalitas Pelanggan.¹⁴

M. Maburr Ansori yang berjudul *Pengaruh Customer Delight Terhadap Customer Loyalty Pada Bank Bri Syariah Di Kota Semarang* Jurnal Ekonomi Dan Bisnis I Maret 2014.¹⁵ Tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi adalah kepuasan pelanggan. Dimensi kepuasan pelanggan termasuk keadilan, harga diri, dan sentuhan akhir. Penelitian ini bertujuan

¹⁴ Nada Afifah, *Pengaruh Customer Delight Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Brand Trust Pada Nasabah Pt. Bank Syariah Mandiri Di Banda Aceh*, Unsiyah Darussalam, 2015

¹⁵ M. Maburr Ansori, *Pengaruh Customer Delight Terhadap Customer Loyalty Pada Bank Bri Syariah Di Kota Semarang*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 2014

untuk menguji seberapa banyak efek keadilan variabel, harga diri, dan sentuhan akhir pada kesetiaan pelanggan secara parsial dan serentak. Itu Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BRI Syariah di kota Semarang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan *purposive sampling* dengan ukuran sampel didasarkan pada formula yang mengambil Rao Purba pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *Likert and Analisis* yang digunakan adalah *regresi linier* berganda menggunakan SPSS versi 19. Hasil penelitian menggunakan F tes menunjukkan bahwa variabel senang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sebagian oleh Uji t menyimpulkan bahwa dalam keadilan parsial, dan akhir sentuhan yang sangat memengaruhi untuk kesetiaan pelanggan. Sentuhan akhir memiliki dampak paling dominan terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan ke domain lain. sedangkan Esteem tidak berpengaruh signifikan untuk kesetiaan pelanggan.

Yusniar, Saiful Bahri dan Ricky Alfanda, *International Journal of Scientific & Technology Research* Volume 6, Issue 07, July 2017, yang berjudul *The Role Of Customer Delight And Brand Trust Toward Customer Loyalty (A Study At Bank Aceh that Has Been Converted Into Islamic Bank)*.¹⁶ Penelitian ini berfokus pada PT. Bank ACEH yang telah diubah menjadi bank syariah yang memiliki penekanan pada loyalitas pelanggan sebagai hasil yang paling diharapkan dari penelitian tentang perilaku konsumen. Untuk

¹⁶ Yusniar, Saiful Bahri dan Ricky Alfanda, *The Role Of Customer Delight And Brand Trust Toward Customer Loyalty (A Study At Bank Aceh that Has Been Converted Into Islamic Bank)*, *International Journal of Scientific & Technology Research* Volume 6, Issue 07, July 2017

perusahaan, kesetiaan pelanggan dapat dicapai melalui Customer Delight. Ada 350 (tiga ratus lima puluh) responden sebagai sampel penelitian ini. Pemilihan nasabah bank dilakukan di kantor cabang dengan pertimbangan bahwa ada lebih banyak transaksi perbankan yang dilakukan di kantor cabang daripada di kantor cabang pembantu, kas, dan unit. Mengingat bahwa jumlah pelanggan di setiap kantor cabang tidak sama, maka peneliti menggunakan sampel acak berstrata proporsional untuk menentukan jumlah responden. Faktor kepercayaan merek memiliki peran sebagai variabel mediasi parsial antara *Customer Delight* dan loyalitas pelanggan PT. Bank Aceh.

Tabel 1.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama/Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Nada Afifah/ Pengaruh Customer Delight Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Brand Trust Pada Nasabah Pt. Bank Syariah Mandiri Di Banda Aceh	Penelitian ini sama- sama membahas tentang <i>Customer Delight</i>	Penelitian terdahulu berfokus pada Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Brand Trust Pada Nasabah Pt. Bank Syariah, sedang penelitian yang akan dilakukan berfokus pada pelayanan bank
2.	M.Mabrur Ansori/ Pengaruh Customer Delight Terhadap Customer Loyalty Pada Bank Bri Syariah Di Kota Semarang	Penelitian ini sama- sama membahas tentang <i>Customer Delight</i>	Penelitian terdahulu berfokus pada Loyalitas Pelanggan, sedang penelitian yang akan dilakukan berfokus pada pelayanan bank
3.	Yusniar, Saiful Bahri dan Ricky Alfanda/ <i>The Role Of Customer</i>	Penelitian ini sama- sama membahas tentang <i>Customer Delight</i>	Penelitian ini berfokus pada PT. Bank ACEH yang telah diubah

	<p><i>Delight And Brand Trust Toward Customer Loyalty (A Study At Bank Aceh that Has Been Converted Into Islamic Bank)</i></p>		<p>menjadi bank syariah yang memiliki penekanan pada loyalitas pelanggan sebagai hasil yang paling diharapkan dari penelitian tentang perilaku konsumen. Untuk perusahaan, kesetiaan pelanggan dapat dicapai melalui Customer Delight, sedang penelitian yang akan dilakukan berfokus pada pelayanan bank</p>
--	--	--	---

F. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yaitu penelitian yang menjelaskan Analisis *Customer Delight* di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya.

G. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan mulai dari bulan Februari 2019 s/d selesai

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu. Pengambilan lokasi ini, karena berdasarkan pengamatan peneliti bahwa di lokasi tersebut terkadang mengalami permasalahan.

H. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang memberikan informasi pada saat penelitian. Adapun informan dalam penelitian adalah 5 orang karyawan dan 15 orang nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu.

I. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari pegawai DPS kota Bengkulu. Sehingga data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi lapangan oleh peneliti, wawancara kepada Karyawan dan nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang mendukung atas permasalahan yang akan dibahas, yang diperoleh dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu seperti profil, data informan yang terdiri dari nama informan dan jabatan, struktur organisasi.

b. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi yang penulis lakukan dalam penelitian adalah melalui pengamatan secara langsung pada lokasi penelitian tentang Analisis *Customer Delight* Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu.

2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan penulis menggunakan wawancara terbuka, yaitu wawancara yang dilakukan dengan tidak merahasiakan informasi mengenai narasumbernya dan juga memiliki pertanyaan-pertanyaan yang tidak terbatas atau tidak terikat jawabannya. Waktu wawancara disesuaikan dengan kondisi dan situasi informan pada saat wawancara. Selama proses wawancara peneliti membuat catatan yang bertujuan untuk menuliskan keadaan atau situasi saat berlansungnya wawancara.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan untuk merekam dan menyimpan berbagai data penting yang di hasilkan oleh kegiatan. Kegiatan dokumentasi pada penelitian di gunakan untuk mendapatkan gambar atau foto pada saat melakukan penelitian.

J. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis interaksi, di mana komponen reduksi data dan sajian data dilakukan bersamaan proses pengumpulan data. Tiga tahap dalam menganalisa data, yaitu:¹⁷

1. Data Reduction (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah di reduksi akan memberikan gambar yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data yang didapatkan dari hasil penelitan dan melakukan pemilihan terhadap data penting yang didapat pada saat melakukan wawancara.

2. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif data yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Setelah dilakukan reduksi, peneliti sudah mendapatkan data penting dan yang diperlukan untuk di analisis kemudian data di sajikan.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih

¹⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 47

bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apa bila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan yang kredibel. Setelah data disajikan, kemudian peneliti melakukan penarikan kesimpulan dari hasil penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Perbankan Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah terdiri atas dua kata, yaitu bank dan syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak yang lain untuk penyimpanan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.¹⁸

Dijelaskan dalam Al-Quran surat an-Nisa ayat (4) : (161):

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ

ۚ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

Artinya: “dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih.”

¹⁸Zainuddin. 2012. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Rineka Cipta, h. 1.

Bank umum syariah adalah bank syariah yang berdiri sendiri sesuai dengan akta pendiriannya, bukan merupakan bagian dari bank konvensional. Beberapa contoh bank umum syariah adalah: Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mega, Bank Syariah Bukopin, Bank BCA Syariah, dan Bank BRI Syariah.¹⁹

Secara umum, pengertian Bank Syariah (*Islamic Bank*) adalah bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Saat ini banyak istilah yang diberikan untuk menyebut entitas bank Islam, selain istilah bank Islam itu sendiri, yaitu bank tanpa bunga (*interest-freebank*), bank tanpa riba (*lariba bank*), dan bank syariah (*shari'a bank*). Dibawah ini dikemukakan beberapa pengertian bank Islam, yaitu sebagai berikut:

- a. Karnaen Perwataadmadja dan Muhammad Syafi'i Antonio, memberikan definisi bank Islam sebagai berikut: Bank Islam adalah bank beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yakni bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya yang menyangkut tatacara bermuamalah secara Islam. Dalam tata cara bermuamalat itu dijauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.
- b. Warkum Sumitro mendefinisikan bank Islam sebagai berikut: bank Islam berarti bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata

¹⁹Ismail. 2015. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, h. 33.

cara bermuamalah secara Islam, yakni dengan mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Al-Hadist. Di dalam operasionalisasinya, bank Islam harus mengikuti dan atau berpedoman kepada praktik-praktik usaha yang dilakukan di zaman Rasulluah, bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya tetapi tidak dilarang oleh Rasulluah atau bentuk-bentuk usaha baru sebagai hasil ijtihadpara ulama atau cendekiawan muslim yang tidak menyimpang dari ketentuan Al-Quran dan al-Hadis.

- c. M. Amin Aziz mengenai pengertian bank Islam sebagai berikut:
bank Islam (bank berdasarkan syariah Islam) adalah lembaga perbankan yang menggunakan sistem dan operasinya berdasarkan syariah Islam. Ini berarti operasi perbankan mengikuti tata caraberusaha maupun perjanjian berusaha berdasarkan Al-Quran dan Sunnah Rasul Muhammad SAW dan bukan tata cara dan perjanjian berusaha yang bukan dituntun oleh Al-Quran dan Sunnah Rasul Muhammad SAW. Dalam operasinya bank Islam menggunakan sistem bagi hasil penimbangan lainnya yang sesuai dengan syariat Islam, tidak menggunakan bunga.
- d. Cholil Uman mengartikan yang dimaksud dengan bank Islam dan memperbandingkan dengan bank non Islam, sebagai berikut: Bank Islam adalah sebuah lembaga keuangan yang menjalankan operasinya menurut hukum Islam. Sudah tentu bank Islam tidak memakai sistem bunga, sebab bunga dilarang oleh Islam. Sedangkan

bank non Islam adalah sebuah lembaga keuangan yang berfungsi utamanya menghimpun dana untuk disalurkan kepada yang memerlukan dana guna investasi dalam usaha-usaha yang produktif dan lain-lain dengan sistem bunga.²⁰

Pengabungan dua kata dimaksud, menjadi “bank syariah”. Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, bank syariah biasa disebut *Islamic banking* atau *interest free banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*). Bank syariah sebagai sebuah lembaga keuangan mempunyai mekanisme dasar, yaitu menerima deposito dari pemilik modal (*depositor*) dan mempunyai kewajiban (*liability*) untuk menawarkan pembiayaan kepada investor pada sisi asetnya, dengan pola dan/atau skema pembiayaan yang sesuai dengan syariat Islam. Pada sisi kewajiban, terdapat dua kategori utama, yaitu *interest-free current and saving accounts* dan *investment accounts* yang berdasarkan pada prinsip LPS (*Profit and Loss Sharing*) antara pihak bank dan depositor; sedangkan pada sisi aset, yang termasuk di dalamnya adalah segala bentuk pola pembiayaan yang bebas riba dan

²⁰Rachmadi, *Aspek Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 33-35

sesuai prinsip atau standar syariah, seperti mudharabah, musyarakah, istisna, salam, dan lain-lain.²¹

Untuk mencapai tujuan akuntansi yang bersifat prinsip atau standar, struktur dasar aktivitas investasi dapat diklarifikasi ke dalam dua bagian, yaitu:²²

- a. Rekening investasi tanpa batasan (*unrestricted investment accounts*). Hal dimaksud berarti bank berdasarkan prinsip syariah memiliki kebebasan untuk menginvestasikan dana yang diterimanya pada berbagai kegiatan investasi tanpa dibatasi oleh ketentuan-ketentuan tertentu, termasuk menggunakannya secara bersama-sama dengan modal pemilik bank.
- b. Rekening investasi dengan batasan (*restricted investment accounts*). Hal ini berarti pihak bank hanya bertindak sebagai manajer yang tidak memiliki otoritas untuk mencampurkan dana yang diterimanya dengan modal pemilik bank tanpa persetujuan investor. Selain kedua hal di atas, bank syariah juga harus merefleksikan fungsinya sebagai pengelola dana zakat, dan dana-dana amal lainnya termasuk dana qard hasan. Sementara itu, pada aspek pengenalan (*recognition*), pengukuran (*measurement*), dan pencatatan (*recording*) setiap transaksi pada sistem akuntansi bank syariah terdapat kesamaan

²¹Ismail. 2015. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hlm : 42-44.

²²Zainuddin. 2012. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Rineka Cipta. Hlm : 2-3.

dengan proses-proses yang terjadi pada sistem perbankan konvensional.

2. Dasar Bank Syariah

Bank syariah secara yuridis normatif dan yuridis empiris diakui keberadaannya di negara Republik Indonesia. Pengakuan secara yuridis normatif tercatat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, diantaranya, Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Undang-undang No. 10 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1998 tentang Perbankan, Undang-Undang No. 3 Tahun 2004 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, Undang-Undang No. 3 Tahun 2006 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1989 tentang Peradilan Agama.²³

Selain itu, pengakuan secara yuridis empiris dapat dilihat perbankan syariah tumbuh dan berkembang pada umumnya di seluruh Ibukota Provinsi dan Kabupaten di Indonesia, bahkan beberapa bank konvensional dan lembaga keuangan lainnya membuka unit usaha syariah (bank syariah, asuransi syariah, pegadaian syariah, dan semacamnya). Pengakuan secara yuridis dimaksud, memberi peluang tumbuh dan berkembang secara luas kegiatan usaha perbankan syariah, termasuk memberi kesempatan kepada bank umum (konvensional) untuk membuka kantor cabang yang khusus melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

²³ Ismail. 2015. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, h. 33.

Bank Syariah dan Muamalah serta bank konvensional yang membuka layanan syariah di Indonesia menjadikan pedoman Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Undang-Undang No. 23 Tahun 2004 tentang Perubahan atas Undang-Undang No.23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia. Undang-Undang dimaksud, yang kemudian dijabarkan dalam berbagai peraturan Bank Indonesia. Dalam hal ini, penulis merumuskan beberapa garis hukum sebagai berikut:²⁴

- a. Perbankan adalah segala segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup tentang kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.
- b. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.
- c. Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengendalikan uang dan tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.
- d. Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana/atau pembiayaan

²⁴ Ismail. 2015. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, h. 33.

kegiatan usaha dan/atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan dengan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau adanya pilihan pemindahan kepemilikan atau barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtima*).²⁵

Al-Quran juga dinyatakan sebagai sumber dari segala sumber hukum. Artinya apapun sumber atau dalil hukum syariat yang lain tetap menjadikan Al-Quran sebagai rujukan utama dan tidak boleh bertentangan dengannya. Jika masalah bunga bank dijadikan sebagai perumpamaan, ternyata tidak dapat dijawab secara langsung oleh Al-Quran dan tentang ketentuan hukumnya dapat diulas secara lebih jelas oleh Sunnah Rasulullah atau berdasarkan analisis dan kebenaran para mujtahid. Namun tidak boleh menyalahi dan harus mengikuti prinsip dasar ayat Al-Quraan.²⁶

Dasar-dasar syariah dalam menetapkan imbal jasa dengan mengacu kitab Al-Quran pada Surat Al-Imran ayat 130 yang mempunyai

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

²⁵ Iska. *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia Dalam Prespektif Fikih Ekonomi*. Yogyakarta: Fajar Media. 2012, h. 140.

²⁶Iska. 2012. *Sistem Perbankan Syariah...*, h. 140.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat gandan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.²⁷

Yang dimaksud Riba di sini ialah Riba nasi'ah. menurut sebagian besar ulama bahwa Riba nasi'ah itu selamanya haram, walaupun tidak berlipat ganda. Riba itu ada dua macam meliputi nasiah dan fadhl. Riba nasiah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Riba *fadhl* ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini riba *nasiah* yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah. Surat Al Baqarah ayat 275, 276 dan 279

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (٢٧٥) يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزِيلُ الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ (٢٧٦) فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُؤُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ (٢٧٩)

²⁷ Departemen Agama RI, *Al-quran dan terjemahannya*, (Bandung:CV.Penerbit Diponegoro, 2014), h. 56

Artinya “Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.²⁸

3. Prinsip-Prinsip Bank Syariah

Dalam menjalankan aktifitasnya, bank syariah tersebut menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:²⁹

a. Prinsip Keadilan

Prinsip ini tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilanmargin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah.

b. Prinsip Kesederajatan

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

c. Prinsip Ketentraman

²⁸ Departemen Agama RI, *Al-quran dan terjemahannya*, (Bandung:CV.Penerbit Diponegoro, 2014), h. 56

²⁹Rachmadi. 2011. *Aspek Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat, h. 33.

Produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam, antara tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Artinya nasabah akan merasakan ketenteraman lahir maupun batin.

4. Visi dan Misi Perbankan Syariah

a. Visi Perbankan Syariah

Visi perbankan syariah berbunyi: “Terwujudnya system perbankan syariah yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian yang mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil (*share-based financing*) dan transaksi riil dalam kerangka keadilan, tolong-menolong menuju kebaikan guna mencapai kemaslahatan masyarakat.

b. Misi Perbankan Syariah

Misi yang menjelaskan peran Bank Indonesia adalah mewujudkan iklim yang kondusif untuk mengembangkan perbankan syariah yang istiqomah terhadap prinsip-prinsip syariah dan mampu berperan dalam sektor riil, yang meliputi sebagai berikut:³⁰

1. Melakukan kajian dan penelitian tentang kondisi, potensi serta kebutuhan perbankan syariah secara berkesinambungan.
2. Mempersiapkan konsep dan melaksanakan pengaturan dan pengawasan berbasis resiko guna menjamin kesinambungan

³⁰Zainuddin. 2012. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Rineka Cipta, h. 10

operasional perbankan syariah yang sesuai dengan karakteristiknya.

3. Mempersiapkan infrastruktur guna peningkatan efisiensi operasional perbankan syariah.
4. Mendesain kerangka *entry* dan *exit* perbankan syariah yang dapat mendukung stabilitas system perbankan.

c. Sasaran Perbankan Syariah

Bank Indonesia telah menentukan sasaran realities untuk mewujudkan visi yang sudah dicanangkan, sehingga sasaran dibuat dengan mempertimbangkan kondisi factual, termasuk faktor-faktor yang berpengaruh dan kecenderungan yang akan membentuk industri di masa yang akan datang mamfaat dan tantangan yang ada, serta kelebihan dan kekurangan dari pelaku *industry* dan *stakeholders* lainnya.

Sasaran pengembangan perbankan syariah sampai tahun 2011 adalah sebagai berikut:

1. Terpenuhi prinsip syariah dalam operasional perbankan yang ditandai dengan:
 - a. Tersusunnya norma-norma keuangan syariah yang seragam (standarisasi).
 - b. Terwujudnya mekanisme kerja yang efisien bagi pengawasan prinsip syariah dalam operasional perbankan, baik instrument maupun badanterkait.

- c. Rendahnya tingkat keluhan masyarakat dalam hal penerapan prinsip syariah dalam setiap transaksi.
2. Diterapkannya prinsip kehati-hatian dalam operasi perbankan syariah, yaitu:
 - a. Terwujudnya kerangka pengaturan dan pengawasan berbasis resiko yang sesuai dengan karakteristiknya dan didukung oleh sumber daya insane yang andal.
 - b. Diterapkannya konsep *corporate governance* dalam operasi perbankan syariah.
 - c. Diterapkannya kebijakan exit dan entry yang efisien.
 - d. Terwujudnya *real-time supervision*.
 - e. Terwujudnya *self regulatory system*.
 3. Terciptanya system perbankan syariah yang kompetitif dan efisien

5. Jenis dan Kegiatan Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan maupun transaksi perbankan lainnya. Transaksasi yang dapat ditawarkan oleh bank berbeda antara satu bank dan bank lainnya. Beberapa bank syariah menawarkan semua produk perbankan, sebagian bank syariah hanya menawarkan produk tertentu dan seterusnya. Produk dan jasa bank syariah yang dapat diberikan kepada masyarakat tergantung jenisnya.³¹

³¹Ismail. 2015. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, h. 51

Perbankan syariah berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan antara unit-unit ekonomi yang mempunyai kelebihan dana dengan unit-unit lain yang mengalami kekurangan dana. Karenanya untuk menjalankan fungsi intermediasi tersebut, lembaga perbankan syariah akan melakukan kegiatan usaha berupa penghimpun dana, penyalur dana, serta menyediakan berbagai jasa transaksi keuangan kepada masyarakat.³²

B. *Customer Delight*

1. *Pengertian Customer Delight*

Menurut Kotler kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang. Jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan, pelanggan tersebut akan merasa dikecewakan, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Kepuasan ini tentu akan dapat dirasakan setelah pelanggan yang bersangkutan mengkonsumsi produk tersebut.

Menurut Hansemark dan Albinsson kepuasan pelanggan secara keseluruhan menunjukkan sikap terhadap penyedia layanan, atau reaksi emosional untuk perbedaan antara apa yang pelanggan harapkan dan apa yang mereka terima. Menurut Bitner dan Zeithaml kepuasan pelanggan

³²Burhanuddin. 2010. *Aspek Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hlm : 57.

adalah evaluasi pelanggan dari produk atau layanan dalam hal apakah produk itu atau layanan itu telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Pengukuran Kepuasan Pelanggan Menurut Tjiptono ada empat metode yang dilakukan perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, yaitu: a. Sistem Keluhan dan Saran Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang biasa digunakan bisa berupa kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, website dan lain-lain. Dimana metode ini dapat memberikan ide atau masukan yang berharga kepada perusahaan.

Ghost Shopping (Pembelajaan Misteri) Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang *Ghost Shoppers* (pembelajaan misterius) untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Para pembelaja misterius akan diminta untuk mengamati secara seksama dan menilai cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan. Hal tersebut dilakukan sebagai cara untuk melakukan penilaian terhadap kinerja karyawan perusahaan. c. *Lost Customer Analysis* (Analisis Pelanggan yang Berhenti) Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pemasok

agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

Survey Kepuasan Pelanggan Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, internet, maupun wawancara langsung. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku manajemen pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan³³.

³³ Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2014), h.2

Menurut Zeithaml dan Britner definisi kepuasan adalah adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan waktu yang lama³⁴.

Menurut Umar, kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama³⁵

Sebagaimana juga dalam Al-Quran dalam surat An-Nahl (16):

(91):

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ

تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۗ إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا

تَفْعَلُونَ

³⁴ Zeithaml dan Britner, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta:Graha Ilmu 2015), h.3

³⁵ Umar, Husein. *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga*, (Gramedia Pustaka Utama : Jakarta, 2015), h. 228

Artinya: “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.”

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu yang dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas tidak hanya menekankan pada hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan dalam menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas melalui manusia dan proses yang berkualitas.

2. Faktor-faktor

Menurut Irawan, Faktor-faktor yang mendorong kepuasan konsumen adalah:

- a. Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
- b. Harga, untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
- c. *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.

- d. Emotional faktor, pelanggan akan merasa puas(bangga)karena adanya emosional yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
- e. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah,nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.³⁶

Faktor utama dalam meningkatkan kepuasan konsumen merupakan faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

a. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa, Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang

³⁶ Irawan, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta:Graha Ilmu 2014), h.4

lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

e. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Berdasarkan keterangan di atas, maka konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

Indikator merupakan variabel yang dapat digunakan untuk mengevaluasi keadaan atau status dan memungkinkan dilakukannya pengukuran terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu. Adapun Indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari:³⁷

a. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.

³⁷ Irawan, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta:Graha Ilmu 2014), h. 4

b. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.

c. Kesediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.³⁸

Berdasarkan keterangan di atas, maka dapat diketahui bahwa indikator dari kepuasan konsumen merupakan hal yang penting untuk mengetahui kondisi kepuasan konsumen yang terdiri dari kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

Menurut Kotler ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya:

a. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang dari perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melakukan

³⁸ Zeithaml dan Bitner, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2015), h.39

temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan-kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

c. *Lost Costomer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi paran pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *costumer loss rate* juga penting, peningkatan *costumer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.³⁹

3. Indikator *Customer Delight*

Menurut Chinomona dan Sandada terdapat indikator yang mengukur kepuasan pelangan yaitu:

³⁹ Zeithaml dan Britner, *Manajemen Pemasaran...*, h.3

- a. Memenuhi harapan pelanggan, yaitu pelanggan merasa harapan mereka terpenuhi ketika merasakan layanan dan produk pada suatu organisasi atau perusahaan.
- b. Pemenuhan layanan yang terbaik, yaitu pelanggan merasa mendapatkan layanan yang dapat melebihi harapan mereka.
- c. Pengevaluasian pelanggan, yaitu pelanggan mengevaluasi kinerja serta kualitas produk dengan pengalaman yang telah mereka rasakan sebelumnya.

C. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia.

Menurut Moenir, pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada 2 (dua) jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara.⁴⁰

⁴⁰ Crown Dirgantoro, *Manajemen Stratejik: Konsep, Kasus, dan Implementasi*. (Jakarta: PT Gramedia, 2004), h. 67

Menurut Moenir pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok dan/atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Hasibuan mendefinisikan pelayanan sebagai kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lain, dimana pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerima.

Keberhasilan proses pelayanan publik sangat tergantung pada dua pihak yaitu birokrasi (pelayan) dan masyarakat (yang dilayani). Dengan demikian untuk melihat kualitas pelayanan publik perlu diperhatikan dan dikaji dua aspek pokok yakni: Pertama, aspek proses internal organisasi birokrasi (pelayan), kedua, aspek eksternal organisasi yakni kemanfaatan yang dirasakan oleh masyarakat pelanggan.⁴¹

Organisasi publik mempunyai ciri *public accountability*, yaitu setiap warga negara mempunyai hak untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang mereka terima. Sangat sulit untuk menilai kualitas suatu pelayanan tanpa mempertimbangkan peran masyarakat sebagai penerima pelayanan,. Evaluasi yang berasal dari pengguna pelayanan merupakan elemen pertama dalam analisis kualitas pelayanan publik. Elemen kedua dalam analisis adalah kemudahan suatu pelayanan untuk dikenali baik sebelum, dalam proses, atau setelah pelayanan itu diberikan.

Dalam Al-Qur'an surat Ali Imron ayat 159, telah memberikan

⁴¹Sampara Lukman, *Manajemen Kualitas Pelayanan*, (Jakarta: STIA LAN Press, 2009), h. 90

petunjuk untuk lemah lembut kepada seseorang

فِيمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَئِنْ لَمْ يَنْفِضُوا 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 maafkanlah 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.”⁴²

2. Bentuk Pelayanan

Pelayanan umum yang dilakukan oleh siapapun, bentuknya tidak terlepas dari 3 (tiga) macam yaitu:⁴³

a. Layanan secara lisan

Layanan secara lisan dilakukan oleh petugas-petugas di bidang hubungan masyarakat, bidang informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan dan keterangan kepada siapapun yang memerlukan agar setiap layanan berhasil sesuai dengan yang diharapkan. Maka perlu diperhatikan syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan, yakni dengan memahami benar masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya, mampu memberikan penjelasan tentang apa yang perlu dengan lancar, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan pelayanan.

⁴² Departemen Agama RI, *Al-quran dan terjemahannya*, (Bandung:CV.Penerbit Diponegoro, 2014), h. 56

⁴³ Ratminto, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), h. 78

b. Layanan melalui tulisan

Merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas, tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi perannya, pada umumnya layanan melalui tulisan cukup efisien bagi layanan jarak jauh karena faktor biaya agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani perlu diperhatikan faktor kecepatan baik dalam pengolahan masalah-masalah maupun proses penyelesaiannya.

c. Layanan dengan perbuatan

Pada umumnya layanan dalam bentuk perbuatan 70-80% dilakukan oleh petugas tingkat menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan terhadap hasil pekerjaan.

Dalam Kep. Menpan No: 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, pengelompokan pelayanan publik secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan administratif
2. Pelayanan barang
3. Pelayanan jasa

Lima dimensi kualitas pelayanan publik dapat dikembangkan menjadi sepuluh dimensi sebagai berikut:

1. *Tangible*, terdiri atas fasilitas fisik, peralatan, personil dan komunikasi.
2. *Reliabel*, terdiri dari kemampuan unit pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat.

3. *Responsiveness*, kemauan untuk membantu konsumen bertanggungjawab terhadap mutu layanan yang diberikan.
4. *Competence*, tuntutan yang dimilikinya, pengetahuan dan keterampilan yang baik oleh aparatur dalam memberikan layanan.
5. *Courtesy*, sikap atau perilaku ramah, bersahabat, tanggap terhadap keinginan konsumen serta mau melakukan kontak atau hubungan pribadi.
6. *Credibility*, sikap jujur dalam setiap upaya untuk menarik kepercayaan masyarakat.
7. *Security*, jasa pelayanan yang diberikan harus dijamin bebas dari berbagai bahaya atau resiko.
8. *Access*, terdapat kemudahan untuk mengadakan kontak dan pendekatan.
9. *Communication*, kemauan pemberi layanan untuk mendengarkan suara, keinginan atau aspirasi pelanggan, sekaligus kesediaan untuk selalu menyampaikan informais baru kepada masyarakat.
10. *Understanding the customer*, melakukan segala usaha untuk mengetahui kebutuhan pelanggan.⁴⁴

Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan, ada tujuh dimensi dan indikator yang harus diperhatikan:⁴⁵

1. *Sel-esteem* (harga diri), dengan indikator: pengetahuan prinsip pelayanan, menempatkan seseorang sesuai dengan keahliannya, menetapkan tugas pelayanan yang futuris, dan berpedoman pada kesuksesan “hari esok lebih baik dari hari ini”.

⁴⁴ Malayu Hasibuan. *Manajemen, Dasar, Pengertian dan Masalah....*, h. 90

⁴⁵ Fandy, Tjiptono, *Strategi Pemasaran, ...*, 2008), h. 90

2. *Exced expectation* (memenuhi harapan), dengan indikator penyesuaian standar pelayanan, pemahaman terhadap keinginan pelanggan, dan pelayanan sesuai harapan petugas.
3. *Recovery* (pembenahan) dengan indikator: menganggap keluhan merupakan peluang, bukan masalah, mengatasi keluhan pelanggan, mengumpulkan informasi tentang keinginan pelanggan, uji coba standar pelayanan dan mendengar keluhan pelanggan.
4. *Vision* (pandangan ke depan) dengan indikator: perencanaan ideal di masa depan, memanfaatkan teknologisemaksimal mungkin, dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
5. *Improve* (perbaikan), dengan indikator: perbaikan secara terus menerus, menyesuaikan dengan perubahan, mengikutsertakan bawahan dalam penyusunan rencana, investasi yang bersifat non material, penciptaan lingkungan yang kondusif dan penciptaan standar yang respinsif.
6. *Care* (perhatian), dengan indikator: menyusun sistem pelayanan yang memuaskan pelanggan, menjaga kualitas, menerapkan standar pelayanan yang tepat, dan uji coba standar pelayanan.
7. *Empower* (pemberdayaan), dengan indikator: memberdayakan karyawan/bawahan belajar dari pengalaman, dan memberikan rangsangan, pengakuan dan penghargaan.

Dimensi kualitas yang paling sering dijadikan acuan adalah.⁴⁶

⁴⁶ Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta:Graha Ilmu 2014), h. 34

1. *Reliabilitas*, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Contohnya, dokter mampu mendiagnosa penyakit pasien dengan akurat.
2. *Responsivitas*, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Contohnya, sistem reservasi dan penanganan bagasi maskapai penerbangan yang cepat.
3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan. Contohnya, mekanik di bengkel yang berpengetahuan dan pengalaman luas.
4. Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Contohnya, seorang dokter mengenal pasiennya dengan baik, mengingat masalah (penyakit, keluhan, dan sejenisnya) sebelumnya, dan bersikap sabar serta menjadi pendengar yang baik.
5. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi. Contohnya, fasilitas respirasi, seragam karyawan, kelengkapan peralatan, dan ruang tunggu yang representatif di bengkel. Kualitas produk yang dirasakan pelanggan akan menentukan persepsi pelanggan terhadap kinerja.

3. Tujuan Pelayanan

Tujuan pelayanan pada umumnya adalah bagaimana mempersiapkan pelayanan publik tersebut yang dikehendaki atau dibutuhkan oleh publik, dan bagaimana menyatakan dengan tepat kepada publik mengenai pilihannya dan cara mengaksesnya yang direncanakan dan disediakan oleh pemerintah

Tujuan pelayanan publik adalah sebagai berikut:⁴⁷

- a. Menentukan pelayanan yang disediakan, apa sajamacamnya
- b. Memperlakukan pengguna layanan, sebagai customers
- c. Berusaha memuaskan pengguna layanan, sesuai dengan yang diinginkan mereka
- d. Mencari cara penyampaian pelayanan yang paling baik dan berkualitas
- e. Meneyediakan cara-cara, bila pengguna pelayanan tidak ada pilihan.⁴⁸

⁴⁷ Ateb Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT.Elek Mediakomputindo, 2003), h. 43

⁴⁸ Ratminto, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), h. 78

BAB III

GAMBARAN UMUM PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) ADAM BENGKULU

A. Sejarah Singkat PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu berdiri berdasarkan izin OJK dengan nomor Kep/69/D.03/2017 tanggal 3 April 2017. PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu Resmi beroperasi tanggal 21 April 2017.

B. Visi dan Misi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu

Visi:

Menjadi lembaga usaha perbankan yang professional dan mampu menolong peningkatan taraf hidup masyarakat, serta mampu bersaing dengan menguasai pasar di daerahnya.

Misi:

1. Mampu menyediakan kebutuhan pemodalana usaha mikro kecil dan memberi bimbingan untuk mengembangkan usaha mereka
2. Memberikan keputusan pelayanan yang tinggi melalui SDM dan teknologi
3. Memberikan jasa produk yang bersaing dan berimbang

C. Produk-Produk PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu

1. Produk Penghimpunan Dana

- a. Tabungan wadiah mitra Adam : diperuntukkan untuk masyarakat umum dengan setoran min. Rp. 10.000,-
- b. Tabungan pelajar Bank Adam : tabungan yang diperuntukkan bagi para pelajar di kota Bengkulu dengan setoran min. Rp. 10.000,-
- c. Tabunga haji dan umroh : tabungan ini diperuntukkan bagi masyarakat yang mempunyai keinginan untuk menunaikan ibadah haji dan umroh.
- d. Deposito Mudharabah : adalah salah satu cara berinvestasi berjangka yang merupakan solusi dalam merencanakan keuangan anda yang sesuai dengan prinsip syariah, dengan bagi hasil yang menarik dan setoran awal Rp. 1.000.000,-

2. Keunggulan menabung dan deposito PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu

- a. Aman karena dijamin LPS (Lembaga Penjamin Simpanan) sampai dengan 2 milyar.
- b. Bebas biaya administrasi bulanan.
- c. Batas nominal yang di tabungkan tidak ditentukan jumlahnya.
- d. Fasilitas antar jemput dengan transaksi minimal 5 juta.
- e. Diberikan bagi hasil yang menarik dan menguntungkan.
- f. Lebih berkah karena dikelola dengan prinsip-prinsip syariah.

- g. Proses pembukaan rekening yang mudah, tidak berbelit-belit dan bebas antrian. Dengan syarat untuk pembukaan rekening cukup membawa foto copy KTP/SIM yang masih berlaku dan mengisi formulir yang tersedia.

3. Produk pembiayaan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu

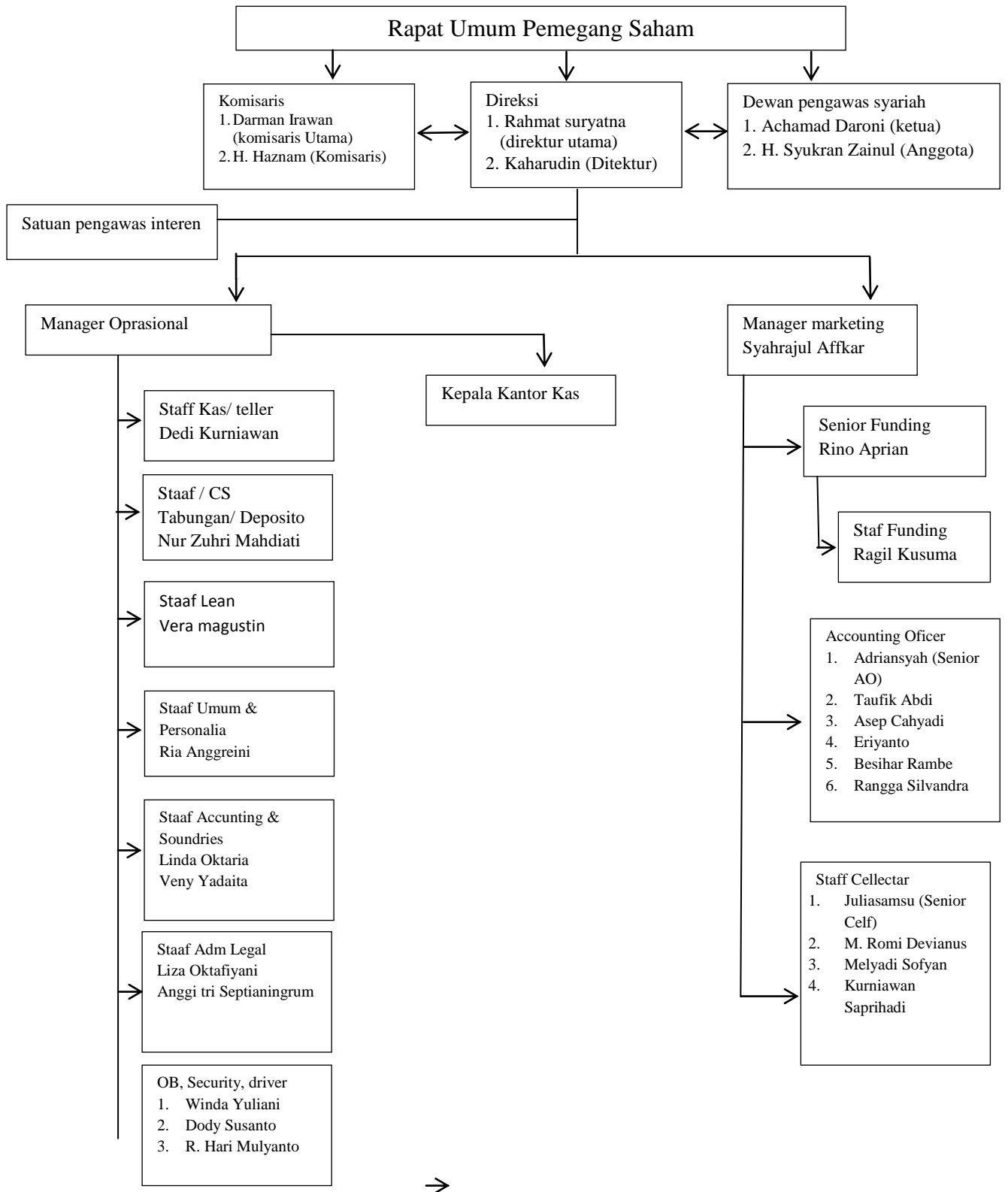
- a. Murabahah : yaitu pembiayaan dengan skema jual beli.
- b. Pembiayaan warung mikro : pembiayaan ini diperuntukkan untuk para pemilik warung mikro yang ada di Kota Bengkulu, dalam pembiayaan ini nasabah akan mendapatkan barang dagangan sesuai dengan kebutuhan, dimana pembiayaan sampai 5 juta jaminan berupa barang dagangan diatas 5 juta harus disertai dengan agunan.
- c. Pembiayaan konsumtif : pembiayaan ini diperuntukkan bagi nasabah yang ingin menggunakan untuk keperluan konsumtif, contoh : pembelian laptop, motor, rumah dll.
- d. Pembiayaan untuk UMKM : pembiayaan ini diperuntukkan bagi masyarakat yang mempunyai usaha kecil dan industri rumah tangga. Contoh : pembuatan kerupuk, ternak itik dll.
- e. Mudharabah/Musyarakah : yaitu pembiayaan dengan sistem bagi hasil sesuai dengan kesepakatan antara pihak bank dan nasabah. Contoh : untuk proyek pemerintah dan swasta.
- f. Qord : yaitu pembiayaan yang diberikan bersifat kebajikan. Contoh : untuk biaya berobat.

- g. Ijarah Multi Jasa : yaitu pembiayaan yang diperuntukkan berdasarkan atas manfaat yang didapat. Contoh : pembiayaan haji, umroh, pendidikan dll.

4. Syarat permohonan pembiayaan

- a. Mengisi formulir pembiayaan
- b. Pas photo 3×4 suami istri (2 lembar)
- c. Foto copy KTP suami istri (2 lembar)
- d. Foto copy KK dan buku nikah (2 lembar)
- e. Foto copy anggunan (sertifikat dan BPKB) disertai dengan pajak NJOP.
- f. Surat keterangan usaha
- g. NPWP (untuk diatas 50 juta)
- h. Daftar kebutuhan barang (untuk murabahah)

**D. Struktur Organisasi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)
Adam Bengkulu**



Sumber : Profil PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu

BAB IV

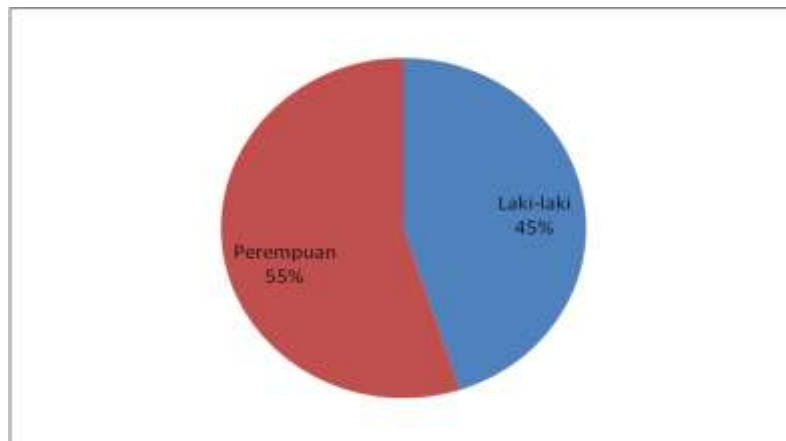
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Data Informan

Informan dalam penelitian ini terdiri dari karyawan Bank Adam Bengkulu dan Nasabah yang dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

1. Jenis Kelamin

Pada penelitian ini, informan perempuan yang lebih dominan dengan persentase 55 %. Adapun grafik dari jenis kelamin informan dapat dilihat sebagai berikut:

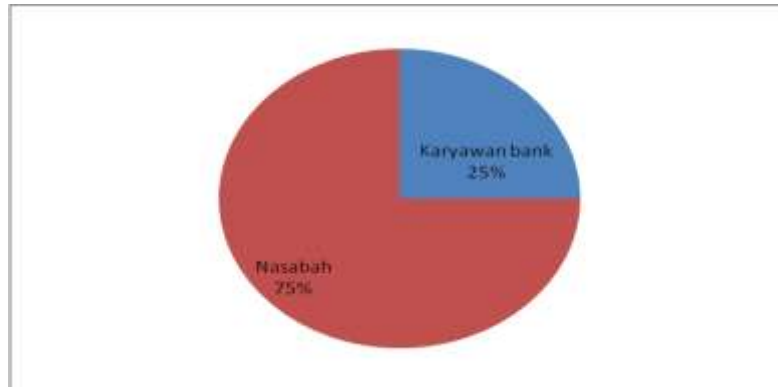


Gambar 4.1
Jenis Kelamin Informan

Berdasarkan hasil penelitian, maka informan penelitian berdasarkan jenis kelamin jenis kelamin perempuan sebesar 55 % dan laki-laki sebesar 45 %. Maka informan penelitian ini imbang antara laki-laki dan perempuan sehingga informasi yang didapatkan beragam.

2. Jenis Informan

Pada penelitian ini, informan sebagai nasabah yang lebih dominan dengan persentase 75 %. Adapun grafik dari jenis kelamin informan dapat dilihat sebagai berikut:

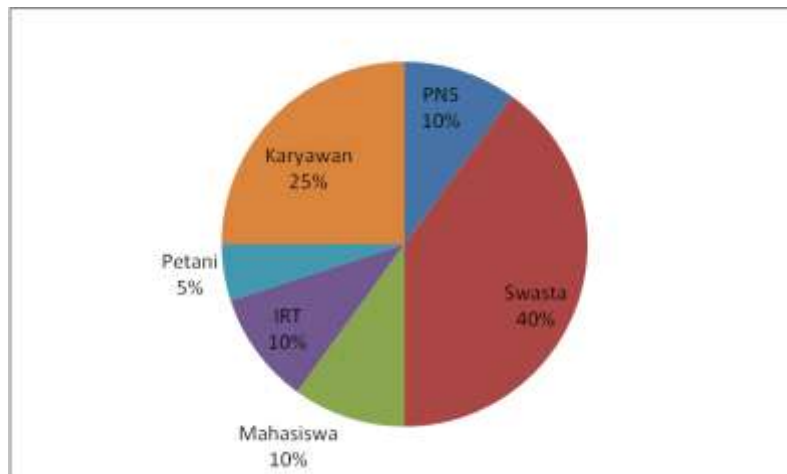


Gambar 4.2
Jenis Informan

Berdasarkan hasil penelitian, maka informan penelitian terdiri dari dua jenis yaitu nasabah dan karyawan dimana informan selaku nasabah sebanyak 75 % dan informan sebagai karyawan sebanyak 25%. Informan sebagai karyawan lebih sedikit daripada informan sebagai nasabah karena jumlah nasabah memang lebih banyak jika dibandingkan dengan informan selaku karyawan.

3. Jabatan dan Pekerjaan

Pada penelitian ini, informan sebagai karyawan swasta yang lebih dominan dengan persentase 40 %. Adapun grafik dari jenis kelamin informan dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 4.3
Jabatan dan pekerjaan informan

Berdasarkan hasil penelitian, maka informan dari pekerjaan terdiri dari PNS sebanyak 10%, swasta sebanyak 40%, mahasiswa sebanyak 10 %, Ibu rumah tangga sebanyak 10 %, petani sebanyak 5%, dan karyawan sebanyak 25%. Dari hasil ini maka dapat dilihat bahwa sebagian besar nasabah dari Bank Adam berprofesi sebagai swasta.

B. Hasil Penelitian

1. Pelayanan yang diberikan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu dalam meningkatkan *Customer Delight*

Untuk mengukur kesuksesan manajemen pelayanan, maka ada dua unsur yang harus ditentukan terlebih dahulu, yaitu keterlibatan karyawan dan prosedur pelayanan. Faktor karyawan dalam hal pelayanan dapat dilihat dari informasi yang dimiliki karyawan, keahlian yang dimilikinya, kompensasi yang diterima sebagai faktor penguat motivasi dan kekuatan sinergi yang perlu

dilakukan. Sebagai upaya untuk meningkatkan penguasaan informasi dan keahlian dalam kaitannya dengan kegiatan pelayanan.

Memberikan "*Service Excellent*" kepada nasabah, baik pada saat meminta informasi sebelum jadi nasabah, maupun pada saat sudah jadi nasabah. *Service excellent* ini wajib diberikan kepada nasabah, agar nasabah merasa betah dan dilayani atau terpenuhi keinginannya dan kebutuhannya.

Dalam memberikan pelayanan yang prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan pelanggan, pihak perbankan dapat berpedoman pada beberapa variabel pelayanan prima sebagai berikut: kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*) dan tanggung jawab (*accounttability*). Salah satu bentuk perhatian (*attention*) PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu terhadap nasabah. Ketentuan untuk menjadi nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu adalah nasabah perorangan yang memiliki total portofolio minimal sebesar Rp 500.000,- berupa simpanan (tabungan, giro, dan deposito), produk investasi, dan *bancassurance*, serta kriteria lainnya yang telah ditentukan oleh PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu. Adapun pelayanan dalam meningkatkan *customer delight* adalah sebagai berikut:

Adapun tanggapan informan mengenai pelayanan pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah kepada nasabah adalah sebagai berikut:

“Penyampaian produk BNI Syariah harus jelas agar nasabah mengerti mengenai produk yang ada, sehingga menumbuhkan daya tarik dan menumbuhkan rasa ingin tahu nasabah”.⁴⁹

“Pelayanan yang diberikan *Customer Service* di BNI Syariah masih kurang, seperti memberikan penjelasan yang belum terperinci. Sikap dan tata krama dalam menghadapi nasabah memang sudah sopan dan santun seperti memberikan salam pada saat nasabah memasuki ruangan”.⁵⁰

“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* dan memberikan info kepada masyarakat baik yang sudah menjadi nasabah maupun yang belum menjadi nasabah”.⁵¹

“Menjadi pendengar yang baik pada saat nasabah mengemukakan keluhan, dan memberikan solusi atau jalan keluar dari keluhannya itu. Tetapi sabar dan ramah, pada saat nasabah merasa kurang puas dengan informasi yang diberikan”.⁵²

“Bersikap Empati, peduli dengan apa yang terjadi dengan nasabah, misalnya pada saat nasabah dapat musibah, kita memberikan dukungan moral dengan motivasi dan do'a”.⁵³

“Sikap dan penjelasan yang diberikan oleh karyawan bank cukup membantu, ramah dan tidak sombong dan tidak memandang kelas sosial nasabah”.⁵⁴

⁴⁹ Dedi Kurniawan, *Staff Umum dan Personalia*, Wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019.

⁵⁰ Basirin, *Petani*, Wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019.

⁵¹ Inca Yoan Resmita, *Customer Service*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019.

⁵² Linda Oktaria, *Manajer Operasional*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019.

⁵³ Inca Yoan Resmita, *Customer Service*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

“Memberikan penjelasan yang menarik guna menarik minat nasabah, seperti memberikan penjelasan mengenai kelebihan-kelebihan produk, sehingga membuat nasabah lebih antusias untuk mendengarkan penjelasan yang diberikan”.⁵⁵

“Produk yang banyak diminati nasabah adalah produk tabungan yang menguntungkan, seperti tabungan yang ada bonus-bonusnya”.⁵⁶

“Tidak semua jenis simpanan diminati oleh nasabah, sehingga kami berusaha untuk melakukan upaya agar nasabah menjadi lebih tertarik untuk memilih produk yang ditawarkan”.⁵⁷

“Berupaya untuk membuat nasabah merasa mendapatkan keuntungan menggunakan produk pada BRI Syariah, karena produk BPRS Adam memang harus memberikan keuntungan kepada nasabah”.⁵⁸

“Ciptakan sebuah hubungan yang saling menguntungkan, Lakukan *follow up* pasca penjualan, Tawarkan program menarik untuk menjaga loyalitas konsumen walaupun telah melakukan strategi tersebut terkadang masih saja ada nasabah yang tidak bertahan di sini dan ikut dengan orang yang pertama kali menawarkan produk dengan nya karena orang yang menawarkan produk dengannya telah pindah ke kantor lain”.⁵⁹

⁵⁴ Hidayanti, *PNS*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

⁵⁵ Gustian Bayu Pratama, *Teller*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁵⁶ Inca Yoan Resmita, *Customer Service*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁵⁷ Linda Oktaria, *Manajer Operasional*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁵⁸ Dedi Kurniawan, *Staff Umum dan Personalia*, Wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁵⁹ Dodi Susanto, *Security*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

“Melakukan *follow up* serta menawarkan program yang menarik agar pelanggan tertarik dengan produk yang ditawarkan serta menjaga loyalitas konsumen”.⁶⁰

Mengenai standar pelayanan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, maka informan menjelaskan sebagai berikut:

“Langkah awal memberikan pelayanan yang prima terhadap nasabah adalah dengan memberikan sambutan yang hangat/ ikhlas kepada nasabah dengan menggunakan prinsip 5 S (senyum, salam, sapa, sopan dan santun). Penerapan 5 S ini harus dilakukan oleh seluruh elemen yang ada di bank, mulai dari security, *costumer service*, *ao*, *admin* bahkan *office boy* pun harus ikut serta menerapkan prinsip 5 S ini”.⁶¹

“Karyawan Bank Adam harus memberikan yang terbaik kepada nasabah terutama pada pelayanan yang langsung berhubungan dengan nasabah seperti *customer service*, *teller* dan *marketing* dalam memberikan info kepada masyarakat baik yang sudah menjadi nasabah maupun yang belum menjadi nasabah”.⁶²

“Sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip Islam”.⁶³

“Tidak ada bunga yang diambil atau diberikan kepada produk pembiayaan atau tabungan”.⁶⁴

“Sesuai dengan standar ketentuan produk atau layanan yang Islami”.⁶⁵

“Ketentuan pembiayaan bebas bunga”.⁶⁶

“Ketentuan produk-produk investasi bagi hasil”.⁶⁷

⁶⁰ Gustian Bayu Pratama, *Teller*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁶¹ Dodi Susanto, *Security*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁶² Ahmad Wahyudi, *PNS*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

⁶³ Inca Yoan Resmita, *Customer Service*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁶⁴ Linda Oktaria, *Manajer Operasional*, Wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁶⁵ Gustian Bayu Pratama, *Teller*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁶⁶ Muaji, *Swasta*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

⁶⁷ Ratnasari, *Pedagang*, wawancara pada tanggal 25 Oktober 2019

“Nasabah merasa aman dalam bertransaksi”.⁶⁸

“ Pegawai diharuskan bersikap sopan kepada nasabah”.⁶⁹

“Pegawai harus memiliki pengetahuan untuk atas pertanyaan-pertanyaan nasabah”.⁷⁰

“Janji bank kepada nasabah untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu, dilakukan sesuai dengan yang dijanjikan”.⁷¹

“Memberi pelayanan yang terbaik pada pelayanan pertama kali dan seterusnya”.⁷²

“Memberikan pelayanan tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan”.⁷³

“Penataan dan pengaturan ruang selalu diperhatikan oleh bank”.⁷⁴

“Bank memiliki jam kerja yang sesuai bagi semua nasabah”.⁷⁵

“Pegawai mengatakan yang sebenarnya kepada nasabah ketika melayani”.⁷⁶

⁶⁸ Dedi Kurniawan, *Staff Umum dan personalia*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁶⁹ Linda Oktaria, *Manajer Operasional*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁷⁰ Lusi, *Mahasiswa*, wawancara pada tanggal 25 oktober 2019

⁷¹ Iriandi, *Pedagang*, wawancara dilakukan pada tanggal 25 Oktober 2019

⁷² Yanto, *Mahasiswa*, wawancara dilakukan pada tanggal 25 Oktober 2019

⁷³ Yosiandi, *Ibu Rumah Tangga*, wawancara dilakukan pada tanggal 25 Oktober 2019

⁷⁴ Dodi Susanto, *Security*, wawancara dilakukan pada tanggal 23 Oktober 2019

⁷⁵ Katarina, *Ibu Rumah tangga*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

⁷⁶ Devi Yanti, *Mahasiswa*, wawancara pada tanggal 25 Oktober 2019

“Pegawai bank memberikan pelayanan secara cepat kepada nasabah”.⁷⁷

“Pegawai tidak pernah kerepotan dalam menanggapi permintaan nasabah”.⁷⁸

“Standar mutu pelayanan bank syariah sama halnya dengan standar kualitas yang dimiliki oleh bank syariah. Dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, bank syariah memiliki standar mutu pelayanan tersendiri yaitu: *service excellence*”.⁷⁹

“Keberhasilan bank dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah ditentukan oleh perilaku dan karakter petugas bank”.⁸⁰

Adapun pelayanan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sudah sesuai dengan keinginan dan harapan, maka jawaban dari informan sebagai berikut:

“Sudah sesuai karena sejauh ini karyawan membuat agar nasabah merasa nyaman dengan pelayanan BNI Syariah Cabang Bengkulu dengan memberikan pelayanan yang ramah, apapun keluhan dan juga complain dari nasabah didengarkan dan di berikan solusi. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah tetap diutamakan, karena sebagai karyawan BNI Syariah dituntut untuk memberikan pelayanan sepenuh hati agar nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan. Selain itu memberikan solusi untuk complain-komplain yang diberikan nasabah”.⁸¹

“Sudah sesuai karena karyawan sudah menjadi pendengar yang baik pada saat nasabah mengemukakan keluhan, dan memberikan solusi atau jalan keluar dari keluhannya itu. Tetapi sabar dan

⁷⁷ Reka Mawar, *Ibu Rumah Tangga*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

⁷⁸ Verdianto, *Petani*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

⁷⁹ Dedi Kurniawan, *Staff umum dan Personalia*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁸⁰ Linda Oktaria, *Manajer Operasional*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁸¹ Davit Maulana, *Swasta*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

ramah, pada saat nasabah merasa kurang puas dengan informasi yang diberikan. Bersikap Empati, peduli dengan apa yang terjadi dengan nasabah, misalnya pada saat nasabah dapat musibah, kita memberikan dukungan moral dengan motivasi dan do'a".⁸²

"Untuk pelayanan yang diberikan harus cepat, waktu pelayanan tidak terlalu lama".⁸³

"Bagi kami disini pelayanan harus tepat, dilayani sesuai dengan keinginan nasabah".⁸⁴

"Pelayanan yang diberikan harus cermat, jangan ada yang menyimpang dari prosedur yang berlaku".⁸⁵

"Cekatan, petugas harus cepat tanggap dalam pelayanan, teliti, dapat melaksanakan tahapan-tahapan pekerjaan tanpa kesalahan".⁸⁶

"Pelayanan harus sesuai dengan aturan yang berlaku, ramah, dalam pelayanan".⁸⁷

"Sopan, jangan tinggi hati atau sombong, simpatik, pelayanan yang menarik hati dan menyenangkan".⁸⁸

⁸² Lusi, *Mahasiswa*, Wawancara pada tanggal 25 Oktober 2019

⁸³ Gustian Bayu Pratama, *Teller*, Wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁸⁴ Inca Yoan Resmita, *Customer Service*, Wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁸⁵ Ahmad Wahyudi, *PNS*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

⁸⁶ Hidayanti, *PNS*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

⁸⁷ Basiri, *Petani*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

⁸⁸ Julius, *Mahasiswa*, wawancara pada tanggal 25 Oktober 2019

“Mengalah, jangan berdebat dengan nasabah, Fleksibel, menyesuaikan dengan perilaku dan keinginan nasabah”.⁸⁹

“Dilakukan dengan penuh perhatian, mengetahui keinginan dan penolakannya untuk pelayanan yang diberikan”⁹⁰

Mengenai *Customer Delight* Pada Pelayanan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu, maka jawaban dari informan sebagai berikut:

“Selalu memberikan layanan yang terbaik untuk nasabahnya. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan nasabah dan menjaga pelayanan sebagaimana karyawan dididik oleh pihak”⁹¹

“Nasabah merasa puas karena pegawai tersenyum kepadanya”⁹²

“Suka tersenyum dan suka menyapa dengan ramah”⁹³

“Dengan adanya komunikasi yang baik maka namanya saat komunikasi itu ada tentu nasabah merasa puas.”⁹⁴

“Didengar dengan baik saat nasabah menyampaikan kesulitannya”⁹⁵

⁸⁹ Dedi Kurniawan, *Staff Umum dan Personalia*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁹⁰ Inca Yoan Resmita, *Customer Service*, Wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁹¹ Dodi Susanto, *Security*, wawancara dilakukan pada tanggal 23 Oktober 2019

⁹² Lusi, *Mahasiswa*, Wawancara pada tanggal 25 Oktober 2019

⁹³ Katarina, *Ibu Rumah tangga*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

⁹⁴ Yosiandi, *Ibu Rumah Tangga*, wawancara dilakukan pada tanggal 25 Oktober 2019

⁹⁵ Verdianto, *Petani*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

“Nasabah ingin benar-benar dipahami, biar nasabah merasa puas”⁹⁶

“Penjelasan/jalan keluar sesuai keinginannya maka dari itu mereka akan merasa puas.”⁹⁷

“Tentu saja sudah merasa puas karena karyawan fokus dan tidak membagi perhatiannya dengan hal-hal lain”⁹⁸

“Cepat, tanggap, dan akurat”⁹⁹

“Ucapan terimakasih dan kesan akhir yang manis”¹⁰⁰

Karyawan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu sudah baik dalam pelayanan mendengarkan keluhan dan masalah dari nasabah seperti yang dikatakan oleh informan berikut:

“Komunikasi itu penting, semua informasi tersampaikan melalui komunikasi. Kami selalu menjaga komunikasi yang baik dengan nasabah, seperti *marketing* mengunjungi tempat usaha nasabah, sehingga komunikasi tetap terjalin dengan baik”¹⁰¹

“Manajer dan petugas bank harus memiliki kemampuan ketrampilan tentang aspek- aspek bisnis perbankan. Khususnya petugas yang bertugas melayani nasabah, menguasai manfaat

⁹⁶ Ratnasari, *Pedagang*, wawancara pada tanggal 25 Oktober 2019

⁹⁷ Gustian Bayu Pratama, *Teller*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

⁹⁸ Hidayanti, *PNS*, wawancara pada tanggal 24 Oktober

⁹⁹ Yanto, *Mahasiswa*, wawancara dilakukan pada tanggal 25 Oktober 2019

¹⁰⁰ Julius, *Mahasiswa*, wawancara pada tanggal 25 Oktober 2019

¹⁰¹ Dedi Kurniawan, *Staff Umum dan Personalia*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

produk, mampu membuat nasabah mengerti dan tertarik untuk membelinya”¹⁰²

“Untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah, disamping faktor manusiannya hendaklah harus didukung oleh sarana fiksi tertentu dan segala perlengkapannya”¹⁰³

“Petugas bank harus mau dan melayani dengan tanggap dan cepat tanpa iming-iming tertentu. Karyawan harus tanggap menghadapi keadaan atau keluhan nasabah, mempunyai kepedulian atas kesulitan nasabah. Cepat artinya melayani nasabah dalam waktu yang singkat, tidak bertele-tele. Misalkan nasabah yang kelihatan kesulitan dalam menulis slip transaksi, maka petugas bank harus tanggap untuk membantunya”¹⁰⁴

“Dalam memberikan penjelasan dapat dimengerti oleh nasabah, berbicara yang jelas, lugas, mudah dipahami dan menyenangkan nasabah”¹⁰⁵

“Perilaku simpatik yang harus ditunjukkan oleh petugas bank antara lain, tidak saling menyalahkan nasabah tidak suka berdebat, tidak cepat jenggel atau emosi dan memperhatikan air muka yang jernih dan tidak suka bicara kasar. Petugas bank harus mempunyai tutur kata yang santun, sekalipun nasabah yang dihadapi adalah nasabah yang terlalu banyak permintaan atau terlalu banyak bertanya”¹⁰⁶

“Perilaku karyawan dengan sopan santunnya dalam berbicara dan dapat dipercaya ucapannya. Sedikit kepercayaan adalah modal utama dalam menciptakan kepuasan nasabah. Cara berpakaian

¹⁰² Davit Maulana, *Swasta*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

¹⁰³ Ratnasari, *Pedagang*, wawancara pada tanggal 25 Oktober 2019

¹⁰⁴ Dodi Susanto, *Security*, wawancara dilakukan pada tanggal 23 Oktober 2019

¹⁰⁵ Inca Yoan Resmita, *Customer Service*, Wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

¹⁰⁶ Muaji, *Swasta*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

adalah salah satu aspek penampilan yang dapat menimbulkan kepercayaan dari nasabah”¹⁰⁷

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu sudah melakukan perbaikan dan perubahan dalam pelayanannya, sesuai dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“Melakukan inovasi akan produk yang disajikan pada nasabah sehingga adanya perubahan-perubahan yang membuat nasabah tertarik untuk menjadi nasabah dari produk-produk yang ada. Inovasi-inovasi yang ada dilakukan untuk menarik perhatian nasabah agar tetap setia menggunakan produk-produk yang ada di BRI Syariah”

“Inovasi produk sangat penting karena persaingan antar bank sudah memanas dan pasar perbankan dipenuhi produk-produk yang hampir homogen.”

“Produk-produk bank syariah harus bisa memenuhi kebutuhan masyarakat Sebagai industri yang pada tahap pertumbuhan, bank syariah harus banyak berinovasi, terus menerus. Secara garis besar, inovasi produk dipengaruhi perubahan selera pasar, kemajuan teknologi dan kondisi ekonomi”¹⁰⁸

“Iya setiap adanya produk baru pastinya banyak pertimbangan yang dikaji terlebih dahulu baik itu untuk BRPS Adam maupun untuk masyarakat itu sendiri”¹⁰⁹

“Bukan hanya BPRS Adam yang menjadi pertimbangannya tetapi juga pangsa pasar. Kalau di pasaran masyarakat memang produk tersebut banyak kurangnya maka ada inovasi yang membuat agar

¹⁰⁷ Gustian Bayu Pratama, *Teller*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

¹⁰⁸ Linda Oktaria, *Manajer Operasional*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

¹⁰⁹ Dedi Kurniawan, *Staff Umum dan Personalia*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

masyarakat lebih tertarik tentunya membuat masyarakat lebih untung”¹¹⁰

“Pada dasarnya suatu inovasi produk tentunya lebih baik lagi dari produk yang sudah ada, maka keuntungan yang diberikan harus lebih daripada produk sebelumnya dan juga harus membuat masyarakat lebih memilih produk tersebut”

“Sebenarnya produknya ya itu-itu juga tapi diinovasikan, dibuat dalam kemasan yang lebih menarik, dibuat dalam kondisi yang lebih bagus tapi kalau untuk kemiripan tentu saja ada mirip dengan produk sebelumnya”¹¹¹

“Kemiripan ada, hanya dibuat berbeda saja dan dibuat lebih menguntungkan dari yang sebelumnya baik itu untuk menarik minat masyarakat dan juga bagi keuntungan bank sendiri”

“Harus mampu menunjukkan keunggulan kalau mau maju karena kalau sama saja dan tidak ada keunggulan percuma saja dan dianggap tidak ada inovasi. Inovasi itu kan perubahan ke yang baru jadi harus berubah menjadi lebih baik dan lebih memiliki daya saing lagi.”¹¹²

“Kita disini menginovasikan produk karena sudah melihat bagaimana keinginan masyarakat dan condongnya kemana, Kita ikuti ketertarikan dan keinginan masyarakat itu seperti apa”¹¹³

¹¹⁰ Linda Oktaria, *Manajer Operasional*, Wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

¹¹¹ Gustian Bayu Pratama, *Teller*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

¹¹² Dedi Kurniawan, *Staff Umum dan Personalia*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

¹¹³ Gustian Bayu Pratama, *Teller*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

“Iya menurut saya produknya semakin berkembang saja. Dulu nya hanya keuntungan tidak terlalu besar, tapi sekarang keuntungan sudah besar.”¹¹⁴

“Iya mungkin karena BPRS Adam ingin agar nasabahnya lebih banyak lagi sehingga mereka menawarkan produk yang lebih baik lagi dan menawarkan keuntungan”

“Bagi saya sebenarnya produknya itu sama, hanya saja yang beda itu aturannya saja. Misanya untuk roduk pembiayaan, mungkin beda di akadnya. Mereka mencari akad yang lebig membuat nasabah tertarik”

Ruang tunggu di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu membuat Bapak/Ibu nyaman, berikut keterangan dari informan:

“Mengenai ruang tunggu yang ada itu memang masih sempit, tetapi walaupun sempit tempat duduknya nyaman”¹¹⁵

“Pencahayaannya yang ada di ruang tunggu dan juga ruang kerja sudah cukup. Memang tidak terlalu terang karena karyawan bekerja disiang hari, pencahayaan dari sinar matahari juga sudah ada

¹¹⁴ Reka Mawar, *Ibu Rumah Tangga*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

¹¹⁵ Reka Mawar, *Ibu Rumah Tangga*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

cuman kalau tidak ditambah lampu memang cahaya kurang yang masuk”¹¹⁶

“Mengenai pencahayaan yang ada di ruang tunggu dan juga ruang kerja sudah cukup.”¹¹⁷

“Sudah cukup untuk pencahayaan yang ada di ruang tunggu. Tidak terlalu gelap dan juga tidak terlalu terang.”¹¹⁸

“Adapun kursi yang ada di ruang tunggu masih kurang karena ketika peneliti melakukan penelitian.”

“Tempat duduk yang ada di ruang tunggu sudah cukup karena nasabah BRIS tidak sebanyak nasabah di BRI konvensional dan nasabah masih nyaman untuk duduk walaupun berdempetan karena memang tempatnya nyaman.”¹¹⁹

“Konsep ruang tunggu yang diterapkan oleh BPRS Adam adalah sentuhan baik secara fisik maupun psikologis yang bisa memberikan kemenangan bagi nasabah terhadap layanan yang didapatkan nasabah selama berinteraksi dengan perusahaan.”¹²⁰

¹¹⁶Dedi Kurniawan, *Staff Umum dan Personalia*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

¹¹⁷Lusi, *Mahasiswa*, wawancara pada tanggal 25 oktober 2019

¹¹⁸Reka Mawar, *Ibu Rumah Tangga*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

¹¹⁹Muaji, *Swasta*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

¹²⁰Basirin, *Petani*, Wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019.

“Masih ada nasabah yang berdiri dan tidak kebagian tempat duduk karena kondisi nasabah yang sedang ramai.”¹²¹

“Penerangan tidak hanya dari lampu saja tetapi dari cahaya matahari dari luar juga masuk ke ruang tunggu.”¹²²

“Pencahayaannya dari sinar matahari juga sudah ada cuman kalau tidak ditambah lampu memang cahaya kurang yang masuk.”¹²³

“Ada sofa tempat duduk dan karena memang kadang antri tidak terlalu panjang makanya ruang tunggu tidak terlalu luas.”¹²⁴

“Memang tidak terlalu terang karena karyawan bekerja disiang hari.”¹²⁵

Menurut informan, apakah pelayanan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu sudah baik dan sesuai dengan syariat Islam, berikut adalah keterangan dari informan:

“Karena kami memang bank syariah, memang harus sesuai dengan syariah Islam, kan ada pengawasan terus dari DPS kalau-kalau ada hal yang tidak sesuai maka diluruskan dan jangan sampai terjadi.”¹²⁶

“Iya sudah sesuai dengan manajemen Islam karena kita sendiri merupakan perbankan syariah yang tentunya berbasis Islam”.¹²⁷

¹²¹ Devi Yanti, Mahasiswa, wawancara pada tanggal 25 Oktober 2019

¹²² Muaji, *Swasta*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

¹²³ Ahmad Wahyudi, PNS, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

¹²⁴ Lusi, *Mahasiswa*, wawancara pada tanggal 25 oktober 2019

¹²⁵ Dodi Susanto, Security, wawancara dilakukan pada tanggal 23 Oktober 2019

¹²⁶ Inca Yoan Resmita, Customer Service, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

“Tentu saja ada basis Islam karena semua perbankan syariah proses manajemennya adalah Islam termasuk juga bank kami ini”¹²⁸

“Segala sesuatu langkah yang diambil dalam menjalankan manajemen tersebut harus berdasarkan aturan-aturan Allah. Aturan-aturan itu tertuang dalam Al-Qur’an, hadist.”¹²⁹

“Manajemen yang baik tidak hanya diukur dari seberapa efektifnya pekerjaan dilakukan, akan tetapi juga diukur dari seberapa efisien pekerjaan itu dapat dilakukan”¹³⁰

“Manajemen sumber daya manusia basis Islam diarahkan pada perilaku yang diupayakan menjadi amal shaleh yang bernilai abadi”¹³¹

“Dari segi modal yang diberikan investor diterapkannya sistem bagi hasil. Kemudian pengelolaan manajer kepada karyawannya diberikan kegiatan-kegiatan pendukung yang bersifat religius, seperti yang sudah diterapkan didalamnya kegiatan pengajian rutin seminggu sekali, wisata rohani, dan ngaji Iqra dan Al-Quran”¹³²

2. *Customer Delight* PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Adam Bengkulu sudah sesuai dengan standar

a. Kesesuaian Harapan

¹²⁷ Inca Yoan Resmita, Customer Service, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

¹²⁸ Dedi Kurniawan, *Staff Umum dan Personalia*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

¹²⁹ Julius, *Mahasiswa*, wawancara pada tanggal 25 Oktober 2019

¹³⁰ Dedi Kurniawan, *Staff Umum dan Personalia*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

¹³¹ Dodi Susanto, *Security*, wawancara dilakukan pada tanggal 23 Oktober 2019

¹³² Dedi Kurniawan, *Staff Umum dan Personalia*, wawancara pada tanggal 23 Oktober 2019

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah PT. BPRS Adam mengenai produk sesuai dengan penjelasan atau tidak, maka informan menjawab bahwa:

“Apa yang ada pada brosur dengan apa yang tersedia. Semua komponen yang tertulis juga sudah sesuai dengan produknya”¹³³

“Sudah tiga produk yang saya gunakan dan apa yang ada pada penjelasan dari pihak bank Sesuai engan fakta yang ada. Misal produknya tidak menggunakan administrasi dan itu memang benar seperti itu”¹³⁴

b. Minat Berkunjung Kembali

Peneliti menanyakan kepada informan bahwa apakah akan selalu menggunakan produk pada BPRS Adam Bengkulu maka informan menjawab:

“Dilihat juga, kalau masih tetap konsisten seperti ini saya akan tetap menggunakan produk pada BPRS Adam ini”¹³⁵

“Selagi standarnya masih seperti ini, saya akan tetap menggunakan produk BPRS Adam dan tetap akan kesini”¹³⁶

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengenai apakah nasabah akan tetap memilih BPRS Adam, maka informan penelitian menjawab sebagai berikut:

¹³³ Muaji, *Swasta*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

¹³⁴ Lusi, *Mahasiswa*, wawancara pada tanggal 25 oktober 2019

¹³⁵ Basirin, *Petani*, Wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

¹³⁶ Muaji, *Swasta*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

“Sebenarnya banyak produk yang saya sukai di BPRS Adam. Inshaallah tetap memilih bank ini karena bernuansa syariah juga”¹³⁷

c. Kesiediaan Merekomendasikan

Nasabah juga akan berbagi pengalaman ketika menggunakan produk pada BPRS Adam dan juga akan mempromosikan BPRS Adam kepada saudara.

“Jelas, karena apa yang menjadi pengalaman kita sebaiknya disampaikan dengan orang terdekat agar mereka juga tidak ikut ketika kita mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan”¹³⁸

“Sekecil apapun pengalaman kita sangat berharga bagi orang terdekat dan berbagi informasi itu sangat penting”¹³⁹

C. Pembahasan

Pelayanan yang diberikan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu dalam meningkatkan *Customer Delight* maka yang dilakukan pihak BPRS adalah karyawan harus memberikan yang terbaik kepada nasabah terutama pada pelayanan yang langsung berhubungan dengan nasabah seperti *customer service*, *teller* dan *marketing* dalam memberikan info kepada masyarakat baik yang sudah menjadi nasabah maupun yang belum menjadi nasabah

¹³⁷ Lusi, *Mahasiswa*, wawancara pada tanggal 25 oktober 2019

¹³⁸ Muaji, *Swasta*, wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

¹³⁹ Lusi, *Mahasiswa*, wawancara pada tanggal 25 oktober 2019

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Berdirinya PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu adalah bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional, yaitu meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Bank syaria'ah merupakan badan usaha di bidang muamalah yang melayani produk perbankan seperti halnya bank Islam yang lain. Jika berbicara terkait badan usaha tentu ada kerangka yang terstruktur didalamnya demi kelangsungan atau keselarasan usaha tersebut. Di bank syaria'ah juga sama dengan bank-bank konvensional dimana terdapat bank, petugas bank dan nasabah bank. Yang masing-masing memiliki hak dan kewajiban masing-masing.

Langkah awal PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu dalam memberikan pelayanan yang prima terhadap nasabah agar terwujud *customer delight* adalah dengan memberikan sambutan yang hangat/ ikhlas kepada nasabah dengan menggunakan prinsip 5 S (senyum, salam, sapa, sopan dan santun). Penerapan 5 S ini harus dilakukan oleh seluruh elemen yang ada di bank, mulai dari security, *costumer service*, *ao*, *admin* bahkan *office boy* pun harus ikut serta menerapkan prinsip 5 S.

Ada hal-hal yang dapat menjadi faktor penunjang kemajuan BPRS Adam dengan menjadikan kesenangan atau kenyamanan nasabah menjadi prioritas. Sehingga dari pihak bank harus tahu terkait layanan dan kualitas pelayanan yang dapat diberikan pengelola bank terhadap nasabah. Kepuasan

nasabah dapat menjadi tolak ukur kesuksesan kinerja perbankan. Kualitas pelayanan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu dapat menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan daripada nasabah. Dalam hal ini tentu dari pihak bank memberikan pelayanan yang sangat dibutuhkan oleh nasabah. Seperti halnya, kerahaman, kenyamanan dan keamanan tempat dan suasana dan juga kesopanan. Dengan memfokuskan hal ini, tentu dapat mengantarkan kepada tujuan daripada kegiatan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu dengan maksimal yakni sampai dalam optimalisasi nasabah .

Saat ini, perbankan syariah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya bank umum yang mulai beralih menjadi bank syariah atau membuka unit usaha syariah. Melihat persaingan yang semakin ketat, bank-bank syariah dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang jitu, agar dapat bersaing dengan lainnya. Dalam melakukan strategi pemasaran, perusahaan atau perbankan tidak terlepas dari bauran pemasaran atau *marketing mix* yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*).

Menghadapi persaingan yang begitu ketat, salah satu dari keempat bauran pemasaran tersebut yang harus dijalankan oleh bank syariah adalah strategi pelayanan yang dilakukan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu. Pelayanan adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarluaskan informasi, mempengaruhi,

membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan.

Dalam strategi pelayanan, untuk meningkatkan *customer delight* nasabah, tidak cukup hanya dengan satu bauran promosi saja tetapi harus diberikan pelayanan yang baik. Karena antara pelayanan yang satu dengan yang lainnya itu saling berkaitan dengan yang lainnya. Iklan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi merupakan alat yang perlu digunakan untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan *customer delight* nasabah.

Sarana dan prasarana atau premises PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu, apabila dipersiapkan dengan baik ibarat buku maka covernya langsung kelihatan cantik dan menarik sehingga mampu membuat pelanggan atau calon pelanggan datang dan menikmatinya selama transaksi terjadi. Kantor Cabang yang berdiri megah, bersih dengan papan nama yang jelas, cat tembok yang mengesankan kesejukan mata serta ruang tunggu yang nyaman karena AC nya berfungsi bagus, akan mengundang orang untuk bersedia datang bertransaksi. Dibandingkan dengan kantor atau gedung yang tidak terawat dan peralatan yang berkesan lama sehingga orang terpengaruh untuk malas berkunjung yang artinya juga malas bertransaksi.

Pengalaman yang telah di alami oleh nasabah ketika menggunakan produk yang ada pada PT. BPRS Adam telah membuat nasabah merasa puas jika pengalaman yang mereka alami adalah pengalaman yang baik, misalnya pengalaman pada acara, nasabah pernah mengikuti acara yang

diselenggarakan oleh pihak BPRS dan mereka merasa tertarik untuk melakukan pembiayaan *murabahah* dan juga pengalaman nasabah dengan lingkungan BPRS Adam yang sopan dalam memberikan pelayanan karena berada pada lingkungan bernuansa Islami.

Penelitian ini membuktikan bahwa BPRS Adam selalu memberikan hal yang berbeda dari BPRS lainnya, sehingga pelanggan akan mendapatkan pengalaman positif dan secara otomatis mereka akan menceritakan kepada masyarakat sekitar tentang pengalaman yang didapat selama di BPRS Adam. Sesuai dengan yang dinyatakan oleh Venkat bahwa pengalaman positif yang didapat terhadap perusahaan tertentu, maka mereka akan sukarela menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain.

Pelanggan yang telah mengunjungi dan melakukan aktivitas di BPRS Adam akan mendapatkan pengalaman menarik seperti yang dijelaskan sebelumnya, saat mendapatkan sesuatu yang melebihi harapan pelanggan saat itulah pelanggan mendapatkan *customer delight*. Sesuai dengan teori Kotler dan Keller *customer delight* adalah perasaan senang atau kecewa yang ditimbulkan karena membandingkan kinerja produk dengan keinginan yang diharapkan. Jika kinerja produk lebih rendah dengan yang diharapkan maka seorang pelanggan akan merasa kecewa. Tetapi jika kinerja produk yang diberikan melebihi atau sama dengan yang diharapkan maka pelanggan tersebut akan timbul rasa kepuasan pada pelanggan.¹⁴⁰ Dengan adanya tujuan pelayanan *customer delight* dan keandalan dalam *customer delight* adalah

¹⁴⁰Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan ..., h. 45

untuk mempertahankan kemampuan system, selagi mengendalikan biaya. Strategi pelayanan *customer delight* dan Keandalan yang baik membutuhkan keterlibatan karyawan dan prosedur yang baik.

Hal lainnya yang mendukung *customer delight* dan termasuk pada ranah pelayanan adalah kondisi lingkungan fisik. Kondisi fisik dari lingkungan kerja di sekitar karyawan sangat perlu diperhatikan oleh pihak badan usaha, sebab hal tersebut merupakan salah satu cara yang dapat ditempuh untuk menjamin agar karyawan dapat melaksanakan tugas tanpa mengalami gangguan. Memperhatikan kondisi fisik dari lingkungan kerja karyawan dalam hal ini berarti berusaha menciptakan kondisi lingkungan kerja yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para karyawan sebagai pelaksanaan kerja pada tempat kerja tersebut. Kondisi fisik dari lingkungan kerja faktor yang lebih nyata dari faktor-faktor yang lainnya dapat mempengaruhi perilaku para pekerja adalah kondisi fisik, dimana yang termasuk didalamnya adalah tingkat pencahayaan, suhu udara, tingkat kebisingan, jumlah dan macam-macam radiasi udara yang berasal dari zat kimia dan polusi-polusi, cirri-ciri estetis seperti warna dinding dan lantai dan tingkat ada (atau tidaknya) seni didalam bekerja, musik, tumbuh-tumbuhan atau hal-hal yang menghiasi tempat kerja.

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Mengingat, kepuasan adalah keadaan emosional seseorang baik kebahagiaan atau kesedihan. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan

kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat Islam.

Dalam perspektif Islam, yang menjadi tolok ukur dalam menilai *customer delight* pelanggan adalah standar syariah. *Customer delight* nasabah dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima, sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat *customer delight* yang dirasakan oleh konsumen. Sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan perspektif ekonomi Islam yang terdiri dari:

1. Sifat Jujur

Karyawan pada BPRS Adam dapat menempatkan dirinya masing-masing pada posisi yang benar. Jika hal itu dapat dipahami bersama, maka yang dinamakan keseimbangan dan keharmonisan akan tercipta perilaku jujur dan tidak jujur tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Tidak adanya korupsi, penyalahgunaan kekuasaan, hak cipta merupakan implementasi dari sebagian perilaku ketidakjujuran yang dilakukan karyawan BPRS Adam Bengkulu. Karyawan harus memiliki sifat jujur agar nasabah dan perusahaan merasa senang dan nyaman dengan karyawan yang bersifat jujur. Sebuah perusahaan harus

menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut.

2. Sifat Amanah

Karyawan BPRS Adam Bengkulu memiliki sifat amanah kaena mereka tidak dibenarkan melakukan keseimbangan yang curang dan tidak juga berhak. Serta merupakan mengambil hak orang lain dengan jalan bathil. Sesuai dengan firman Allah dalam surat *an-Nisa'* ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil” kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Karyawan BPRS Adam Bengkulu memiliki sifat amanah, agar nasabah merasa percaya dengan karyawan dan juga perusahaan. Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah "menjual dengan amanah", artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan

uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

3. Benar

Karyawan PRS Adam transparansi dalam memberikan pelayanan kepada pembeli sangat ditekankan agar tidak terjadi atau berpeluang terjadi perselisihan dan persengketaan kepada sesama karyawan dan nasabah. Prilaku berbisnis terjadi antara penjual dengan penjual, atau jika ingin lebih luas lagi antara pihak bank dengan nasabah agar pihak nasabah merasa puas. Karyawan harus memiliki sifat yang benar agar perusahaan dapat mempercayai karyawan dan nasabah yakin dengan perusahaan tersebut. Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas Nama Allah. Dalam hadits *mutafaq'alaih* dari hakim bin Hazm yang artinya: "Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu.

Menurut pandangan Islam terhadap *Customer delight* dalam memenuhi kebutuhannya cenderung untuk memilih barang dan jasa yang

memberikan *mashlahah* maksimum. Kecenderungan memilih ditentukan oleh kebutuhan dan keinginan. Bila yang diinginkan itu suatu kebutuhan maka akan menghasilkan manfaat dan kepuasan, namun jika pemilihan barang didasarkan atas kebutuhan semata tanpa keinginan akan mendapatkan manfaat saja. Sedangkan kandungan *mashlahah* adalah manfaat dan berkah.

Kecenderungan tersebut juga dipengaruhi oleh informasi dari Allah dan keyakinan pembalasan akhirat. Dari analisa tersebut dapat ditarik suatu pengertian bahwa *customer delight* menurut ekonomi Islam berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, maslahat, manfaat, berkah, dan keyakinan dan kehalalan. Sebab dalam Islam kebutuhan makan bukan saja untuk mengenyangkan perut dan menghilangkan lapar semata. Tetapi lebih jauh dari itu, tujuan makan supaya badan sehat, akal berjalan pisik bisa beraktipitas (beribadah).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai:

1. Pelayanan yang diberikan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu dalam meningkatkan *Customer Delight* maka yang dilakukan pihak BPRS adalah karyawan harus memberikan yang terbaik kepada nasabah terutama pada pelayanan yang langsung berhubungan dengan nasabah seperti *customer service*, *teller* dan *marketing* dalam memberikan info kepada masyarakat baik yang sudah menjadi nasabah maupun yang belum menjadi nasabah
2. *Customer Delight* PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu sudah sesuai dengan standar. Berdasarkan hasil penelitian bahwa *customer delight* pada BPRS adam sudah sesuai dengan standar dimana standar *customer delight* terdiri dari kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

B. Saran

Berdasarkan hal yang menjadi perhatian penulis dalam melakukan penelitian di BPRS Adam Bengkulu. Hal ini dapat dijadikan saran guna dapat menunjang perkembangan. Adapun saran dari penulis sebagai berikut.

1. BPRS Adam Bengkulu perlu mengembangkan dan menambahkan strategi agar nasabah yang sudah ada tetap menjadi *customer delight* dan tidak berpindah ke bank lainnya.
2. Pengawasan perlu dilakukan secara aktif, terstruktur dan sistematis agar tidak terjadi perpindahan nasabah apabila marketingnya belum menerapkan strategi yang ada.
3. Untuk nasabah, agar lebih memahami dan juga menggunakan produk-produk dari BPRS Adam.
4. Untuk peneliti selanjutnya, semoga skripsi ini bisa menjadi acuan baik dalam referensi ataupun acuan dalam pembuatan skripsi untuk kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. 2014
- Asnaini, dkk. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Teras. 2012.
- Darsono dan Ali Sakti dkk. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. 2017
- Daryanto. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. 2011.
- Dirgantoro, Crown. *Manajemen Strategik: Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: PT Gramedia. 2004
- Departemen Agama RI. *Alquran dan Terjemahannya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro. 2006.
- Durvasula et.al. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2011
- Dwi dan Jatra. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya. 2013.
- Sangadji, Etta Mamang. *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi. 2013.
- Ferdinan. *Metode Penelitian*. Bandung: Yrama Widya. 2006.
- Foster, Bill. *Pembinaan untuk Peningkatan Kinerja Karyawan*. Jakarta: PPM. 2001.
- Handoko, T. Hani. *Manajemen:Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE. 2016
- Hasibuan, Malayu. *Manajemen, Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Toko Gunung Agung. 2006
- Kurniawan, Agung. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaruan. 2005
- Lukman, Sampara. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: STIA LAN Press. 2009
- Ratminto. *Manajemen Pelayana*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2006
- Rivai. *Penilaian Prestasi Kerja Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Ganudra Pustaka Utama. 2004

Sarwono. *Pengukuran Efektivitas Kerja Pegawai*. Yogyakarta: Andi Offset. 2008

Simamora. *Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: BPFE. 2005

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2013

Sofyandi, Herman Dan Garniwa Iwa. *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2014