

SKRIPSI

**PENGARUH KOMITMEN MANAJEMEN PUNCAK DALAM
KUALITAS PELAYANAN BPRS TERHADAP KEPUASAN
NASABAH**

(Studi di BPRS Botani Dramaga Bogor, Jawa Barat)



Oleh :
PITRIA NINGSIH
NIM : 1617.01.012

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM SAHID BOGOR
2020 M/1441 H**



**INSTITUT AGAMA ISLAM SAHID
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul : **Pengaruh Komitmen Manajemen Puncak Dalam Kualitas Pelayanan BPRS Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi di BPR Syariah Botani Dramaga Bogor, Jawa Barat)**
Nama : Pitria Ningsih
NIM : 1617.01.012
Program Studi : Perbankan Syariah

Telah disetujui untuk mengikuti sidang.

Bogor, 22 Agustus 2020

**Menyetujui,
Komisi Pembimbing Skripsi**

Pembimbing I

Tubagus Rifqy Tahtawi, S.H., M.Si
NIP. 19760923-201904130

Pembimbing II

Ermi Suryani, S.H.I, M.A.Hk
NIP : 19870206-201904121

**Mengetahui,
Ketua Program Studi Perbankan Syariah**

Tubagus Rifqy Tahtawi, S.H., M.Si
NIP. 19760923-201904130

**Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



Rully Trihantana, S.Si., M.Si
NIP: 19711129-201903129



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM SAHID BOGOR
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI**

Judul Skripsi : **Pengaruh Komitmen Manajemen Puncak Dalam Kualitas Pelayanan BPRS Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi di BPR Syariah Botani Dramaga Bogor, Jawa Barat)**

Nama : Pitria Ningsih
NIM : 1617.01.012
Program Studi : Perbankan Syariah

Telah diujikan pada tanggal 22 Agustus 2020 dan disahkan sebagai salahsatu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor.

Panitia Sidang,

Ketua

Tubagus Rifqy Tahtawi, S.H., M.Si
NIP. 19760923-201904130

Sekretaris

Ermi Suryani, S.H.I, M.A.Hk
NIP : 19870206-201904121

Penguji 1

Ujang Buchori Muslim, S.Ag., M.E.Sy
NIP: 19740812-201120037

Penguji 2

Hasby Ash Shiddiq, SE., ME., Sy
NIP: 19760923-201904130

Diketahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Rully Trihantana, S.Si., M.Si
NIP: 19711129-201903129

Ketua Prodi Perbankan Syariah

Tubagus Rifqy Tahtawi, S.H., M.Si
NIP. 19760923-201904130

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Komitmen Manajemen Puncak dalam Kualitas Pelayanan BPRS terhadap Kepuasan Nasabah (Studi di BPR Syariah Botani PT BPR Syariah Bina Rahmah)
Nama Praktikan : Pitria Ningsih
NIM : 1617.01.012
Prodi : Perbankan Syariah

Permasalahan yang terjadi pada Bank salah satunya adalah tentang pelayanan, karena pelayanan merupakan salah satu kunci kesuksesan Bisnis. Pertanyaan penelitian ini yaitu : 1) Apakah pelayanan Customer Service, Teller, dan Marketing BPR Syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah ? 2) Apakah komitmen manajemen puncak dalam kualitas pelayanan BPR Syariah Botani berpengaruh terhadap kepuasan nasabah ? Tujuan penelitian ini yaitu: 1) Untuk mengetahui pengaruh pelayanan Customer Service, Teller, dan Marketing BPR Syariah secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. 2) Untuk mengetahui pengaruh komitmen manajemen puncak dalam kualitas pelayanan BPR Syariah Botani terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Teknik sampling yang digunakan adalah Simple Random Sampling. Dalam sebuah penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang terdiri dari para nasabah BPRS Botani dan masyarakat umum. Berdasarkan hasil penelitian ini, membuktikan bahwa nilai adjusted R square sebesar 0,607 (60,7 %). Artinya 60,7 % kepuasan nasabah dipengaruhi oleh ketiga variabel bebas Pelayanan CS, Teller dan Marketing. Sedangkan sisanya 39,3 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model. Dengan demikian hipotesis penelitian yang berbunyi “Ada Pengaruh antara Pelayanan Customer Service, pelayanan Teller, dan pelayanan marketing terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Botani” diterima. Saran untuk BPR Syariah Botani adalah Tingkatkan kembali pelatihan kerja bagi karyawan BPRS khususnya dalam pelayanan. Agar karyawan dapat memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah. Karena salah satu yang bisa meningkatkan kepuasan nasabah dan menarik calon nasabah untuk bertransaksi di Bank yaitu dari sisi pelayanannya. Sedangkan mengenai Kepuasan nasabah, berdasarkan olah data variabel kepuasan nasabah dari 3 variabel mayoritas responden menyatakan setuju dengan nilai rata-rata ± 4 yang artinya nasabah merasa puas.

Kata Kunci : Komitmen Manajemen Puncak, BPR Syariah Botani, Customer Service, Teller, Marketing

KATA PENGANTAR

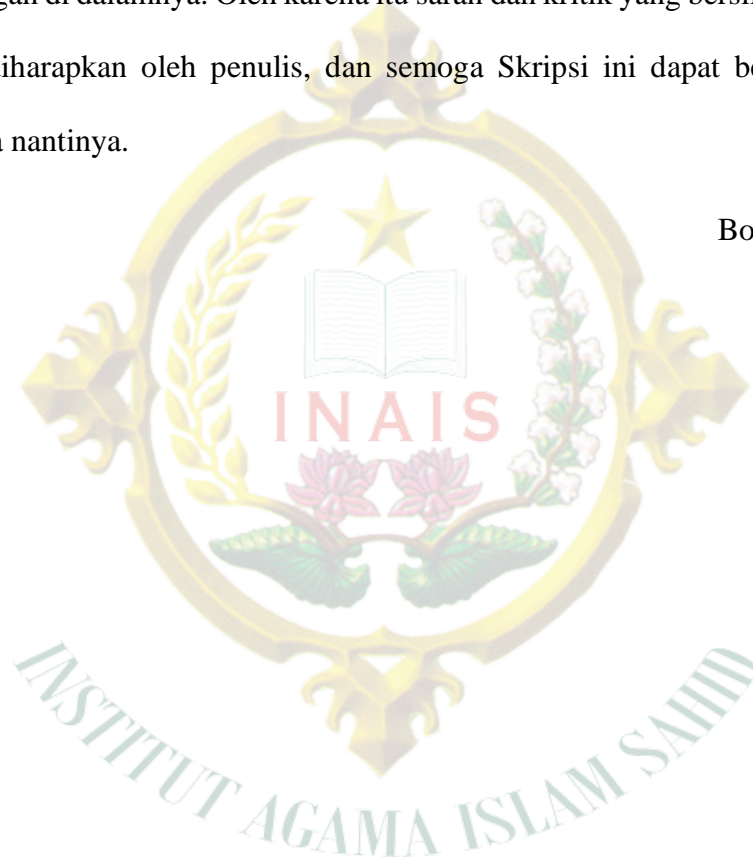
Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan saya ni'mat yang luar biasa dan telah melimpahkan Rahmat dan Hidayahnya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan SKRIPSI. Shalawat serta Salam semoga tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW.

Dalam penyusunan Skripsi ini, saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Skripsi ini. Jadi tentunya selesainya Skripsi ini tidak lepas dari dukungan, semangat dan bimbingan dari semua pihak. Oleh karena itu saya ingin mengucapkan banyak-banyak terimakasih kepada:

1. Ayahanda Ace Khoerudin dan Ibunda Susi Herawati selaku Orang Tua, yang telah mendukung, mengingatkan, memberikan semangat dan mendo'akan dalam segala hal.
2. Bapak Dr. M. Imdadun Rahmat, M.Si selaku Rektor Institut Agama Islam Sahid Bogor.
3. Bapak H. Rully Trihantana, S.Si., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam INAIS Bogor.
4. Bapak Tubagus Rifqy Thantawi, S.H., M.Si selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah sekaligus Dosen Pembimbing I.
5. Ibu Ermi Suryani, S.H.I, MA.HK selaku Dosen Pembimbing II.
6. Semua Karyawan dan Direktur Operasional BPR Syariah Botani PT BPR Syariah Bina Rahmah.

7. Semua teman-teman yang telah membantu menyelesaikan Skripsi.
8. Semua Responden yang telah membantu menjawab kuesioner
9. Keluarga dan tetangga yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan Skripsi ini.

Skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya meskipun tentu masih terdapat kekurangan di dalamnya. Oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis, dan semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca nantinya.



Bogor, Juli 2020

Pitria Ningsih

1617.01.012

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Rumusan Masalah	5
I.3. Pertanyaan Penelitian	5
I.4. Tujuan	6
I.5. Manfaat Penelitian	7
I.6. Hipotesis Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
II.1. Komitmen	9
II.2. Manajemen	10
II.3. Kualitas	11
II.4. Pelayanan.....	13
II.5. BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah)	14

II.6. Komitmen Manajemen Puncak	16
II.7. Kualitas Pelayanan	19
II.8. Kepuasan Nasabah.....	34
II.9. Penelitian Terdahulu.....	38
II.10. Kerangka Berfikir	40
BAB III METODE PENELITIAN	
III.1. Waktu dan Tempat Penelitian	42
III.2. Jenis Penelitian.....	42
III.3. Populasi dan Sampel	43
III.4. Sumber Data Penelitian.....	45
III.5. Tehnik Pengumpulan Data.....	46
III.6. Variabel Penelitian	47
III.7. Indikator Variabel Penelitian	48
III.8. Tehnik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
IV.1. Gambaran Umum BPR Syariah Botani	56
IV.2. Data Identitas Responden	62
IV.3. Deskripsi Jawaban Responden.....	69
IV.4. Analisis Data.....	73
IV.5. Pembahasan	86
BAB V PENUTUP	
V.1. Kesimpulan	90
V.2. Saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN	96



DAFTAR TABEL

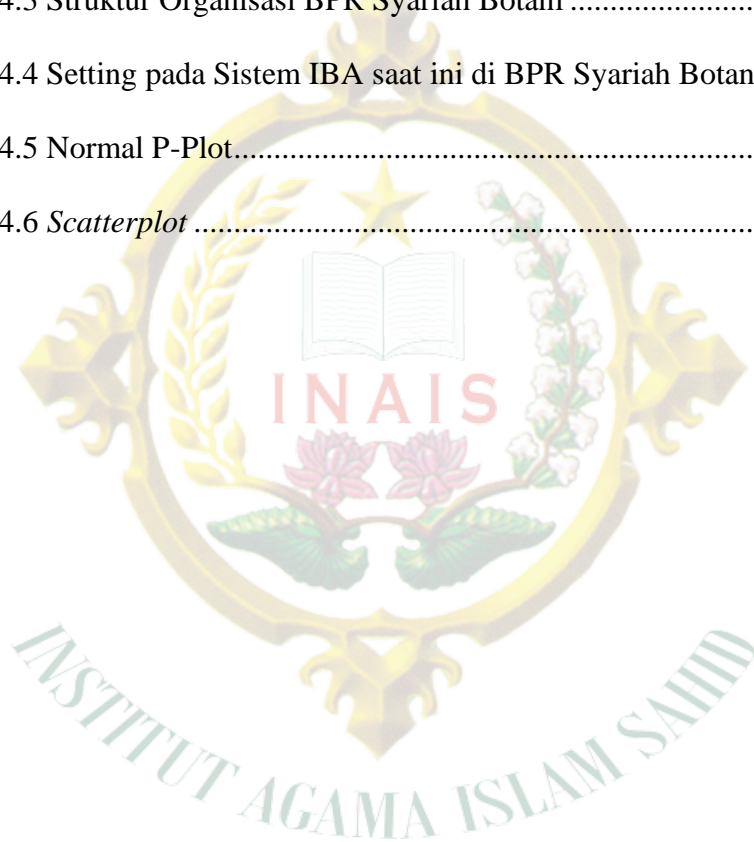
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	49
Tabel 4.1 Persyaratan Pembiayaan di BPR Syariah Botani.....	62
Tabel 4.2 Domisili Tempat Tinggal	63
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden	64
Tabel 4.4 Umur Responden	64
Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir Responden	65
Tabel 4.6 Status Pekerjaan Responden	66
Tabel 4.7 Domisili Tempat Bekerja	66
Tabel 4.8 Responden yang Belum/Sudah Menjadi Nasabah	67
Tabel 4.9 Responden yang Sudah Menjadi Nasabah	68
Tabel 4.10 Lama Menjadi Nasabah	68
Tabel 4.11 Status Responden sebagai Nasabah	69
Tabel 4.12 Deskripsi Jawaban Responden.....	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas.....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 4.16 Hasil Autokorelasi DW	78
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4.18 Analisis Regresi Linier Berganda	81
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (Uji t)	83
Tabel 4.20 Hasil Uji F.....	84

Tabel 4.21 Hasil Koefisien Determinasi85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	40
Gambar 4.1 Jejak langkah BPR Syariah Botani	56
Gambar 4.2 Logo BPR Syariah Botani	57
Gambar 4.3 Struktur Organisasi BPR Syariah Botani	58
Gambar 4.4 Setting pada Sistem IBA saat ini di BPR Syariah Botani	61
Gambar 4.5 Normal P-Plot.....	78
Gambar 4.6 <i>Scatterplot</i>	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian.....	96
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 3 Pertanyaan Wawancara.....	102



BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan Bisnis di Indonesia semakin tinggi, Perusahaan harus selalu memiliki strategi yang berbeda untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain, baik dalam bidang operasional ataupun pelayanan. Setiap perusahaan tentu memiliki struktur organisasi didalamnya, dan dalam kasus ini tentu diperlukan kontribusi dari semua bidang. Strategi perusahaan tidak bisa dirumuskan oleh satu pihak saja, sebuah perusahaan membutuhkan sinergitas yang tinggi antara para karyawan dan atasan-atasan perusahaan agar mereka dapat merumuskan strategi yang terbaik untuk keberlangsungan perusahaan.

Persaingan terjadi disemua bidang usaha, dan salah satunya adalah perbankan. Bank terdiri dari dua jenis, yaitu : Bank Konvensional dan Bank Syariah. Bank Konvensional adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran secara umum berdasarkan prosedur dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Negara. Sedangkan Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Bank adalah lembaga keuangan yang umumnya menghimpun dana dan menyalurkan dana atau biasa disebut sebagai lembaga intermediasi antara yang memiliki dana dan yang tidak memiliki dana. Dalam melakukan kegiatan tersebut tentu saja Bank memiliki strategi yang berbeda-beda agar masyarakat percaya untuk menyimpan dananya di Bank atau

melakukan pembiayaan ke Bank. Salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk bertransaksi di Bank yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Sebagaimana telah diketahui bahwa salah satu kegiatan utama Bank adalah pemberian layanan. Bank sebagai lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan terbaiknya (*service excellent*) untuk dapat memenangkan persaingan dalam situasi yang semakin kompetitif. Untuk menghadapi persaingan perbankan yang semakin ketat tersebut, masing-masing Bank mau tidak mau harus mengembangkan konsep “pelayanan terbaik bagi nasabahnya. Pengembangan ini bertujuan untuk mempertahankan nasabah yang telah ada dan menjangkau nasabah baru yang potensial. (menurut Ikatan Bankir Indonesia : 2014)

Dalam hal ini perbankan juga harus bisa mengatur risiko yang akan dihadapi. Risiko ada dimana-mana, bisa datang kapan saja, dan sulit dihindari. Jika risiko tersebut menimpa suatu organisasi, maka organisasi tersebut bisa mengalami kerugian yang signifikan. Dalam beberapa situasi, risiko tersebut dapat mengakibatkan kehancuran organisasi tersebut. Karena itu risiko penting untuk dikelola. Manajemen risiko bertujuan untuk mengelola risiko sehingga organisasi bisa bertahan, atau barangkali mengoptimalkan risiko. Perusahaan seringkali secara sengaja mengambil risiko tertentu, karena melihat potensi keuntungan dibalik risiko tersebut. (menurut M. Hanafi, 2016 : 8-9)

Bank terdiri dari dua jenis, yaitu : Bank Konvensional dan Bank Syariah. Pergerakan antara Bank Konvensional dan Bank Syariah hampir sama tapi tentu

saja banyak perbedaan antara keduanya salah satunya dalam cara mendapatkan keuntungan masing-masing Bank. Bank Syariah menerapkan sistem bagi hasil dan melarang Riba karena diharamkan dalam Islam. Sedangkan Bank Konvensional masih menggunakan sistem bunga untuk mendapatkan keuntungan.

Sebagaimana kita ketahui bahwa ekonomi syariah pada dasarnya merupakan perintah Al-Quran dan Hadis dengan kata lain merupakan perintah agama dalam hal ini agama Islam. Di lain pihak, ekonomi syariah juga merupakan suatu sistem ekonomi yang universal karena merupakan suatu sistem ekonomi yang adil dan tidak menzalimi pihak-pihak terkait, dan diperintahkan juga oleh agama-agama lainnya. (menurut Karsidi, 2018 : 18) untuk memajukan ekonomi syariah yaitu salah satunya dengan mendirikan lembaga-lembaga keuangan syariah, contohnya perbankan syariah.

Perbankan Syariah atau Perbankan Islam adalah suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam. Dalam permasalahan yang sering terjadi di Bank Syariah tentu saja tidak berbeda jauh dengan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah). Tingkat pemahaman masyarakat terhadap eksistensi perkembangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) yang relatif rendah diduga berpengaruh pada pola hubungan ekonomi masyarakat dengan perbankan syariah yang tidak optimal, baik dalam berinteraksi, bertransaksi maupun penempatan dana-dana masyarakat di Bank Syariah. Oleh karena itu perlu diketahui aspek-aspek dan strategi pengembangan BPRS dalam rangka meningkatkan produktifitas. (menurut Iwan Setiawan : Jurnal AKSY, 2019)

BPRS Bina Rahmah adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang pendiriannya diprakarsai oleh organisasi ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia) wilayah Bogor dan diresmikan oleh Prof. Bj. Habibie yang pada saat itu sebagai ketua umum ICMI. Hal yang menyebabkan BPRS Bina Rahmah berganti *Branding* menjadi BPR Syariah Botani karena PT. *Bogor Life Science and Technology* (PT BLST) sebagai *holding company* Institut Pertanian Bogor (IPB) melakukan AKUISISI saham PT. BPRS Bina Rahmah sebesar minimal 55%.

Setiap organisasi dalam usaha mencapai tujuan dan mengukurnya sampai sejauh mana keberhasilan yang dapat dicapai, dan itu memerlukan dukungan manajemen puncak. Manajemen puncak adalah manajer yang bertanggung jawab untuk memajemen keseluruhan dari organisasi dan menetapkan kebijakan operasi serta mengarahkan interaksi organisasi dengan lingkungannya. (Widjaja, 2000:35 Dalam M Ikhsan, 2016). Termasuk BPR Syariah Botani sendiri yang saya lihat memerlukan dukungan dari para manajer agar kinerja perusahaan bisa lebih maksimal khususnya dalam bidang pelayanan.

Pengertian lebih luas disampaikan Daviddow dan Uttal bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan. (IBI, 2014:75) Bank atau Lembaga Keuangan Syariah setidaknya memiliki 3 (tiga) pelayanan. Yaitu : Customer Service, Teller, dan *Marketing*. Ketiga pelayanan tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Dan yang akan saya bahas adalah tentang pelayanan pada BPR Syariah Botani.

Dari uraian diatas bahwa dapat disimpulkan bahwa dukungan manajemen puncak dalam hal pelayanan itu sangat penting karena pelayanan adalah salah satu

kegiatan untuk bisa mempertahankan citra atau nama baik Bank itu sendiri agar tetap baik dimata masyarakat atau nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Komitmen Manajemen Puncak Dalam Kualitas Pelayanan BPRS Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi di BPRS Botani Dramaga Bogor, Jawa Barat)”

I.2. Rumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi pada Bank salah satunya adalah tentang pelayanan, karena pelayanan merupakan salah satu kunci kesuksesan Bisnis. Dengan memberikan pelayanan yang baik maka nasabah akan sangat antusias untuk ikut berkontribusi dalam meningkatkan perkembangan Bank untuk menjadi lebih Baik. Menurut Ikatan Bankir Indonesia Pelayanan Bank terdiri dari Tiga, yaitu : pelayanan *Customer Service*, pelayanan *Teller*, dan Pelayanan *Marketing*. Dalam skripsi ini akan diteliti lebih lanjut mengenai ke-tiga pelayanan tersebut.

I.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka yang akan dibahas pada Pengaruh Komitmen Manajemen Puncak Dalam Kualitas Pelayanan BPRS Terhadap Kepuasan Nasabah adalah sebagai berikut :

1. Apakah pelayanan *Customer Service* BPR Syariah berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah ?
2. Apakah pelayanan *Teller* BPR Syariah berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah ?

3. Apakah pelayanan *Marketing* BPR Syariah berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah ?
4. Apakah pelayanan *Customer Service, Teller, dan Marketing* BPR Syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah ?
5. Apakah komitmen manajemen puncak dalam kualitas pelayanan BPR Syariah Botani berpengaruh terhadap kepuasan nasabah ?

I.4. Tujuan

Sesuai pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan di atas, adapun tujuannya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan *Customer Service* BPR Syariah terhadap kepuasan nasabah
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan *Teller* BPR Syariah terhadap kepuasan nasabah
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan *Customer Service* BPR Syariah terhadap kepuasan nasabah
4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan *Customer Service, Teller, dan Marketing* BPR Syariah secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah
5. Untuk mengetahui pengaruh komitmen manajemen puncak dalam kualitas pelayanan BPR Syariah Botani terhadap kepuasan nasabah
6. Untuk membantu BPR Syariah Botani tentang apa saja yang perlu diperbaiki dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah.

I.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

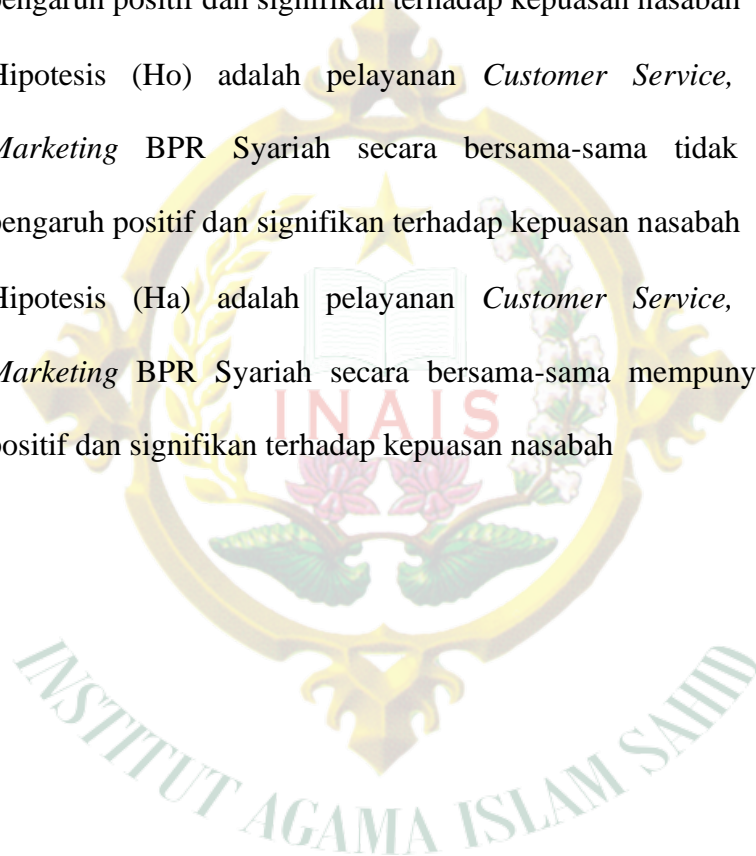
1. **Kegunaan teoritis** ; Untuk memberikan sumbangan pemikiran terhadap pengembangan ilmu pengetahuan mengenai komitmen manajemen puncak dalam kualitas pelayanan. Dan dapat digunakan sebagai dasar perluasan penelitian terutama yang berhubungan dengan kepuasan nasabah.
2. **Kegunaan Praktis** ; Penelitian ini dapat menambah wawasan dan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan langkah yang tepat bagi BPRS Botani dalam usaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya agar dapat terus mengembangkan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

I.6. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan anggapan sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya atau hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian ini diajukan hipotesis penelitian, anggapan sementara tersebut adalah :

- Hipotesis (Ho) adalah pelayanan *Customer Service* BPR Syariah tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
- Hipotesis (Ha) adalah pelayanan *Customer Service* BPR Syariah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
- Hipotesis (Ho) adalah pelayanan *Teller* BPR Syariah tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

- Hipotesis (Ha) adalah pelayanan *Teller* BPR Syariah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
- Hipotesis (Ho) adalah pelayanan *Marketing* BPR Syariah tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
- Hipotesis (Ha) adalah pelayanan *Marketing* BPR Syariah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
- Hipotesis (Ho) adalah pelayanan *Customer Service*, *Teller*, dan *Marketing* BPR Syariah secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
- Hipotesis (Ha) adalah pelayanan *Customer Service*, *Teller*, dan *Marketing* BPR Syariah secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1. Komitmen

Menurut Luthans (1992) yang menyatakan komitmen organisasi merupakan:

1. Keinginan yang kuat untuk menjadi anggota dalam suatu kelompok;
2. Kemauan usaha yang tinggi untuk organisasi;
3. Suatu keyakinan tertentu dan penerimaan terhadap nilai-nilai dan tujuan-tujuan organisasi. (Edy Sutrisno, 2010 : 292)

Greenberg (2005) mengatakan komitmen organisasi adalah kesediaan seorang karyawan untuk memihak pada suatu organisasi tertentu dan tujuan-tujuannya serta berniat untuk memelihara keanggotaan dalam organisasi tersebut.

Griffin (2004) mengatakan seorang individu yang memiliki komitmen yang tinggi kemungkinan akan melihat dirinya sebagai anggota sejati organisasi, dan untuk melihat dirinya sendiri menjadi anggota jangka panjang dari organisasi. (DK Sari, 2014 : 14)

Steers dan Poster memandang komitmen sebagai suatu sikap. Menurutnya orang yang memiliki komitmen adalah orang yang bersedia melibatkan diri terhadap organisasinya. Orang tersebut mau menyumbangkan segala sesuatu yang ada pada dirinya demi untuk kepentingan organisasi, dengan maksud agar organisasi tersebut tetap dalam keadaan baik. (S.B. Muslim, 2013 : 81)

Komitmen adalah sikap yang mencerminkan sejauh mana seorang individu mengenal dan terikat pada organisasinya. Pegawai-pegawai yang merasa lebih berkomitmen pada organisasi memiliki kebiasaan-kebiasaan yang bisa diandalkan, berusaha untuk tinggal lebih lama didalam organisasi, dan mencurahkan lebih banyak upaya dalam bekerja. (Griffin, 2004 : 15-16)

Dari beberapa pengertian di atas menjelaskan bahwa komitmen adalah sebuah sikap seseorang dimana ketika seseorang tersebut sudah memiliki komitmen terhadap sebuah organisasi maka ia akan memberikan kontribusi yang lebih besar agar ia dapat bertahan lebih lama dalam organisasi tersebut.

II.2. Manajemen

Manajer melakukan hal-hal yang disebut dengan manajemen. Manajemen berarti proses mengoordinasi kegiatan atau aktivitas kerja sehingga dapat diselesaikan secara efisien serta efektif dengan dan melalui orang lain. Selain harus efisien dan efektif, mengoordinasikan pekerjaan orang lain merupakan hal yang membedakan posisi manajerial dan non-manajerial. Namun demikian, ada aturan yang mendasarinya, sehingga seorang manajer tidak bisa semaunya melakukan apa yang diinginkannya setiap saat atau setiap tempat. (Menurut Munandar, , 2014 : 1)

Sutanto dan Umam (2013 : 15) Secara umum, pengertian Manajemen ialah “kegiatan untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan terlebih dahulu dengan menggunakan orang lain” (*Getting things done through the effort of other people*). Dari pengertian di atas tersirat empat unsur manajemen, yaitu :

1. Pimpinan;
2. Otang-orang (pelaksana) yang dipimpin;

3. Tujuan yang akan dicapai;
4. Kerjasama dalam mencapai tujuan tersebut.

Ada dua perhatian utama dalam manajemen. Pertama, terkait dengan apa yang disebut efisien dan yang kedua terkait dengan apa yang disebut efektif. Efisien didefinisikan sebagai “*Doing Things Right*”, yakni mengerjakan sesuatu dengan cara yang benar. Definisi ini mengarahkan manajemen akan pentingnya hubungan *output* (luaran) dan *input* (masukan). Suatu kegiatan atau usaha disebut efisien bila berhasil mendapatkan sebanyak mungkin *output* berdasarkan *input* yang seminimal mungkin. Efektif didefinisikan sebagai “*doing the right things*”, yakni mengerjakan sesuatu yang benar, sesuai harapan. definisi ini lebih mengacu pada sasaran (*goals*). Suatu kegiatan atau usaha disebut efektif apabila tujuan organisasi dapat tercapai sesuai dengan tujuan yang diinginkan, atau dengan kata lain kegiatan tersebut dapat mencapai sasaran. (Munandar, , 2014 : 1-2)

Pada dasarnya manajemen itu sangat penting. Dari beberapa definisi diatas menjelaskan bahwa suatu keberhasilan sebuah organisasi atau usaha adalah dengan manajemen yang baik agar bisa mencapai tujuan atau sasaran. Dapat mengoorganisasi setiap kegiatan dengan efektif dan efisien.

II.3. Kualitas

Kualitas merupakan suatu tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Menurut Wyckof dalam T. Supriatmini, 2005 : 11)

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan prosuk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. (Menurut Goetsch dan Davis, 1994 dalam T. Supriatmini, 2005 : 11)

Kualitas (*Quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik prosuk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan. Kotler dan Keller, 2009 : 143)

Menurut mantan pimpinan GE, John F Welch Jr., “kualitas adalah jaminan terbaik kami atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat kami menghadapi persaingan luar negeri, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan. (Kotler dan Keller, 2009 : 143-144)

Kualitas total adalah tugas semua orang, seperti halnya pemasaran. Pemasar memainkan beberapa peran dalam membantu perusahaan mereka mendefinisikan dan menghantarkan barang dan jasa berkualitas tinggi kepada pelanggan sasaran. (Kotler dan Keller, 2009 : 144)

Kualitas adalah derajat yang di capai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan. Persyaratan dalam hal ini yaitu kebutuhan atau harapan yang dinyatakan biasanya tersirat atau wajib. (Lumpiyadi dan Hamdani, 2001 : 5)

Kualitas jelas merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan. Dari pengertian-pengertian di atas menjelaskan bahwa kualitas sangatlah penting bagi keberlangsungan sebuah usaha agar usaha tersebut dapat bersaing dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

II.4. Pelayanan

Kata pelayanan, secara etimologis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Sejalan dengan pengertian tersebut, dapat dijabarkan karakteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut:

1. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
2. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
3. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan. (Ikatan Bankir Indonesia, 2014 : 75)

Menurut R.A Supriyono pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. (Hasibuan, 2005 : 152)

Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan Menurut Kennedy dan Young dalam Supranto ada beberapa pengukuran kepuasan pelanggan di bidang jasa sebagai berikut (Ahmadi, 2015: 26): (a) *Availability of support* (keberadaan pendukung) Yaitu sebagai tingkatan untuk dimana pelanggan dapat kontak dengan

pemberi jasa, atau pelanggan dapat menghubungi penghasil jasa, dengan kata lain karyawan dapat mengetahui kebutuhan nasabah, (b) *Responsiveness of support* (ketanggapan pendukung) Yaitu sebagai tingkatan untuk nama pemberi jasa bereaksi cepat dan tepat terhadap permintaan pelanggan. Artinya bagaimana reaksi karyawan terhadap kebutuhan nasabah.

II.5. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPRS tidak dapat dikonversi menjadi Bank Pengkreditan Rakyat (BPR). BPRS tidak diizinkan untuk membuka kantor cabang, kantor perwakilan, dan jenis kantor lainnya di luar negeri. (bprshik.co.id)

Undang-Undang (UU) Nomor 21 Tahun 2008 tentang Bank Syariah telah mengatur secara khusus eksistensi Bank Syariah di Indonesia. Undang-Undang tersebut melengkapi dan menyempurnakan UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998 yang belum spesifik sehingga perlu diatur khusus dalam Undang-Undang tersendiri. Menurut pasal 18 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Ketentuan Umum. Bank Syariah terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Sedangkan pasal 1 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Ketentuan Umum disebutkan pengertian dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. (Ifham, 2010: 3)

Sebelum lahirnya BPR Syariah di Indonesia, masyarakat terlebih dahulu mengenal adanya Bank Pengkreditan Rakyat (BPR). Menurut UU No. 21 Tahun

2008 disebutkan bahwa BPR adalah Bank Konvensional yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dimana BPR Konvensional masih menerapkan sistem bunga dalam operasionalnya. Maka dari itu, harus dibedakan antara BPR Konvensional dan BPR Syariah. perbedaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dengan Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) adalah sebagai berikut: (Muhammad, 2002 : 56)

1. Akad dan Aspek Legalitas.

Dalam BPR Syariah akad yang dilakukan memiliki konsekuensi duniawi dan ukhrawi karena akad yang dilakukan berdasarkan hukum islam. Sering nasabah berani melanggar kesepakatan atas perjanjian yang telah dilakukan bila hukum hanya berdasarkan hukum positif.

2. Adanya Dewan Pengawas Syariah dalam struktur organisasinya yang bertujuan mengawasi praktik operasional BPR Syariah agar tidak menyimpang dari prinsip syariah.
3. Penyelesaian sengketa yang terjadi dapat diselesaikan melalui Badan Arbitrase Syariah maupun Pengadilan Agama.
4. Bisnis dan Usaha yang dibiayai tidak boleh bisnis yang haram, Syubhat ataupun dapat menimbulkan kemadharatan bagi pihak lain.
5. Praktik operasional BPR Syariah, baik untuk penghimpunan maupun penyaluran pembiayaan, menggunakan sistem bagi hasil dan tidak menggunakan sistem bunga. (M. Mus'id, 2014 : 18-19)

II.6. Komitmen Manajemen Puncak

Komitmen manajemen menggambarkan bagaimana manajemen secara konsisten menetapkan strategi dalam proses mencapai tujuan yang diharapkan. Komitmen manajemen atas kualitas layanan adalah keterlibatan manajemen secara aktif dalam meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. (Babakus, , 2003) komitmen manajemen terhadap kualitas layanan dilihat dari perspektif karyawan melalui pemberian pelatihan dari manajemen yang berkesinambungan, pemberdayaan karyawan dan penghargaan. Rod dan Ashill (2010) menambahkan dalam indikator pengukuran yang digunakan oleh Babakus, , (2003) aspek orientasi layanan kepada konsumen yang diadopsi dari penelitian Lytle, , (1998). (L Setiawati, 2017)

Para akademis yakin bahwa kepemimpinan dari manajemen puncak sangat penting untuk transformasi organisasi yang efektif (Boyd, 2008). Menurut Helfat, *et al*, dalam Moore *et al* (2010) manajemen didefinisikan sebagai “set individu di atas organisasi yang bertanggung jawab untuk keputusan-keputusan strategis dan organisasi yang mempengaruhi arah, operasi, dan kinerja perusahaan secara keseluruhan”. (AW Gunawan)

Manajemen dibedakan dalam 4 (empat) hal penting, yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *leading* (kepemimpinan), dan *controlling* (pengawasan). Dalam manajemen diperlukan peran-peran tertentu guna menjalankan roda organisasi. Menurut Minzberg, peran-peran tersebut meliputi peran yang berkaitan dengan hubungan antar pribadi, informasi dan pengambilan keputusan. (Munandar, , 2014 : 7-8)

Babakus, *et al.*, (2003) mendefinisikan komitmen manajemen sebagai penilaian karyawan terhadap komitmen organisasi dalam memelihara, mengembangkan, mendukung, dan menghargai masing-masing karyawan dengan tujuan untuk mencapai pelayanan yang baik. Dukungan manajemen organisasi adalah suatu keadaan dimana para karyawan merasakan bahwa manajemen organisasi memperlihatkan kesejahteraan mereka serta mendorong, menghargai dan mengenali mereka yang memiliki performa kerja yang baik. (Kim, *et al.*, 2009). (N Agustina, 2011)

Dukungan Manajemen Organisasi adalah Suatu keadaan dimana para karyawan merasakan bahwa manajemen organisasi memperhatikan kesejahteraan mereka serta mendorong, menghargai, dan mengenali mereka yang memiliki performa kerja yang baik (Kim et al., 2009). Rhoades dan Eisenberger (2002) mengatakan bahwa dukungan manajemen organisasi berupa dukungan yang diberikan kepada para karyawan berupa perlakuan adil, penghargaan, dan kondisi pekerjaan yang kondusif sehingga dapat meningkatkan kepuasan kerja, mengurangi stres dan turn over, serta menciptakan suasana positif di lingkungan kerja. (menurut Nina Agustina dan Andreas W. Gunawan dalam jurnal)

Porter et al. (1974) dalam Tutuncu & Kucukusta (2007) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai kekuatan dalam identifikasi dan keterlibatan individu dengan organisasi tertentu. Komitmen ini ditandai oleh tiga faktor :

- a. Keyakinan yang kuat dan penerimaan atas tujuan dan nilai-nilai organisasi.
- b. Kemauan untuk mengerahkan usaha yang cukup atas nama organisasi.
- c. Keinginan untuk mempertahankan keanggotaan organisasi.

Manajemen puncak memiliki peran penting dalam membentuk organisasi. Penelitian yang dilakukan atas implementasi strategi menunjukkan bahwa strategi organisasi mencerminkan karakteristik dan kepentingan manajemen puncak perusahaan (Hambrick dan Mason, 1984; dalam Tzempelikos, 2015). Salah satu peran kunci manajemen adalah partisipasinya dalam pengambilan keputusan (Homburg et al., 2002; dalam Tzempelikos, 2015). Strategi bisnis bila dilihat dari sudut pandang lingkungan memiliki banyak manfaat lingkungan. Jika Organisasi mengkonsumsi energi, bahan dan menyisakan limbah yang berorientasi pada TQ, maka akan terbentuklah pengelolaan lingkungan. Hal ini merupakan hal penting bagi program penyebaran strategis (programme of strategic deployment) untuk mendukung per-baikannya lingkungan yang berkelanjutan (Lawrence et al. 1998). (menurut Toto Kurniawan Ririn Breliastiti dalam Jurnal)

Dukungan manajemen puncak adalah eksekutif puncak yang memiliki wewenang dan tanggung jawab dalam hal menyediakan sumber daya sistem informasi yang menghasilkan informasi sebagai dasar mereka mengambil keputusan sehingga nilai syariah dan operasional perusahaan dapat terpelihara dengan baik. Dimensi dukungan manajemen puncak menurut Pathirage, et. al. (2012) terdiri dari penentuan indikator pencapaian kinerja (defining key performance indicators), penentuan visi (vision statement), pengambilan keputusan (decision making), pemecahan masalah (problem solving) dan menyiapkan sumber daya manusia (HR management) yang berhubungan dengan sistem informasi. (menurut Wahyu Cahyadi, Murniati Mukhlisin, Sigid Eko Pramono dalam Jurnal)

II.7. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Adapun indikator dalam kualitas pelayanan adalah bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati. kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Sebagaimana telah diketahui bahwa salah satu kegiatan utama Bank adalah pemberian layanan. Bank sebagai lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan terbaiknya (*service excellent*) untuk dapat memenangkan persaingan dalam situasi yang semakin kompetitif. Untuk menghadapi persaingan perbankan yang semakin ketat tersebut, masing-masing Bank mau tidak mau harus mengembangkan konsep “pelayanan terbaik bagi nasabahnya. Pengembangan ini bertujuan untuk mempertahankan nasabah yang telah ada dan menjangkau nasabah baru yang potensial. (menurut Ikatan Bankir Indonesia : 2014)

Pelayanan menurut Ikatan Bankir Indonesia (IBI) ada 3 (tiga), yaitu :

1. *Teller*

Teller adalah petugas Bank yang bekerja di *front line banking hall* dan melakukan transaksi langsung dengan nasabah dalam bentuk penerimaan/penarikan baik berupa transaksi tunai/non tunai dan melakukan pembukuan ke dalam sistem Bank. (IBI, 2014:3)

Seorang *Teller* harus menciptakan citra profesional, ramah dan konsisten dalam menjalankan tugas dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- Memeriksa secara rutin setiap transaksi yang akan dan sedang dilakukan dan selalu mengikuti prosedur standar.
- Menunjukkan perhatian, profesionalisme dan keramahan pada saat menerima nasabah di *counter*.
- Bersikap profesional dengan tidak membeda-bedakan nasabah. Melayani sesuai urutan kedatangan dan memperhatikan hal-hal yang khusus (seperti orang tua, cacat, hamil besar, yang perlu diberi bantuan lebih).
- Tidak melakukan hal-hal yang menimbulkan kesan negatif dan tidak profesional (seperti ngobrol, bercanda, berselisih, melamun, mengumpat, atau berteriak dengan rekan kerja atau nasabah lain).
- Harus bersifat jujur dan melakukan hal-hal yang dapat merugikan perusahaan dan nasabah (contoh, curang dalam melayani, memberikan informasi atau rahasia perusahaan/nasabah kepada pihak yang tidak berwenang).

Sebelum melakukan tugas-tugasnya di cabang, *teller* harus mengetahui fungsi, tanggung jawab, dan tugas yang diberikan atau dipercayakan kepadanya. *Teller* berfungsi memberikan jasa layanan kepada nasabah dalam melayani kegiatan penyetoran dan penarikan uang tunai, pemindah bukua/penyetoran non tunai(rupiah dan valuta asing).

Tugas dan tanggung jawab *Teller* di BPR Syariah Botani adalah sebagai berikut :

A. Mengelola dan membuat laporan kas harian:

- 1) Menerima dan mengeluarkan transaksi tunai sesuai dengan batas wewenangnya.
- 2) Melakukan pengesahan pada bukti transaksi baik paraf maupun validasi.
- 3) Menyusun bukti-bukti transaksi keluar dan masuk dan memberikan nomor bukti.
- 4) Membuat rekapitulasi transaksi masuk dan keluar dan meminta validasi dari pihak yang berwenang.
- 5) Melakukan *cross check* antara rekapitulasi kas dengan mutasi vault dan neraca.

B. Menerima setoran tabungan:

- 1) Menerima slip setoran, buku tabungan dan uang dari nasabah.
- 2) Memeriksa kelengkapan dan kebenaran pengisian slip setoran (dalam slip setoran harus tertera nilai uang dalam bentuk angka dan huruf dengan nilai yang sama, cocokan antara buku tabungan dengan slip pengambilan yaitu nomor rekening dan nama nasabah, pengisian slip harus ditulis dengan jelas).
- 3) Mencocokkan antara nominal uang yang tertera pada slip setoran fisik uang yang diterima dari nasabah.
- 4) Meng-input di menu "Setoran Tunai Tabungan Dengan Buku": (a) nomor rekening, (b) nomor dokumen, (c) nominal.
- 5) Mencetak: (a) validasi slip setoran, (b) buku tabungan.
- 6) Memberikan copy slip setoran kepada nasabah, sebagai bukti penerimaan setoran.

C. Menerima penarikan tabungan dan pembiayaan:

- 1) Memeriksa kelengkapan dan kebenaran pengisian slip pengambilan (dalam slip setoran harus tertera nilai uang dalam bentuk angka dan huruf dengan nilai yang sama, cocokan antara buku tabungan dengan slip pengambilan yaitu nomor rekening dan nama nasabah, pengisian slip harus ditulis dengan jelas)
- 2) Mencocokkan tanda tangan yang tertera pada slip dengan specimen di komputer serta cocokan saldo tabungan pada buku tabungan nasabah dengan tabungan nasabah bersangkutan yang ada di komputer, bila terjadi selisih maka bagian ini harus mencatat tambahan itu terlebih dahulu baru kemudian mencatat kedalam buku tabungan dan kartu tabungan nasabah.
- 3) Meminta persetujuan pejabat yang berwenang untuk pengambilan di atas batas wewenangnya (paraf pada slip pengambilan) atas pengambilan tabungan tersebut (perhatikan saldo yang tersisa harus memenuhi ketentuan yang ada)
- 4) Meng-input di menu "Penarikan Tunai Tabungan Dengan Buku" yaitu: (a) nomor rekening, (b) nomor dokumen, dan (c) nominal.
- 5) Membubuhkan stempel pada slip setelah dimasukkan ke dalam komputer.
- 6) Mencetak: (a) validasi slip pengambilan, (b) buku tabungan.
- 7) Mengambil uang dan memeriksa, kemudian memberikan uang serta buku tabungan kepada nasabah.
- 8) Menyerahkan semua slip setoran dan pengambilan kepada bagian pembukuan setelah tutup kas.

D. Menerima setoran administrasi (PYD dan lainnya):

- 1) Menerima slip setoran dari nasabah (administrasi, asuransi, materai, zakat/infaq, notaris, dan kelengkapan lain yang diberikan dari bagian ADMP).
- 2) Menghitung jumlah setoran.
- 3) Menerima uang dengan jumlah yang tertera pada slip setoran.
- 4) Meng-input pada menu “ setoran Tunai dari Bank” : (a). Nomor SBB, (b) Nomor Dokumen, (c) Nominal.
- 5) Meng-input uang: (a) Materai, (b) Notaris, (c) Asuransi.
- 6) Memberikan bukti setoran kepada nasabah

E. Menerima pengeluaran biaya-biaya:

- 1) Menerima slip pengambilan dari bagian umum.
- 2) Memeriksa slip pengambilan dan slip pencairan kredit, lain pada : (a) Nomor SBB, (b) Nama SBB, (c) Nominal, (d) Keterangan (e) Tanda tangan pejabat yang berwenang.
- 3) Meng-input di menu “ Debet SBB Kredit Kas” : (a) Nomor SBB, (b) Nomor dokumen, (c) Nominal, (d) Keterangan.
- 4) Memberikan uang kepada bagian umum yang berwenang berdasarkan nominal yang tertera pada slip.

F. Menyediakan laporan arus kas pada akhir bulan untuk keperluan evaluasi:

- 1) Membuat laporan kas masuk dan keluar pada setiap akhir bulan untuk setiap akun-akun yang penting

- 2) Meminta pengesahan laporan arus kas dari yang berwenang sebagai laporan yang sah.

2. *Customer Service*

Kata *Customer Service* berasal dari dua kata yaitu “*customer*” yang berarti pelanggan, dan “*service*” yang mengandung arti pelayanan. Woworuntu dalam bukunya yang berjudul *dasa-dasar keterampilan melayani nasabah Bank* (terbitan 1997) menyebutkan istilah *customer service* yang diterjemahkan dalam bahasa Indonesia mengandung arti melayani nasabah, dimana bidang bisnis secara umum diartikan sebagai pelayanan pelanggan. (IBI, 2014 : 64)

Sebelum melakukan tugas-tugasnya di Bank, *customer service* harus mengetahui fungsi, tanggung jawab, dan tugas yang diberikan atau dipercayakan kepadanya. Pengetahuan tentang fungsi, tugas, dan tanggung jawab sangat penting untuk memberikan jaminan kepada nasabah bahwa nasabah ditangani oleh pihak yang kompeten dan dapat dipercaya, sehingga nasabah memperoleh layanan terbaik (layanan prima).

Customer service berfungsi untuk memberikan jasa layanan kepada nasabah dalam hal memberikan informasi, menampung keluhan nasabah, *cross selling*, dan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah yang timbul. Berdasarkan fungsi tersebut di atas fungsi seorang *customer service* dapat dijabarkan lebih lanjut dalam kesehariannya sebagai karyawan Bank, yang mana fungsi-fungsi tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Front Line Officer*

Keberadaan *Customer Service* berada di bagian depan suatu Bank, maka *customer service* menjadi cerminan penilaian baik atau buruknya pelayanan suatu Bank. Pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* dapat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap layanan yang di berikan oleh suatu Bank.

2. *Liasson Officer*

Customer service adalah suatu aparat yang menjadi perantara antara Bank dengan nasabah. Orang pertama yang dihubungi oleh nasabah sewaktu datang ke Bank adalah petugas *customer service*, baik untuk meminta informasi maupun untuk melaksanakan transaksi.

3. Pusat Informasi

Customer service adalah satu-satunya personil yang dengan mudah dihubungi oleh nasabah pada kesempatan pertama, maka petugas *customer service* menjadi pusat dan narasumber informasi-informasi mengenai produk dan jasa Bank. Oleh karenanya dituntut personil yang mempunyai pengetahuan dan wawasan yang cukup baik mengenai industri perbankan.

4. *Sales (penjual)*

Customer service dapat berfungsi sebagai penjual produk, dengan menjual berbagai produk yang ada pada Bank, seperti berbagai jenis tabungan, giro, deposito, kredit, serta mengetahui keluhan dan keberatan nasabah.

5. *Servicing* (pelayanan)

Sesuai dengan fungsinya *customer service*, atas nama Bank penerima dan menyambut baik kedatangan nasabah selanjutnya akan mengerjakan kebutuhan nasabah sampai seluruh transaksinya dapat dirampungkan.

6. *Financial Advisor/Konsultan*

Dalam melayani nasabah tidak jarang pula aparat *customer service* dengan bekal pengetahuan dan wawasan yang bijak sehubungan dengan perencanaan pengelolaan keuangan nasabah.

7. *Maintenance Customer* (Pembinaan Nasabah)

Permasalahan pembinaan nasabah baru (silisitasi). Seorang petugas *customer service* adalah *account assistant* atau pembina bagi setiap *account* atau rekening nasabah non credit. Hal ini merupakan perpanjangan dan pengembangan fungsi kedua yaitu *liasson officer*.

8. Penanganan Masalah

Unit *customer service* apabila dalam operasionalnya, nasabah tidak puas, karena terdapat ketidakcocokan atau kesepakatan, komplain dan lain-lain sebagainya, maka adalah tepat apabila orang yang pertama dihubungi adalah petugas *customer service*. Dalam hal ini dituntut tidak saja dapat menangani keluhan akan tetapi juga diharapkan dapat menangani keluhan akan tetapi juga diharapkan dapat memecahkan masalah dengan baik sebagai “*Troubleshooter*”.

Tugas dan tanggung jawab *Customer Service* di BPR Syariah Botani adalah sebagai berikut :

1. Melaksanakan kegiatan operasional dan layanan perbankan syariah, meliputi :

A. Memberikan semua informasi yang dibutuhkan nasabah yang menyangkut produk penghimpunan, penyaluran dana dan informasi lain yang dibutuhkan nasabah.

B. Melayani nasabah untuk melakukan pembukaan dan penutupan rekening tabungan dan deposito:

- 1) Meminta nasabah untuk melengkapi persyaratan menjadi nasabah, yaitu Mengisi formulir aplikasi nasabah yang meliputi basic data (nama sesuai ktp, nama versi SLIK, nama gadis ibu kandung, golongan customer, golongan customer BI, jenis badan hukum, NPWP, struktur customer, group CIF, tempat & tanggal lahir, jenis kelamin, agama, status perkawinan, no. telepon, no. fax, pendidikan, pendapatan perbulan & sumber dana), ID (jenis ID, nomor ID, tanggal penerbitan, tanggal jatuh tempo, penerbit), alamat (titik koordinat pada google maps), kode pos, kode wilayah, sandi lokasi, pekerjaan, keluarga, specimen tanda tangan, *spectroline* (contoh tanda tangan), menyerahkan tanda pengenal, mengisi slip setoran awal.
- 2) Mencari nomor base (CIF) bagi nasabah yang sudah terdaftar atau membukakan nomor CIF baru bagi nasabah yang baru (belum terdaftar di komputer).
- 3) Menerima kelengkapan nasabah, memeriksa dan memberikan penjelasan mengenai produk tabungan, deposito atau pembiayaan.

- 4) Menggali informasi mengenai riwayat calon nasabah dalam perbincangan ringan dan menanyakan sumber dana yang diperoleh dari nasabah.
- 5) Menandatangani *form* permohonan pembukaan tabungan dan deposito calon nasabah.
- 6) Membuatkan buku dan memberikan nomor rekening kepada nasabah yang baru.
- 7) Menyerahkan form pernyataan sumber dana yang harus di tanda tangani oleh nasabah untuk transaksinya diatas Rp. 100 juta.
- 8) Melakukan/membuat registrasi tabungan dan deposito baik di dalam sistem.
- 9) Menyerahkan buku tabungan kepada nasabah.

2. Melaksanakan proses administrasi, meliputi :

A. Melakukan Pengarsipan Tabungan dan Deposito:

- 1) Melakukan pengarsipan untuk permohonan tabungan dan deposito pada binder khusus sesuai CIF.
- 2) Melakukan pengarsipan untuk kartu contoh tanda tangan (*specimen*) nasabah sesuai dengan nomor rekening.

B. Melakukan penagihan kepada nasabah via SMS atau telepon berdasarkan data dari ADMP.

C. Merekonsiliasi data invoice nasabah yang bekerjasama

3. *Marketing*

Pemasaran atau *marketing* adalah suatu rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Caranya dengan membuat produk, menentukan harganya, tempat penjualannya dan mempromosikan produk tersebut kepada para konsumen. Atau definisi *marketing* yaitu perpaduan antara aktifitas-aktifitas yang saling berhubungan untuk dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga perusahaan dapat mengembangkan produk, harga, pelayanan dan melakukan promosi supaya kebutuhan konsumen dapat terpenuhi serta perusahaan mendapatkan keuntungan.

Fungsi *marketing* pun dibagi-bagi menjadi beberapa jenis. Pada dasarnya terdapat tiga jenis fungsi *marketing* bagi perusahaan, maupun masyarakat, yakni pertukaran, distribusi fisik dan perantara. Setiap fungsi memiliki kegiatan dan implementasi yang berbeda. Adapun penjelasan dari fungsi-fungsi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Fungsi Pertukaran

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

2. Fungsi Distribusi Fisik

Distribusi fisik pada produk dilakukan dengan cara mengangkut dan menyimpan produk. Produk yang berasal dari produsen akan memenuhi kebutuhan para konsumen dan disalurkan melalui darat, air atau udara. Lalu

penyimpangan produk dilakukan dengan cara mengendapkan dan menjaga pasokan produk supaya tidak terjadi kekurangan pada saat diperlukan.

3. Fungsi Perantara

Untuk dapat menyampaikan produk dari produsen kepada konsumen, dilakukan lewat perantara pemasaran atau *marketing* yang menghubungkan aktifitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktifitas fungsi perantara antara lainnya seperti pembiayaan, pencairan informasi, pengelompokan produk, dsb.

Bagian *Marketing* di BPR Syariah Botani ada 2 : *Account Officer* dan *Funding Officer*. Adapun Tugas dan tanggung jawab *Account Officer* dan *Funding Officer* di BPR Syariah Botani adalah sebagai berikut :

Account Officer

1. Melakukan analisa terhadap kelayakan usaha nasabah/debitur yang mengajukan pembiayaan dengan selalu memperhatikan prinsip kehati-hatian dan prinsip syariah, meliputi:
 - a) Melayani pengajuan pembiayaan dan memberikan penjelasan mengenai produk pembiayaan.
 - b) Melakukan pengumpulan informasi mengenai calon nasabah melalui kegiatan wawancara dan *on the spot* (kunjungan lapangan)
 - c) Melengkapi persyaratan pembiayaan yang diajukan oleh nasabah.
 - d) Membuat analisis pembiayaan secara tertulis dari hasil wawancara dan kunjungan lapangan.
 - e) Memberikan penjelasan secara jelas dan lengkap atas pertanyaan dan saran peserta komite.

2. Memonitor pembiayaan yang telah diberikan kepada nasabah/debitur dan menyelesaikan pembiayaan bermasalah, meliputi:
 - a) Melakukan monitoring pasca dropping, untuk melihat ketepatan alokasi dana pembiayaan.
 - b) Melakukan monitoring terhadap angsuran nasabah.
 - c) Melakukan peringatan baik secara lisan maupun secara tertulis berdasarkan data dari ADMP atas keterlambatan angsuran nasabah.
 - d) Melakukan analisis bersama Manager Marketing dan Remedial atas pembiayaan bermasalah (NPF).
 - e) Bersama Remedial menyelesaikan pembiayaan bermasalah (NPF).
3. Mengembangkan pasar pendanaan dan pembiayaan, meliputi:
 - a) Memberikan masukan untuk pengembangan pasar dengan memberikan gambaran mengenai potensi pasar yang ada.
 - b) Menghimpun data-data yang diperlukan yang relevan dengan kebutuhan untuk pengembangan pasar.
 - c) Melakukan langkah-langkah secara terencana dan terkoordinasi dengan Manager Marketing dan FO dalam kaitannya dengan pengembangan pasar.

Funding Officer

A. Membuat target penghimpunan dana:

- 1) Bersama dengan Kepala Bidang Marketing membuat target penghimpunan dana.
- 2) Melakukan penghimpunan dana sesuai dengan target dan rencana yang ditentukan.

3) Melakukan evaluasi terhadap kegiatan penghimpunan dana yang telah dilakukan.

B. Menjalin hubungan baik dengan pihak /lembaga luar dalam rangka penghimpunan dana:

- 1) Menghimpun informasi dan mendata peluang-peluang untuk mengakses dana dari pihak/lembaga.
- 2) Mengakses pihak-pihak yang berpotensi dalam rangka penghimpunan dana masyarakat

C. Mensosialisasikan produk-produk Bank:

- 1) Melakukan promosi dan sosialisasi produk penghimpunan dana.
- 2) Membantu Account Officer dalam rangka mensosialisasikan produk pembiayaan.
- 3) Membantu Risk Officer untuk melakukan penjemputan dana angsuran nasabah pembiayaan .

Kualitas pelayanan menurut Parasuraman (1985) yang telah diadaptasi oleh Tjiptono (2001) adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Goeth dan Davis yang dikutip Tjiptono dan Chandra (2012:15) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa. jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan

berikanlah yang berkualitas kepada orang lain. Selain itu, kita juga harus berlaku lemah lembut kepada orang lain.

Dalam Al-Qur'an juga dijelaskan tentang berlaku lemah lembut kepada sesama (Q.S Ali Imran: 159) yang Artinya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka sekiranya kamu bersikap keras yang berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apakah kamu telah membulatkan tekad, maka bertawaklah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya” (Departemen Agama RI, 2006).

Dalam Shohih Bukhari *‘Memberi kemudahan dan kelapangan ketika membeli, menjual, dan siapa saja yang meminta haknya, maka mintalah dengan cara yang baik’*. Dari Jabir bin ‘Abdillah, Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, yang artinya :

“Semoga Allah merahmati seseorang yang bersikap mudah ketika menjual, ketika membeli dan ketika menagih haknya (utangnya).” (HR. Bukhari no. 2076)

Kualitas pelayanan publik adalah bentuk totalitas pelayanan yang dilakukan oleh aparatur negara secara maksimal sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditentukan dan dapat menyediakan produk atau jasa berdasarkan kesesuaian dalam rangka memenuhi kepuasan, kebutuhan dan harapan masyarakat sebagai penerima pelayanan. Kualitas pelayanan publik dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan (masyarakat) atas pelayanan yang

sesungguhnya mereka inginkan. Apabila pelayanan pada prakteknya dapat diterima oleh masyarakat sama dengan harapan atau keinginan mereka, maka pelanggan tersebut dikatakan sudah memuaskan. (menurut Nolanda Adhythya dalam Jurnal)

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 267:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.

II.8. Kepuasan Nasabah

Kepuasan Nasabah merupakan refleksi penilaian nasabah terhadap jasa yang mereka rasakan pada waktu tertentu atau bisa dikatakan sebagai pengalaman sejati atau keseluruhan kesan masyarakat atas pengalamannya menggunakan jasa lembaga.

Philip Kotler mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Sedangkan Wilki mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Senada dengan Kotler, Richard F. Gerson

mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Begitu juga dengan Mowen, yang mendefinisikan bahwa kepuasan konsumen merupakan sikap keseluruhan dari konsumen setelah memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa.

Konsep umum yang dipakai untuk mengukur kepuasan terhadap pelanggan, yaitu :

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan

Caranya, yaitu dengan menanyakan kepada pelanggan mengenai tingkat kepuasan atau jasa yang bersangkutan serta menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan atau jasa yang mereka terima dari para pesaing.

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Prosesnya melalui 4 (empat) langkah, pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf pelayanan terhadap pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Keempat, meminta pelanggan menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka ada dikelompok penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. Konfirmasi Harapan

Pada cara ini kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidakesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual dari jasa yang dijual perusahaan.

4. Minat Pembelian Ulang

Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan apakah mereka akan mengadakan pembelian ulang atas jasa yang sama mereka konsumsi.

5. Kesiapan Untuk Merekomendasi

Cara ini merupakan ukuran yang penting, apalagi bagi jasa yang pembelian ulangnya relatif lama, seperti jasa pendidikan tinggi.

6. Ketidakpuasan Pelanggan

Dapat dikaji misalnya dalam hal keluhan, biaya garansi, *Word of Mouth* yang negatif, serta *Defections*. (Ikatan Bankir Indonesia, 2014: 80-82)

Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif. (Kotler dan Keller, 2009:138-139)

Banyak manajer yang yakin bahwa nasabah adalah kunci untuk meraih laba, menganggap bahwa bagan organisasi tradisional adalah sebuah piramida dengan presiden/direktur di puncak, manajemen ditengah, dan karyawan di garis depan (bagian penjualan dan pelayanan, penerima telepon, resepsionis, serta nasabah yang

di bawah) sudah usang. Bank dengan pemasar yang andal lebih memahami masalah ini. Mereka membalik bagan tersebut, dan menempatkan nasabah di puncak organisasi. Berikutnya adalah karyawan garis depan yang bertemu, melayani, dan memuaskan nasabah. (Sutanto dan Umam, 2013 : 273)

Menurut Tjiptono (2012) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Kepuasan adalah merupakan perbedaan antara harapan dan unjuk kerja (yang senyatanya diterima). Apabila harapan tinggi, sementara untuk kerja rendah, kepuasan tidak akan tercapai. Teori kepuasan pelanggan selalu didasarkan pada upaya perniadaan atau paling kurang menyempitkan *gap* antar harapan dan kinerja. Harapan dibentuk komunikasi getok tular, kebutuhan personal dan pengalaman masa lalu. (menurut Romansyah Sahabuddin, 2019 : 62)

Kepuasan pelanggan dapat memberikan berbagai manfaat, diantaranya hubungan antara pelanggan dan pemberi layanan menjadi harmonis, sehingga memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi pemberi layanan, reputasi yang semakin baik di mata pelanggan, serta penyedia layanan, pelanggan atau stakeholder dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu, tempat dan proses pelayanan yang seharusnya. (menurut Nolanda Adhythya dalam Jurnal)

Kepuasan merupakan perasaan yang dihasilkan dari mengevaluasi apa yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara

kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang diharapkan oleh pelanggan. Jika barang dan jasa yang dibeli cocok dengan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka akan terdapat kepuasan atau sebaliknya. Bila kenikmatan yang diperoleh pelanggan melebihi harapannya, maka pelanggan akan betul-betul merasa puas dan sudah pasti mereka akan terus mengadakan pembelian ulang serta mengajak teman-teman sehingga itu dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. (menurut R. Sahabuddin, 2019 : 69)

II.9. Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan dari penelitian ini dikemukakan hasil-hasil penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya yaitu :

1. SKRIPSI. Christiana Okky Augusta Lovenia, Universitas Diponegoro Semarang (2012) melakukan penelitian berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah” pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang 2005-2010, Jenis penelitian yang digunakan adalah metode *Accidental sampling* dengan sampel adalah nasabah dari PT. Bank Jateng cabang Utama Semarang. Analisis data dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepasan nasabah.
2. TUGAS AKHIR. Fitri Madona, UIN Raden Fatah Palembang (2017) melakukan penelitian berjudul “ Pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah” pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor

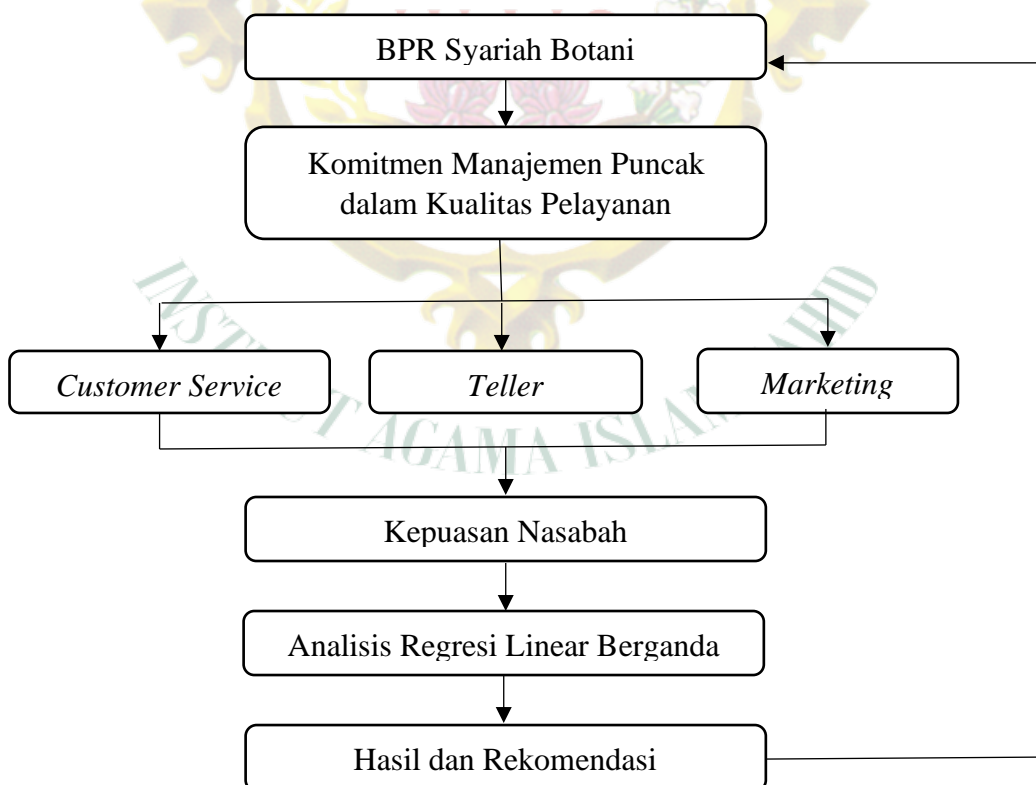
Cabang 16 Ilir Palembang , jenis penelitian yang digunakan adalah metode *simple random sampling* dengan sampel 1.076 nasabah. Analisis dengan menggunakan metode regresi linier berganda dan statistik deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. NASKAH PUBLIKASI. Tri Yulianto, Universitas Muhammadiyah Surakarta (2015) melakukan penelitian berjudul “ Pengaruh Kualitas pelayanan ATM dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah“ pada Nasabah Bank BRI, jenis penelitian yang digunakan adalah metode *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 100 orang. Analisis dengan menggunakan metode regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4. SKRIPSI. Angesti Puput Widyasari, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung (2015) Penelitian ini dilakukan untuk menguji “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Konsumen”. Pada Koperasi Simpan Pinjam Syariah Peta Tulungagung. jenis penelitian yang digunakan adalah dengan teknik Tabachinik dan Fidel dengan sampel sebanyak 50 orang nasabah. Analisis dengan menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5. TESIS. Nurmaidah Ginting, Universitas Sumatera Utara Medan (2006) melakukan penelitian berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan

Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) cabang Putri Hijau Medan”. jenis penelitian yang digunakan adalah Metode *simple random sampling* dengan sampel sebanyak 266 orang. Analisis dengan menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

II.10. Kerangka Berfikir

Berdasarkan latar belakang dan tinjauan pustaka dengan teori-teori yang telah dipaparkan pada bab terdahulu, maka dapat digambarkan suatu kerangka pemikiran sebagai dasar pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Pengaruh Komitmen Manajemen Puncak dalam Kualitas Pelayanan BPRS Terhadap Kepuasan Nasabah

Dari Kerangka Berpikir tersebut dapat dijelaskan bahwa komitmen Manajemen Puncak dalam Kualitas Pelayanan ada 3, yaitu : pelayanan *Customer Service*, *Teller*, dan *Marketing*. Ketiga pelayanan tersebut merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.



BAB III

METODE PENELITIAN

III.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan BPR Syariah Botani PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Rahmah. Waktu penelitian dilaksanakan bertahap mulai Februari sampai dengan Juni 2020.

III.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan, yang bertujuan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya mengenai Komitmen manajemen puncak dalam kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini bersifat kuantitatif, yaitu untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel, dalam hal ini komitmen manajemen puncak dalam kualitas pelayanan sejauh mana pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Erlina dan Mulyani, 2007:12). Metode Kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. (Sugiono, 2017 : 7)

Penelitian Kuantitatif adalah suatu jenis penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif-induktif. Pendekatan ini berangkat dari suatu

kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan-permasalahan beserta pemecahannya yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (*Verifikasi*) atau penilaian dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan. (STAIN tulungagung, 2012 : 19)

Metode penelitian kuantitatif adalah suatu bentuk metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik. Dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Marzuki, 2014)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh komitmen manajemen puncak dalam kualitas pelayanan BPR Syariah terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini diawali dengan mengkaji teori-teori dalam pengetahuan yang sudah ada sehingga muncul sebab permasalahan. Pada persamaan regresi dilakukan pengujian untuk mengetahui pengaruh pelayanan *Customer Service*, *Teller*, dan *Marketing* BPR Syariah terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Botani PT BPRS Bina Rahmah.

III.3. Populasi dan Sampel

III.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiono, 2017 : 80) Populasi menurut Joko Subagyo adalah objek penelitian sebagai sasaran untuk mendapatkan dan mengumpulkan data. (Ibid : 133)

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang berusia 17 tahun ke atas baik yang sudah menjadi nasabah BPR Syariah atau yang berpotensi menjadi nasabah BPR Syariah dan cukup mengenal BPR Syariah sebagai Lembaga Keuangan Syariah. Populasi tetap mewakili atau representatif seperti orang yang menjadi nasabah BPR Syariah. Adapun populasi disini mayoritas orang Pamijahan.

III.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). (Sugiono, 2017 : 81) Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dari populasi yang ada.

III.3.3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. (Sugiono, 2017 : 81)

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *Simple Random Sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam

populasi itu. (Sugiono, 2017 : 82) Teknik ini dipilih dengan tujuan sampel memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasinya.

III.4. Sumber Data Penelitian

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. (Marzuki, 2014) Sumber data penelitian dapat bersumber dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang berusia 17 tahun ke atas baik yang sudah menjadi nasabah BPR Syariah atau yang berpotensi menjadi nasabah BPR Syariah dan cukup mengenal BPR Syariah sebagai Lembaga Keuangan Syariah untuk mengetahui tentang kepuasan nasabah dan Direktur Operasional untuk mengetahui komitmen manajemen puncak.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah SOP (*Standard Operation Prosedure*). Adapun data sekunder ini untuk melihat komitmen manajemen puncak BPR Syariah.

III.5. Tehnik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data penelitian, peneliti menggunakan metode-metode antara lain sebagai berikut :

1. *Interview* (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai tehnik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. (Sugiono, 2017 : 137)

Maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara kepada Direktur Operasional untuk mengetahui komitmen manajemen puncak BPR Syariah dalam kualitas pelayanan.

2. *Angket* (Kuesioner)

Angket merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket merupakan tehnik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. (Sugiono, 2017 : 142)

Dalam hal ini peneliti membuat pernyataan-pernyataan tertulis kemudian dijawab oleh responden. Dan bentuk angketnya adalah angket tertutup, yaitu angket yang soal-soalnya menggunakan tehnik pilihan ganda atau sudah ada pilihan jawaban, jadi responden tinggal memilih jawaban yang sesuai.

Tehnik angket digunakan untuk mengetahui pengaruh pelayanan *Customer Service*, *Teller* dan *Marketing* BPR Syariah terhadap kepuasan

nasabah. Pada pelaksanaan penelitian, responden disarankan untuk mengisi angket tersebut berdasarkan keadaan yang responden ketahui.

3. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. (Sugiono, 2017 : 145)

Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan karena peneliti ingin melakukan penelitian tentang pelayanan pada BPR Syariah. Dalam pelaksanaan pengumpulan data, peneliti menjadi *participant observation* (observasi berperan serta) yaitu dengan melakukan magang di BPR Syariah tersebut.

III.6. Variabel Penelitian

Sekaran (2006:115) menjelaskan bahwa variable adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variable bebas dan variable terikat :

a. Variabel Independen (bebas)

Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau menyebabkan terjadinya perubahan pada variabel dependen (Maman dan Sambas, 2011:74). Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah Komitmen Manajemen Puncak dalam Kulaitas Pelayanan BPR Syariah. Variabel pelayanan dalam penelitian ini yaitu antara lain :

- 1) Pelayanan *Customer Service* (X1)
- 2) Pelayanan *Teller* (X2)
- 3) Pelayanan *Marketing* (X3)

b. Variabel Dependen (terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Maman dan Sambas, 2011:75). Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen (Sugiono, 2017 : 39). Dalam penelitian ini yang bertindak sebagai variabel terikat adalah Kepuasan Nasabah (Y).

III.7. Indikator Variabel Penelitian

Indikator variabel penelitian dapat diperoleh dari simpulan variabel yang digunakan. Indikator dan simpulan inilah yang akan digunakan selanjutnya untuk membuat kisi-kisi instrumen.

Analisis data dalam penelitian ini merupakan analisis kuantitatif, yaitu analisis data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan (*scoring*) mulai dari sangat tidak setuju dengan skor 1 sampai 5 sangat

setuju. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala likert 5 jenjang dengan menggunakan alternatif jawaban sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Tabel 3.1

Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Sub. Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X)	Pelayanan CS (X1)	Ketepatan waktu	Skala Likert
		Kerapihan	
		Sikap Sopan dan Santun	
		Pengetahuan dan Pengalaman yang baik	
		Kemampuan memulai pembicaraan dengan menarik	
	Pelayanan Teller (X2)	Percaya diri	
		Kecepatan dalam melayani	
		Penampilan	
		Keramahan dan Kesopanan	
	Pelayanan Marketing (X3)	Kemampuan Marketing dalam menanyakan keluhan	
		Kemampuan dalam menjelaskan jawaban terhadap keberatan nasabah	
		Kompetensi marketing dalam melayani nasabah	
Kepuasan Nasabah (Y)	Minat bertransaksi	Kenyaman saat berada didalam kantor BPR Syariah	Skala Likert
		keamanan dalam bertransaksi	

III.8. Tehnik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, tehnik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif, maka tehnik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia. (Sugiono, 2017 : 243) dalam penelitian ini peneliti menggunakan SPSS 16.0.

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengolahan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem yang diterapkan. *Scoring* dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Menurut Murti & Salamah (2005:60) Skala Likert didesain untuk menilai sejauh mana subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan. (digilib.unila.ac.id)

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen (Arikunto, 2010:211). Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Arikunto (2010:211) berpendapat bahwa sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sahih tidaknya angket dari variabel Pelayanan CS, *Teller*, dan *Marketing* terhadap kepuasan nasabah.

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05.

Kriteria pengujiannya adalah jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Jumlah data/ responden (n) = 100, maka di dapat r tabel sebesar 0,195. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa SPSS 16.0 (*Statistical Package for Social Science* 16.0).

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur dapat diandalkan untuk digunakan lebih lanjut. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien cronbach's alpha, di mana menurut Ghozali (2005:133) bahwa instrumen dikatakan reliabel jika memiliki koefisien cronbach's alpha sama dengan 0,60 atau lebih.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan perubahan variabel satu disebabkan oleh variabel yang lain dan dinyatakan dalam bentuk persamaan matematik (model matematika). Dalam hal ini, regresi dilakukan untuk menentukan besarnya Kepuasan Nasabah (Y) yang disebabkan oleh Pelayanan CS (X_1), Pelayanan *Teller* (X_2), dan pelayanan *Marketing* (X_3). Adapun spesifikasi persamaan garis linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

X_1 = Pelayanan CS

- X2 = Pelayanan *Teller*
X3 = Pelayanan *Marketing*
a0 = Konstanta
b1, b2, b3 = Koefisien regresi

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 16.0. Analisis regresi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen untuk kinerja pada masing-masing variabel baik secara parsial maupun secara simultan. Sebelum melakukan uji linier berganda, metode mensyaratkan untuk melakukan uji asumsi klasik guna mendapatkan hasil yang terbaik (Ghozali, 2011:105). Tujuan pemenuhan asumsi klasik ini dimaksudkan agar variabel bebas sebagai estimator atas variabel terikat tidak bias. (Skripsi Era, 2019)

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif. Ada empat pengujian dalam uji asumsi klasik, yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji

statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikans $>0,05$ (ImamGhozali,2011:160165).

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2011:105106) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variable lindependen, jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafikplot, uji park, uji glejser, dan uji white. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik Plot antara nilai prediksi variable dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. (ImamGhozali,2011:139143).

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1(sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (ImamGhozali,2011:110). Pada penelitian ini untuk menguji ada tidak nya gejala autokorelasi menggunakan

uji Durbin Watson (D W test). dengan ketentuan sebagai berikut (Algifari, 2000) :

Kurang 1,4797	= Ada autokorelasi
1,4797 s/d 1,6889	= Tanpa kesimpulan
1,6889s/d 2,3111	= Tidak ada autokorelasi
2,3111 s/d 3,213	= Tanpa kesimpulan
Lebih dari 3,213	= Ada autokorelasi

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol). (Wikipedia) Analisis linier berganda dilakukan dengan uji koefisien determinasi, uji t, dan uji F.

a. Uji Simultan (Uji-F)

Menurut Ghozali (2011:98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan ketiga variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak (koefisien regresi signifikan).

Ini berarti secara simultan ketiga variabel independen tersebut mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Parsial (Uji-t)

Menurut Ghozali (2011:98) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$).

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Jika signifikan $< 0,05$ maka H_0 diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat, serta untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel pelayanan CS (X1), Pelayanan *Teller* (X2) dan pelayanan *Marketing* (X3) terhadap variabel Kepuasan nasabah (Y).

BAB IV

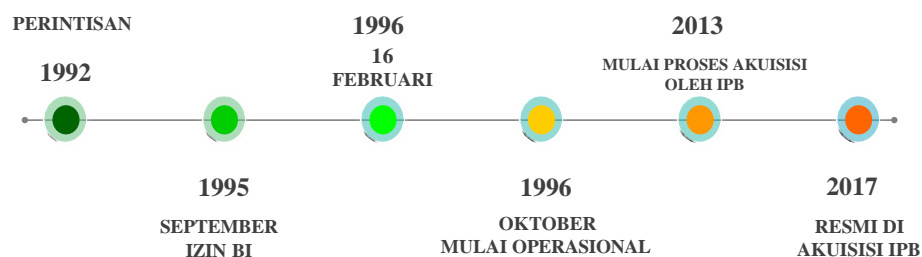
HASIL DAN PEMBAHASAN

IV.1. Gambaran Umum BPR Syariah Botani

BPR Syariah Botani berdiri tahun 1996. Mulai dirintis sejak tahun 1992 dengan nama awal BPR Syariah Bina Rahmah. Pada 27 Juni 2013 PT. Bogor *Life Science and Technology* (PT. BLST) yang merupakan holding company Institut Pertanian Bogor telah melakukan AKUISISI saham PT. BPR Syariah Bina Rahmah. Hal ini menyebabkan BPR Syariah Bina Rahmah berganti *branding* menjadi BPR Syariah Botani.

Ketertinggalan kaum duaafa dalam berbagai aspek kehidupan dan masih sulitnya perbankan syariah yang dapat menembus lapisan bawah, menjadi awal inisiasi perintisan BPR Syariah. Dengan melihat potensi umat Islam yang besar dalam posisinya sebagai kelompok produsen, kelompok konsumen, bahkan kelompok jasa tenaga kerja. Inisiasi yang diawali oleh Korps Alumni Himpunan Mahasiswa Islam dilanjutkan oleh ICMI Orwil Bogor yang juga dipimpin oleh H Sjafrri Mangkuprawira.

Jejak Langkah



Gambar 4.1 Jejak langkah BPR Syariah Botani

VISI

Menjadi role model Bank milik Perguruan Tinggi yang mendukung *sosiotecnopreneur*

MISI

1. Mengembangkan layanan keuangan inovatif yang sesuai dengan prinsip syariah.
2. Membangun lembaga keuangan syariah yang sehat, tumbuh pesat dan bermanfaat bagi ummat.
3. Mendorong terbentuknya pusat pembelajaran keuangan syariah.
4. Mewujudkan kesejahteraan bagi stakeholder bank
5. Mendorong terbentuknya jaringan sinergis dalam pengembangan bisnis khususnya yang berbasis pertanian.

IV.1.1. Logo BPR Syariah Botani

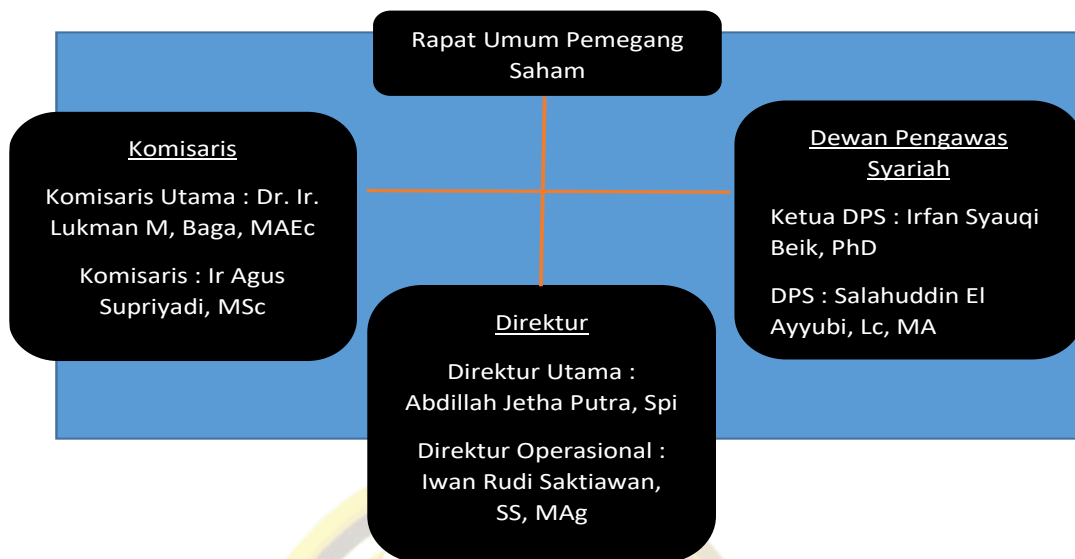


Gambar 4.2 Logo BPR Syariah Botani

IV.1.2. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi di BPR Syariah Botani PT BPR Syariah Bina Rahmah terdiri dari:

1. Dewan Komisaris
2. Dewan Pengawas Syariah
3. Dewan Direksi



Gambar 4.3 Struktur Organisasi BPR Syariah Botani

IV.1.3. Kegiatan Umum Perusahaan

BPR Syariah Botani adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang pendiriannya diprakarsai oleh Organisasi Wilayah ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia) Bogor dan diresmikan oleh Prof. BJ. Habibie yang pada saat itu sebagai ketua umum ICMI. BPR Syariah Botani memiliki kepedulian terhadap masalah ekonomi rakyat kecil. BPR Syariah Botani hadir sebagai bagian dari sinergi dalam upaya pemberdayaan ekonomi rakyat bersama dengan lembaga-lembaga keuangan syariah lainnya.

BPR Syariah merupakan lembaga keuangan resmi sesuai dengan Nomor Register yang terdaftar di Kemenkumham (AHU-AH-.01.03.0286649) dan OJK (620061) serta dijamin LPS dengan Nomor Kepesertaan (41300012). Sebagaimana lembaga keuangan perbankan lainnya, BPR Syariah Botani juga melakukan fungsi intermediasi yang menjembatani pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak

yang membutuhkan dana melalui penghimpunan dana dan penyaluran pembiayaan. Menyimpan uang di BPR Syariah Botani sangat aman, karena BPR Syariah Botani mengikuti program penjaminan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), sehingga dana yang tersimpan di BPR Syariah Botani baik dalam bentuk tabungan dan deposito terjamin keamanannya asal sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

Produk yang digunakan oleh BPRS Botani

1. Produk Pembiayaan Khusus Civitas Akademi IPB

- a. BEYAS (Pembiayaan Karyawan Sejahtera) yaitu Solusi cepat dan tepat penuhi kebutuhan anda, Renovasi Rumah, Pembelian Furniture, Elektronik, Modal Usaha, dan Tujuan lainnya.
PNS Plafon maksimal 300 juta jangka waktu 6 s/d 60 Bulan
Non PNS Plafon maksimal 50 juta jangka waktu 6 s/d 24 Bulan
- b. LITCHI (Pembiayaan Penelitian Civitas IPB) yaitu pembiayaan yang dikhususkan untuk para dosen IPB dalam menjalankan riset penelitiannya. Pencairan hingga 300 juta Proses pencairan mudah dan cepat tidak ada jaminan berupa apapun
- c. Pembiayaan UKT (Pembiayaan Khusus Pembayaran UKT) yaitu menangani KRS diblokir karena belum bayar UKT. Plafon maksimal 20 juta jangka waktu 1 s/d 1 Bulan
- d. GARCIUS (Pembiayaan Pedagang Lingkar Kampus) yaitu penyaluran dana khusus untuk pelaku usaha lingkar kampus IPB yang sesuai dengan prinsip syariah. Plafon maksimal 10 juta jangka waktu maksimal 5 Bulan. Angsuran tetap setiap bulannya

2. Produk Pembiayaan Segmentasi Umum

- a. Pembiayaan CITRUS (Citra Usaha) yaitu Pembiayaan Khusus UKM
- b. Pembiayaan MULTIGUNA yaitu Pembiayaan Khusus Karyawan
- c. Pembiayaan MODAL USAHA yaitu Pembiayaan Khusus Pedagang

3. Produk Tabungan

- a. Tabungan Rahmah yaitu tabungan yang bisa menjadi fasilitas dalam menjaga harta anda. Tabungan rahmah hadir dengan segala kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi yang sesuai dengan prinsip syariah
- b. Tabungan Amanah yaitu untuk menjaga harta anda agar tetap utuh dengan segala kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi sehari-hari
- c. Tabungan Bimapan yaitu produk tabungan berjangka dari BPRS Botani yang ditujukan untuk membantu perencanaan keuangan anda guna mewujudkan masa depan yang lebih pasti dan aman
- d. SIMAPAN yaitu produk tabungan BPRS Botani yang dapat dimanfaatkan oleh pelajar atau civitas mahasiswa yang membutuhkan tempat menyimpan dana secara aman dan terpercaya dengan persyaratan yang mudah serta beragam keuntungan yang bisa didapatkan

#BPRSBotaniMemberiSolusi

Wujudkan cita-cita cemerlang masa depan anda dengan giat menabung sejak dini di BPRS Botani.

#BPRSBotaniMenjadiSolusi

1. Tabungan berprinsip syariah (wadiah yad dhomanah)
2. Setoran awal hanya Rp. 25.000,-
3. Mendapatkan imbalan berupa bonus dari bank

4. Pick up service (jemput & antar tabungan)
5. Memperoleh asuransi kecelakaan tanpa harus bayar asuransi
6. Uang anda dijamin oleh LPS hingga 2 miliar
7. Saldo bisa dikosongkan (tidak ada saldo mengendap)

NAMA PRODUK	SALDO MINIMAL SETORAN AWAL	SALDO MINIMAL SETORAN	BIAYA ADM PER BULAN	SALDO MENGENDAP / MINIMUM	BIAYA PERGANTIAN BUKU TABUNGAN	BIAYA PENUTUPAN REKENING	ASURANSI	JANGKA WAKTU PENGAMBILAN	BONUS TABUNGAN
Tabungan RAHMAH									
Perorangan	25.000	10.000	1.500	10.000	15.000	10.000	-	-	Ada
Lembaga/Instansi	100.000	50.000	1.500	50.000	15.000	50.000	-	-	Ada
Tabungan AMANAH									
	25.000	10.000	0	0	15.000	10.000	-	-	-
Tabungan BIMAPAN									
	100.000	10.000	5.000	0	15.000	25.000	Ada	Ada	Ada
Tabungan SIMAPAN									
	10.000	5.000	500	10.000	15.000	10.000	-	-	Ada

SETTING PADA SYSTEM IBA SAAT INI

Note : 180 Hari tanpa ada transaksi, rekening tabungan otomatis menjadi tabungan pasif
365 Hari saldo pada tabungan sebesar Rp. 0- otomatis rekening tabungan akan ditutup

Gambar 4.4 Setting pada Sistem IBA saat ini di BPR Syariah Botani

4. Produk Deposito

- a. Deposito Rahmah
- b. Deposito Prima

Deposito Aman & Berkah

Deposito Mudharabah Tenang & Mentrentamkan Sesuai Syariah. BPR Syariah Botani akan mengelola setiap rupiah deposito secara syariah sehingga menghasilkan keuntungan yang maksimal

1. Minimal penempatan Rp. 3.000.000,-
2. Bagi hasil bisa ditransfer ke bank lain
3. Aman – Dijamin oleh LPS & Terdaftar di OJK
4. Eq.rate juni 2019 8,7%. Bagi hasil setara 50:50

Keunggulan :

Halal & Berkah sesuai Prinsip Syariah

Angsuran Tetap tidak terpengaruh Suku Bunga

Proses Cepat 2-3 hari cair

Tabel 4.1
Persyaratan Pembiayaan

No	Jenis Dokumen	BEYAS	LITCHI	GARCIUS	UKT
1	FC KTP (Suami & Istri)	√	√	√	√
2	FC KK & Buku Nikah	√	√	√	√
3	Slip Gaji / RK (3 bulan terakhir)	√	√		√
4	FC Ijazah Terakhir	√	√		√
5	FC SPPT / PBB Rumah Terbaru	√		√	√
6	FC Surat Keterangan Kerja Terbaru	√	√		
7	FC Surat Keterangan Usaha			√	
8	FC SK Kontrak Tempat Usaha			√	

Keterangan :

1. Jaminan BEYAS, UKT, & LITCHI adalah Ijazah Terakhir
2. Jaminan GARCIUS Adalah Surat Keterangan Usaha Asli

Jumlah Angsuran 40 % dari THP/Bulan atau Join Income Suami & Istri

IV.2. Data Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang berumur 17 tahun ke atas baik yang sudah menjadi nasabah BPR Syariah atau yang berpotensi menjadi nasabah BPR Syariah. Berdasarkan data dari 100 responden melalui survei metode pengumpulan data dengan kuesioner diperoleh kondisi responden tentang jenis kelamin, umur, pekerjaan dan lainnya adalah sebagai berikut :

IV.2.1. Domisili Tempat Tinggal Responden

Adapun data mengenai domisili tempat tinggal responden berdasarkan Kecamatan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2

Domisili Tempat Tinggal

No	Domisili Tempat Tinggal	Responden	%
1	Pamijahan	60	60
2	Kota Bogor Barat	21	21
3	Sawangan Depok	5	5
4	Leuwiliang	5	5
5	Cibungbulang	2	2
6	Ciampea Udik	2	2
7	Tangerang Selatan	1	1
8	Tenjolaya	1	1
9	Cigudeg	1	1
10	Tamansari	1	1
11	Leuwisadeng	1	1
Jumlah		100	100

Sumber Data : Hasil jawaban responden yang diolah Excel 2013

Berdasarkan Keterangan pada tabel 4.2 di atas dapat diketahui tentang Domisili tempat tinggal responden yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah Kecamatan Pamijahan yaitu sebanyak 60 orang atau sebesar 60 %, sedangkan dari Kecamatan Kota Bogor Barat sebanyak 21 orang atau sebesar 21 %, Kecamatan Sawangan Depok sebanyak 5 orang atau sebesar 5 %, Kecamatan Leuwiliang sebanyak 5 orang atau sebesar 5 %, Kecamatan Cibungbulang sebanyak 2 orang atau sebesar 2 %, Kecamatan Ciampea Udik sebanyak 2 orang atau sebesar 2 %, Kecamatan Tangerang Selatan 1 orang atau 1 %, Kecamatan Tenjolaya 1 orang atau 1 %, Kecamatan Cigudeg 1 orang atau 1 %, Kecamatan Tamansari 1 orang atau 1 %, dan Kecamatan Leuwisadeng 1 orang atau 1 %.

IV.2.2. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Responden	%
1	Perempuan	60	60
2	Laki-Laki	40	40
Jumlah		100	100

Sumber Data : Hasil jawaban responden yang diolah Excel 2013

Berdasarkan Keterangan pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan yaitu sebanyak 60 orang atau sebesar 60 %, sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 40 orang atau sebesar 40 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden adalah perempuan.

IV.2.3. Umur Responden

Adapun data mengenai umur responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4

Umur Responden

No	Umur	Responden	%
1	17 s/d < 26	66	66
2	27 s/d < 36	16	16
3	37 s/d < 46	13	13
4	47 s/d < 56	2	2
5	57 s/d < 66	3	3
Jumlah		100	100

Sumber Data : Hasil jawaban responden yang diolah Excel 2013

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 di atas memberikan informasi bahwa mayoritas responden berumur 17 s/d < 26 tahun, yaitu sebanyak 66 orang atau

sebesar 66 %, sedangkan yang berumur 27 s/d < 36 tahun sebanyak 16 orang atau sebesar 16 %, yang berumur 37 s/d < 46 tahun sebanyak 13 orang atau sebesar 13 %, yang berumur 47 s/d < 56 tahun sebanyak 2 orang atau sebesar 2 %, dan yang berumur 57 s/d < 66 tahun yaitu sebanyak 3 orang atau sebesar 3 %. Umur ini adalah umur yang representatif atau berpotensi menjadi nasabah BPR Syariah.

IV.2.4. Pendidikan Terakhir Responden

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan	Responden	%
SD/Sederajat	19	19
SMP/Sederajat	12	12
SMA/Sederajat	56	56
S1	12	12
S2	1	1
Jumlah	100	100

Sumber Data : Hasil jawaban responden yang diolah Excel 2013

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.5 di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari responden memiliki pendidikan SMA/Sederajat yaitu sebanyak 56 orang atau sebesar 56 %, sedangkan yang berpendidikan SD/Sederajat sebanyak 19 orang atau sebesar 19 %, yang berpendidikan SMP/Sederajat sebanyak 12 orang atau sebesar 12 %, yang berpendidikan S1 sebanyak 12 orang atau sebesar 12 %, dan yang berpendidikan S2 yaitu 1 orang atau 1 %.

IV.2.5. Status Pekerjaan Responden

Adapun mengenai status pekerjaan responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6

Status Pekerjaan Responden

No	Status Pekerjaan	Responden	%
1	Pelajar/Mahasiswa	46	46
2	Wiraswasta	20	20
3	Ibu Rumah Tangga	17	17
4	Pegawai/Buruh	14	14
5	Guru	3	3
Jumlah		100	100

Sumber Data : Hasil jawaban responden yang diolah Excel 2013

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, yaitu sebanyak 46 orang atau sebesar 46 %, sedangkan yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta yaitu sebanyak 20 orang atau sebesar 20 %, yang memiliki pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) sebanyak 17 orang atau sebesar 17 %, yang memiliki pekerjaan pegawai/buruh sebanyak 14 orang atau sebesar 14 %, dan yang memiliki pekerjaan sebagai guru yaitu sebanyak 3 orang atau sebesar 3 %.

IV.2.6. Domisili Tempat Bekerja Responden

Adapun data mengenai domisili tempat bekerja responden berdasarkan Kota/Kabupaten adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7

Domisili Tempat Bekerja

No	Domisili Tempat Bekerja	Responden	%
1	Kabupaten Bogor	53	53
2	Kota Bogor	36	36
3	Jakarta	6	6

4	Depok	2	2
5	Tangerang	1	1
6	Sumedang	1	1
7	Bekasi	1	1
Jumlah		100	100

Sumber Data : Hasil jawaban responden yang diolah Excel 2013

Berdasarkan Keterangan pada tabel 4.7 di atas dapat diketahui tentang Domisili tempat bekerja responden yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah dari Kabupaten Bogor yaitu sebanyak 53 orang atau sebesar 53 %, sedangkan dari Kota Bogor sebanyak 36 orang atau sebesar 36 %, dari Jakarta sebanyak 6 orang atau sebesar 6 %, dari Depok sebanyak 2 orang atau sebesar 2 %, dari Tangerang 1 orang atau sebesar 1 %, dari Sumedang 1 orang atau sebesar 1 %, dan dari Bekasi 1 orang atau sebesar 1%.

IV.2.7. Responden yang belum dan sudah menjadi nasabah BPR Syariah

Adapun mengenai jumlah responden yang belum dan sudah menjadi nasabah BPR Syariah adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8

Sudah/Belum	Responden	%
Belum	74	74
Sudah	26	26
Jumlah	100	100

Sumber Data : Hasil jawaban responden yang diolah Excel 2013

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa responden yang belum menjadi nasabah BPR Syariah adalah 74 orang atau sebesar 74 % dan jumlah responden yang sudah menjadi nasabah BPR Syariah adalah 26 orang atau sebesar 26 %. Jumlah responden yang sudah menjadi nasabah lebih

sedikit dari jumlah responden yang belum menjadi nasabah BPR Syariah namun tetap representatif dan memiliki potensi menjadi nasabah BPR Syariah atau cukup mengenal BPR Syariah sebagai Lembaga Keuangan Syariah.

IV.2.8. Responden yang sudah menjadi nasabah BPR Syariah

Dari 74 orang responden yang belum menjadi nasabah BPR Syariah, 26 Responden sudah menjadi nasabah BPR Syariah. Adapun data mengenai dimana saja dari 26 responden tersebut menjadi nasabah yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.9

No	Nama BPRS	Responden	%
1	BPR Syariah Amanah Ummah	14	14
2	BPR Syariah Bina Rahmah (BPRS Botani)	12	12
Jumlah		26	26

Sumber Data : Hasil jawaban responden yang diolah Excel 2013

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa responden yang menjadi nasabah BPR Syariah Amanah Ummah adalah 14 orang atau sebesar 14 % dan jumlah responden yang sudah menjadi nasabah BPR Syariah Bina Rahmah (BPRS Botani) adalah 12 orang atau sebesar 12 %.

Adapun data mengenai lama menjadi nasabah BPR Syariah yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.10

Lama Menjadi Nasabah	Responden	%
Dibawah 1 Tahun	21	21
Dibawah 2 Tahun	2	2
2-5 Tahun	3	3
Jumlah	26	26

Sumber Data : Hasil jawaban responden yang diolah Excel 2013

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa lama menjadi nasabah BPR Syariah dibawah 1 tahun adalah 21 orang atau sebesar 21 %, jumlah responden yang menjadi nasabah dibawah 2 tahun adalah 2 orang atau sebesar 2 %, dan jumlah responden yang sudah menjadi nasabah selama 2-5 tahun adalah 3 orang atau sebesar 3 %.

Adapun data mengenai status responden sebagai nasabah di BPR Syariah adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11

Status Nasabah	Responden	%
Penabung	24	24
Peminjam	1	1
Investor	1	1
Jumlah	26	26

Sumber Data : Hasil jawaban responden yang diolah Excel 2013

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa status responden menjadi nasabah BPR Syariah sebagai penabung adalah 24 orang atau sebesar 24 %, jumlah responden yang menjadi nasabah sebagai peminjam adalah 1 orang atau sebesar 1 %, dan jumlah responden yang sudah menjadi nasabah sebagai investor adalah 1 orang atau sebesar 1 %.

IV.3. Deskripsi Jawaban Responden

Tabel 4.12

Variabel	Rata-Rata
<i>Pelayanan Customer Service</i>	
Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan nomor antrean	3,77
Bersikap sopan kepada nasabah	4,03
Perilaku Customer Service di BPR Syariah membuat nasabah merasa percaya kepada Bank	3,75
Memiliki pengetahuan dan pengalaman yang baik	3,84

Kerapihan dan kebersihan penampilan Customer Service yang ada di BPR Syariah	4,04
Memberikan perhatian individual kepada nasabah	3,77
Memberi pelayanan yang terbaik pada pelayanan pertama kali	3,96
Mengatakan yang sebenarnya kepada nasabah ketika melayani	3,87
Memberikan pelayanan secara cepat kepada nasabah	3,86
Selalu ingin membantu nasabah	3,86
<i>Pelayanan Teller</i>	
Penampilan Teller BPR Syariah yang bersih, rapi, dan tidak berlebihan	4,02
Teller melayani nasabah dengan urutan kedatangan dengan tidak membeda-bedakan	3,93
Kecepatan Teller dalam melakukan transaksi	3,8
Memberikan pelayanan kepada nasabah hingga tuntas	3,96
Kebersihan ruangan transaksi perbankan	4,06
Cepat tanggap terhadap permintaan nasabah	3,88
Menunjukkan rasa percaya diri dan bersikap siap melayani/membantu nasabah	4,06
Keramahan dan kesopanan Teller dalam melayani nasabah	4,01
Memiliki kemampuan untuk menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah	4,01
Menciptakan suasana nyaman dan menyenangkan dengan memberi senyum dan salam	4,05
<i>Pelayanan Marketing</i>	
Kompetensi Marketing di BPR Syariah sangat kompeten	3,75
Marketing BPR Syariah sangat disiplin sekali dengan memberikan pelayanan kepada nasabah	3,78
Sikap kepedulian yang dimiliki Marketing sangat baik	3,83
Prosedur Pendaftaran nasabah sangat tertib dan cepat	3,68
Kerahasiaan status nasabah sangat dirahasiakan	4,01
Kecepatan waktu yang dipakai Marketing sangat cepat	3,79
Selalu memberikan pelayanan dengan baik sesuai dengan harapan	3,83
Selalu adil dalam melayani nasabah	3,88
Selalu maksimal dalam melayani proses transaksi nasabah	3,89
Sudah mempunyai pengalaman dalam melayani nasabah	3,9
<i>Kepuasan Nasabah</i>	
Kinerja BPR Syariah	3,84
Pengawasan penggunaan fasilitas kantor	3,74
Kebersihan kantor	4,01
Nyaman dengan suhu udara di dalam kantor	3,92
Nyaman dengan pencahayaan di ruangan	3,98

Pelayanan di BPR Syariah	3,89
Ketepatan dan kecepatan dari pelayanan BPR Syariah	3,87
Nyaman saat berada di dalam kantor dengan fasilitas yang tersedia	3,9
Nyaman dengan pegawai BPR Syariah yang ramah	3,91
BPR Syariah sangat mengerti apa yang diinginkan nasabah	3,92

Sumber Data : Hasil jawaban responden yang diolah Excel 2013

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat dilihat bahwa terdapat 4 variabel yang diteliti yaitu Pelayanan CS, Pelayanan *Teller*, Pelayanan *Marketing*, dan Kepuasan Nasabah. Dengan melihat jawaban responden secara rata pada variabel Pelayanan CS dengan secara rata-rata memiliki nilai 4 artinya kecenderungan setuju. Ini mengindikasikan bahwa ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan nomor antrean, bersikap sopan kepada nasabah, memiliki pengetahuan dan pengalaman yang baik, kerapian dan kebersihan penampilan CS, memberikan perhatian individual kepada nasabah, memberikan pelayanan yang terbaik pada pelayanan pertama kali, mengatakan yang sebenarnya kepada nasabah ketika melayani, memberikan pelayanan secara cepat, dan selalu ingin membantu nasabah. Berarti Pelayanan CS perlu mempertahankan bahkan meningkatkan agar lebih memberikan kepuasan bagi nasabah dan mampu menularkan ke calon nasabah yang lain.

Pada pelayanan *Teller* menunjukkan bahwa nilai rata-rata nya sebesar ± 4 artinya kecenderungan nasabah menjawab setuju. Ini berarti Pelayanan yang dilakukan oleh *Teller* mampu memberikan penampilan yang bersih, rapi, dan tidak berlebihan, melayani nasabah dengan urutan kedatangan dengan tidak membedakan, kecepatan dalam melakukan transaksi, memberikan pelayanan kepada nasabah hingga tuntas, kebersihan ruangan transaksi perbankan, cepat tanggap terhadap permintaan nasabah, percaya diri dan bersikap siap melayani nasabah,

ramah dan sopan dalam melayani nasabah, memiliki kemampuan untuk menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah, dan menciptakan suasana nyaman dan menyenangkan dengan memberi senyum dan salam. Hal ini diperlukan untuk meningkatkan daya tarik agar nasabah lebih tertarik dengan BPR Syariah dengan memberikan kemudahan dalam bertransaksi atau kecepatan pelayanan.

Pada Pelayanan Marketing menunjukkan bahwa nilai rata-rata pada variabel tersebut ± 4 dapat diartikan bahwa secara keseluruhan konsumen kecenderungannya menjawab setuju. Hal ini memberikan gambaran bahwa kompetensi *marketing* di BPR Syariah sangat kompeten, sangat disiplin dalam melayani nasabah, memiliki sikap kepedulian yang baik, prosedur pendaftaran sangat tertib dan cepat, kerahasiaan status nasabah sangat dirahasiakan, kecepatan waktu dalam melayani, memberikan pelayanan dengan baik sesuai dengan harapan, selalu adil dalam melayani, selalu maksimal dalam melayani proses transaksi nasabah, dan sudah memiliki pengalaman dalam melayani nasabah. Ini memberikan kemudahan nasabah dengan pelayanan yang terjamin nasabah tidak merasa khawatir dan pelayanan *Marketing* perlu mempertahankan dengan meminimalkan resiko yang dikawatirkan nasabah apabila bertransaksi di BPR Syariah

Pada kepuasan nasabah kecenderungan responden juga menjawab setuju dengan nilai rata-rata ± 4 artinya bahwa nasabah dalam bertransaksi disesuaikan dengan kinerja BPR Syariah, pengawasan penggunaan fasilitas kantor, kebersihan kantor, suhu udara, pencahayaan, pelayanan, ketepatan dan kecepatan dalam melayani, merasa nyaman dengan fasilitas yang tersedia, pegawai BPR Syariah yang ramah, dan mengerti apa yang diinginkan nasabah. Ini menggambarkan

bahwa dalam kepuasan nasabah akan lebih selektif untuk melakukan transaksi dengan pelayanan sehingga BPR Syariah perlu meningkatkan kepercayaan nasabah dari pelayanan agar nasabah dalam melakukan keputusan bertransaksi dengan penuh keyakinan pada BPR Syariah.

IV.4. Analisis Data

IV.4.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah data yang didapat di lapangan memang benar-benar layak untuk diteliti atau tidak. pada pengujian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Metode yang digunakan untuk menilai validitas kuesioner adalah menggunakan *pearson correlation*

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujiannya adalah jika r hitung $\geq r$ tabel maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Jumlah data/ responden (n) = 100, maka di dapat r tabel sebesar 0,195. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa SPSS 16.0 *.(Statistical Package for Social Science 16.0).*

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Pelayanan <i>Customer Service</i> (X1)	X1.1	0,695	0,195	VALID
	X1.2	0,68	0,195	VALID
	X1.3	0,735	0,195	VALID
	X1.4	0,783	0,195	VALID
	X1.5	0,746	0,195	VALID
	X1.6	0,71	0,195	VALID
	X1.7	0,663	0,195	VALID
	X1.8	0,722	0,195	VALID
	X1.9	0,747	0,195	VALID
	X1.10	0,653	0,195	VALID
Pelayanan <i>Teller</i> (X2)	X2.1	0,635	0,195	VALID
	X2.2	0,77	0,195	VALID
	X2.3	0,72	0,195	VALID
	X2.4	0,765	0,195	VALID
	X2.5	0,728	0,195	VALID
	X2.6	0,752	0,195	VALID
	X2.7	0,797	0,195	VALID
	X2.8	0,695	0,195	VALID
	X2.9	0,626	0,195	VALID
	X2.10	0,738	0,195	VALID
Pelayanan <i>Marketing</i> (X3)	X3.1	0,596	0,195	VALID
	X3.2	0,722	0,195	VALID
	X3.3	0,719	0,195	VALID
	X3.4	0,698	0,195	VALID
	X3.5	0,56	0,195	VALID
	X3.6	0,76	0,195	VALID
	X3.7	0,833	0,195	VALID
	X3.8	0,798	0,195	VALID
	X3.9	0,8	0,195	VALID
	X3.10	0,723	0,195	VALID
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,817	0,195	VALID
	Y.2	0,709	0,195	VALID
	Y.3	0,754	0,195	VALID
	Y.4	0,748	0,195	VALID
	Y.5	0,76	0,195	VALID

	Y.6	0,791	0,195	VALID
	Y.7	0,771	0,195	VALID
	Y.8	0,762	0,195	VALID
	Y.9	0,794	0,195	VALID
	Y.10	0,836	0,195	VALID

Sumber Data : Hasil jawaban responden yang diolah Excel 2013

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas menunjukkan terdapat 4 variabel yang menjadi bahan penelitian dari keempat variabel yang diteliti memiliki 10 item pertanyaan. Dari masing-masing item pertanyaan pada setiap variabel baik independen maupun dependen ternyata memiliki nilai R hitung lebih besar daripada R tabel maka datanya yang didapat dilapangan dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60

Tabel 4.14

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbah's Alpha	Role of Thumb	Keterangan
Pelayanan CS	0,892	0,6	Reliabel
Pelayanan <i>Teller</i>	0,897	0,6	Reliabel
Pelayanan <i>Marketing</i>	0,897	0,6	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,779	0,6	Reliabel

Sumber Data : Hasil jawaban responden yang diolah Excel 2013

Berdasarkan Tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa pada pengujian ini dilakukan secara variabel bukan secara item pertanyaan pada setiap variabel yang dapat dilihat hasilnya adalah nilai *cronbah's alpha* lebih besar daripada 0,6 maka dapat dikatakan reliabel.

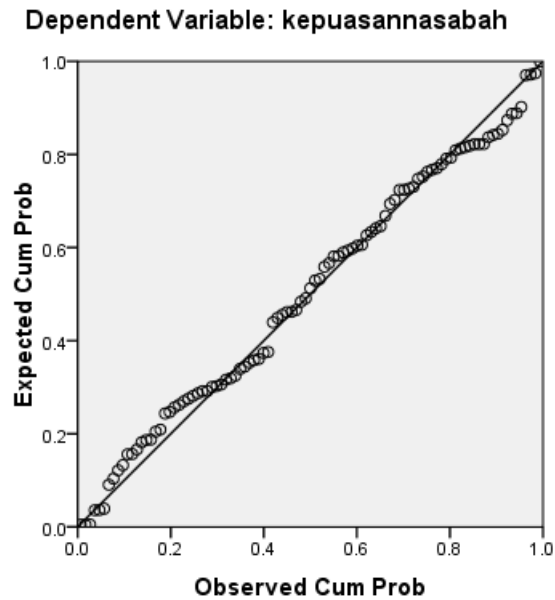
IV.4.2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk melihat data yang digunakan mengalami penyimpangan asumsi klasik atau tidak. Pada uji asumsi yang dilakukan terdapat 3 uji yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil dari 3 uji yang digunakan adalah:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Hasil uji normalitas secara grafik *Probability Plot* dengan menggunakan SPSS versi 16.0 untuk variabel Kepuasan Nasabah ditunjukkan dengan grafik dibawah ini :

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.5 Normal P-Plot

Sumber : Output SPSS 16.0

Berdasarkan tampilan grafik Normal P-Plot diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal karena data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis. Berdasarkan grafik normal plot, menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini karena memenuhi asumsi normalitas.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan kolmogorov-Sminov (KS) adalah sebagai berikut :

Tabel 4.15

Hasil Uji Normalitas

<i>Kolmogorove-Smirnove</i>	<i>Asymp.Sig</i>	Kriteria	Keterangan
0,612	0,847	> 0,05	Berdistribusi Normal

Sumber Data : Hasil jawaban responden yang diolah Excel 2013

Berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan pada *Asym.sig* sebesar 0,847 yang dapat dikatakan nilai *asym.sig* 0,847 lebih besar daripada 0,05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

2. Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui adanya autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan melalui pengujian terhadap nilai uji Durbin Watson (Uji DW), dengan ketentuan sebagai berikut (Algifari, 2000) :

Kurang 1,4797	= Ada autokorelasi
1,4797 s/d 1,6889	= Tanpa kesimpulan
1,6889s/d 2,3111	= Tidak ada autokorelasi
2,3111 s/d 3,213	= Tanpa kesimpulan
Lebih dari 3,213	= Ada autokorelasi

Tabel 4.16
Hasil Uji Autokolerasi DW

Model	Durbin-Watson
1	1.863

Sumber : Output SPSS 16.0

Pada hasil uji regresi melalui SPSS versi 21 yang terlihat pada Tabel 4.16 menghasilkan nilai *Durbin Watson* sebesar 1,863 disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah autokorelasi.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai *Tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai cutoff yang umum dipakai adalah nilai tolerance di atas 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10.

Tabel 4.17
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
pelayanancustomerservice	.297	3.372
pelayanan teller	.249	4.023
pelayanan marketing	.979	1.022
bank pembiayaan rakyat syariah	.361	2.769

Sumber : Output SPSS 16.0

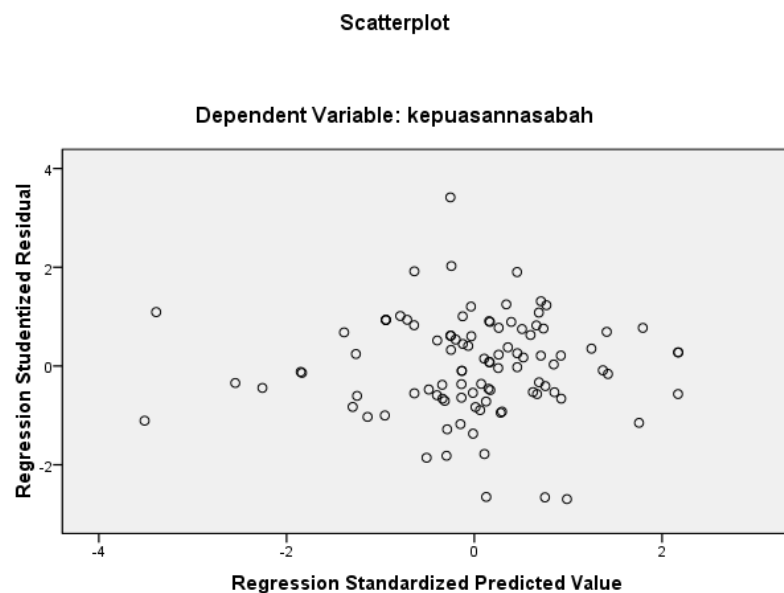
Berdasarkan Tabel 4.17 nilai Tolerance dan VIF terlihat bahwa tidak ada nilai Tolerance di bawah 0.10 dan nilai VIF tidak ada di atas 10 hal ini berarti keempat variabel independen tersebut tidak terdapat hubungan multikolinieritas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan

yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas antar variabel independen dapat dilihat dari grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Adapun grafik hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan SPSS versi 16.0 dapat dilihat di bawah ini :



Gambar 4.6 Scatterplot

Sumber : Output SPSS 16.0

Berdasarkan Gambar 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa data (titik-titik) menyebar secara merata di atas dan di bawah garis nol, tidak berkumpul di satu tempat, serta tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji regresi ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

IV.4.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Alat yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah analisis regresi berganda. Analisis ini digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, serta untuk menunjukkan arah hubungan variabel-variabel tersebut. Analisis ini akan membentuk sebuah persamaan yang dapat dijelaskan hasilnya dibawah ini:

Tabel 4.18
Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.648	3.765		.703	.484
	pelayanancustomerservice	.233	.127	.213	1.832	.070
	pelayanan teller	.449	.142	.401	3.158	.002
	pelayanan marketing	-.002	.069	-.002	-.032	.975

Sumber : Output SPSS 16.0

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Persamaan regresi dapat dilihat dari tabel hasil uji *coefficients*. Pada tabel 4.18 yang dibaca adalah nilai dalam kolom B, baris pertama menunjukkan konstanta (a) dan baris selanjutnya menunjukkan konstanta variabel independen. Berdasarkan tabel di atas maka model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = 2.648 + 0,233 X1 + 0,449 X2 - 0.002 X3$$

Berdasarkan model regresi dan tabel 4.17 di atas maka hasil regresi berganda dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Persamaan regresi linear berganda diatas, diketahui mempunyai konstanta sebesar 2.648 dengan tanda positif. Sehingga besaran konstanta menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen (Pelayanan CS, *Teller* dan *Marketing*) diasumsikan konstan, maka variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah akan naik sebesar 2.648 %.
2. Nilai 0,233 pada variabel pelayanan CS (X1) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan CS yang diberikan BPR Syariah, maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah.
3. Nilai 0,449 pada variabel pelayanan *Teller* (X2) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan *Teller* yang diberikan BPR Syariah, maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah.
4. Nilai -0,002 pada variabel pelayanan *Marketing* (X3) adalah bernilai negatif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan *Marketing* yang diberikan BPR Syariah, maka tidak berarti akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

IV.4.4. Uji Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk melakukan pembuktian hipotesis yang didasarkan pada penelitian yang sudah ada. Pengujian ini meliputi uji t, uji F dan koefisien determinasi.

1. Uji Parsial (Uji t)

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Hasil uji analisis regresi *coefficients* dengan menggunakan SPSS 16.0 terlihat pada di bawah ini :

Tabel 4.19
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.648	3.765		.703	.484
pelayanancustomerservice	.233	.127	.213	1.832	.070
pelayananteller	.449	.142	.401	3.158	.002
pelayananmarketing	-.002	.069	-.002	-.032	.975

Sumber : Output SPSS 16.0

Nilai t hitung yang dihasilkan pada variabel pelayanan CS adalah 1,832 dengan sig 0,070. Hasil analisis sig. 0,070 lebih besar daripada 0,05 artinya secara individu variabel pelayanan CS tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Nilai t hitung yang dihasilkan pada variabel Pelayanan *Teller* adalah 3,158 dengan sig 0,002. Hasil analisis sig. 0,002 lebih kecil daripada 0,05 artinya secara individu variabel pelayanan *teller* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Nilai t hitung yang dihasilkan pada variabel Pelayanan *Marketing* adalah -0,032 dengan sig 0,975. Hasil analisis sig. 0,975 lebih besar daripada 0,05 artinya secara individu variabel pelayanan *marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variabel terikat. Dalam penelitian ini yaitu Pelayanan CS (X_1), Pelayanan *Teller* (X_2), Pelayanan *Marketing* (X_3) secara simultan berkaitan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Nasabah (Y), dan apakah model tersebut sesuai atau tidak. Hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah:

Tabel 4.20

Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2099.283	4	524.821	38.918	.000 ^a
	Residual	1267.626	94	13.485		
	Total	3366.909	98			

Sumber : Output SPSS 16.0

Berdasar tabel 4.20 didapat nilai F hitung 38.918 dengan F sig. 0,000 dimana F sig. 0,000 lebih kecil daripada 0,05 maka H_0 ditolak. Dapat diartikan bahwa secara simultan Pelayanan CS (X_1), Pelayanan *Teller* (X_2), Pelayanan *Marketing* (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas.

Tabel 4.21

Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.624	.607	3.672

Sumber : Output SPSS 16.0

Tabel 4.21 menunjukkan koefisien korelasi (R) dan koefisien determinasi (R square). Nilai R menerangkan tingkat hubungan antar variabel-variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dari hasil olahan data diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,79 atau 79 % artinya hubungan antara variabel X (Pelayanan CS, *Teller* dan *Marketing*) terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah) dalam kategori sangat kuat (Sugiyono,2012:184).

Nilai R square sebesar 0,624 (62,4 %) dapat diinterpretasikan bahwa kemampuan model Pelayanan CS (X_1), Pelayanan *Teller* (X_2), Pelayanan *Marketing* (X_3) menerangkan variasi variabel Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 62,4%. *Adjusted R Square* merupakan nilai R^2 yang disesuaikan sehingga gambarannya lebih mendekati mutu penjangkauan model, dari hasil perhitungan nilai *adjusted R square* sebesar 0,607 (60,7 %). Artinya 60,7 % kepuasan nasabah dipengaruhi oleh ketiga variabel bebas Pelayanan CS, *Teller* dan *Marketing*. Sedangkan sisanya 39,3 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model. Maka

dapat disimpulkan bahwa pengaruh pelayanan CS, *Teller* dan *Marketing* sangat besar terhadap kepuasan nasabah.

IV.5. Pembahasan

IV.5.1. Komitmen Manajemen Puncak dalam Kualitas Pelayanan BPR Syariah

BPR Syariah Botani memiliki kebijakan dan telah melaksanakannya tentang bantuan/dukungan ketika ada karyawan mendapatkan musibah atau mengalami masalah berupa dukungan dana dari anggaran perusahaan serta dari urunan karyawan-karyawan yang lain. BPRS Botani memiliki sistem reward diantaranya : kehadiran tepat waktu dan pencapaian kinerja. Pelayanan peningkatan nasabah merupakan salah satu target kinerja bagi karyawan yang memiliki *jobs description* terkait nasabah. Karyawan mendapatkan Insentif yang dikeluarkan setiap 3 bulan sekali.

BPR Syariah Botani mengadakan pelatihan kepada karyawan dalam meningkatkan kualitas pelayanan namun masih belum sistematis dan berkelanjutan. Karyawan BPR Syariah Botani dilatih untuk menangani masalah/keluhan dari nasabah. Karyawan dibayar dengan adil berdasarkan pekerjaan yang dilakukan, ada tunjangan yang diberikan kepada karyawan. Manajemen puncak akan menangani permasalahan secara langsung bila staf tidak bisa menangani. Manajemen puncak yang bertanggungjawab terhadap SOP dan Jobs Description staf untuk memudahkan nasabah.

Dari hasil wawancara diatas peneliti dapat melihat seperti apa komitmen manajemen puncak BPR Syariah botani dalam kualitas pelayanan. Dilihat dari

pelatihan yang belum sistematis dan belum berkelanjutan tentu sangat disayangkan sekali, karena pelatihan karyawan khususnya dalam meningkatkan kualitas pelayanan sangat penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah atau calon nasabah untuk bertransaksi di BPR Syariah Botani.

Untuk SOP keseluruhan sudah dilaksanakan. Di BPR Syariah Botani ada satuan pengawas Internal atau Internal Auditor yang memeriksa kesesuaian antara pelaksanaan dan aturan (SOP). Tentu ada yang karena salah satu dan lain hal tidak dilaksanakan, karena ada beberapa kendala. Namun mengenai apa saja point-point yang ada dalam SOP yang belum/sudah terlaksana itu hanya diketahui pihak internal BPR Syariah Botani dan tidak dipublikasikan.

IV.5.2. Pengaruh Pelayanan *Customer Service* BPRS terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Nilai 0,233 pada variabel pelayanan CS (X1) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan CS yang diberikan BPR Syariah, maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Nilai t hitung yang dihasilkan pada variabel pelayanan CS adalah 1,832 dengan sig 0,070. Hasil analisis sig. 0,070 lebih besar daripada 0,05 artinya secara individu variabel pelayanan CS tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. *Customer service* berfungsi untuk memberikan jasa layanan kepada nasabah dalam hal memberikan informasi, menampung keluhan nasabah, *cross selling*, dan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah yang timbul.

IV.5.3. Pengaruh Pelayanan *Teller* BPRS terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Nilai 0,449 pada variabel pelayanan *Teller* (X2) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan *Teller* yang diberikan BPR Syariah, maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Nilai t hitung yang dihasilkan pada variabel Pelayanan *Teller* adalah 3,158 dengan sig 0,002. Hasil analisis sig. 0,002 lebih kecil daripada 0,05 artinya secara individu variabel pelayanan *teller* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. *Teller* berfungsi memberikan jasa layanan kepada nasabah dalam melayani kegiatan penyetoran dan penarikan uang tunai, pemindah bukua/penyetoran non tunai(rupiah dan valuta asing). Seorang *Teller* harus menciptakan citra profesional, ramah dan konsisten dalam menjalankan tugas.

IV.5.4. Pengaruh Pelayanan *Marketing* BPRS terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Nilai -0,002 pada variabel pelayanan *Marketing* (X3) adalah bernilai negatif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan *Marketing* yang diberikan BPR Syariah, maka tidak berarti akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Nilai t hitung yang dihasilkan pada variabel Pelayanan *Marketing* adalah -0,032 dengan sig 0,975. Hasil analisis sig. 0,975 lebih besar daripada 0,05 artinya secara individu variabel pelayanan *marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Fungsi *marketing* pun dibagi-bagi menjadi beberapa jenis. Pada dasarnya terdapat tiga jenis fungsi *marketing* bagi perusahaan, maupun masyarakat, yakni pertukaran,

distribusi fisik dan perantara. Setiap fungsi memiliki kegiatan dan implementasi yang berbeda.

IV.5.5. Pengaruh pelayanan *Customer Service*, *Teller*, dan *Marketing* BPR

Syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap **Kepuasan Nasabah**. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Persamaan regresi linear berganda, diketahui mempunyai konstanta sebesar 2.648 dengan tanda positif. Sehingga besaran konstanta menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen (*Pelayanan CS*, *Teller* dan *Marketing*) diasumsikan konstan, maka variabel dependen yaitu **Kepuasan Nasabah** akan naik sebesar 2.648 %. Nilai F hitung 38.918 dengan F sig. 0,000 dimana F sig. 0,000 lebih kecil daripada 0,05 maka H_0 ditolak. Dapat diartikan bahwa secara simultan *Pelayanan CS* (X_1), *Pelayanan Teller* (X_2), *Pelayanan Marketing* (X_3) berpengaruh signifikan terhadap **Kepuasan Nasabah** (Y). Untuk menghadapi persaingan perbankan yang semakin ketat tersebut, masing-masing Bank mau tidak mau harus mengembangkan konsep “pelayanan terbaik” bagi nasabahnya. Pengembangan ini bertujuan untuk mempertahankan nasabah yang telah ada dan menjangkau nasabah baru yang potensial. (menurut Ikatan Bankir Indonesia : 2014)

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, berikut akan dikemukakan beberapa kesimpulan yang dapat diambil mengenai pengaruh komitmen manajemen puncak dalam kualitas pelayanan BPRS terhadap kepuasan nasabah (Studi di BPR Syariah Botani PT BPRS Bina Rahmah)

Komitmen manajemen puncak BPR Syariah botani dalam kualitas pelayanan. Dilihat dari pelatihan yang belum sistematis dan belum berkelanjutan tentu sangat disayangkan sekali, karena pelatihan karyawan khususnya dalam meningkatkan kualitas pelayanan sangat penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah atau calon nasabah untuk bertransaksi di BPR Syariah Botani. Untuk SOP keseluruhan sudah dilaksanakan.

Menurut Ikatan Bankir Indonesia pelayanan Bank terdiri dari 3, yaitu :

1. Pelayanan *Customer Service*

Pelayanan customer service yang diberikan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Botani sudah optimal. Berdasarkan olah data dengan melihat jawaban responden pada variabel Pelayanan CS dengan secara rata-rata memiliki nilai 4 artinya kecenderungan setuju. Berarti Pelayanan CS perlu mempertahankan bahkan meningkatkan agar lebih memberikan kepuasan bagi nasabah dan mampu menularkan ke calon nasabah yang lain.

2. Pelayanan *Teller*

Pelayanan *Teller* yang diberikan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Botani sudah optimal. Berdasarkan olah data dengan melihat jawaban responden pada variabel Pelayanan *Teller* dengan secara rata-rata memiliki nilai 4 artinya kecenderungan setuju. Berarti pelayanan *Teller* harus terus meningkatkan daya tarik agar nasabah lebih tertarik dengan BPR Syariah dengan memberikan kemudahan dalam bertransaksi atau kecepatan pelayanan.

3. Pelayanan *Marketing*

Pelayanan *marketing* yang diberikan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Botani sudah optimal. Berdasarkan olah data dengan melihat jawaban responden pada variabel Pelayanan *Teller* dengan secara rata-rata memiliki nilai 4 artinya kecenderungan setuju. Berarti pelayanan *Marketing* harus lebih memberikan kemudahan dengan pelayanan yang terjamin, sehingga nasabah tidak merasa khawatir dan pelayanan *Marketing* perlu mempertahankan dengan meminimalkan resiko yang dikawatirkan nasabah apabila bertransaksi di BPR Syariah.

4. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah, berdasarkan olah data variabel kepuasan nasabah dari 3 variabel mayoritas responden menyatakan setuju dengan nilai rata-rata ± 4 yang artinya nasabah merasa puas. Ini menggambarkan bahwa dalam kepuasan nasabah, nasabah akan lebih selektif untuk melakukan transaksi sehingga BPR Syariah perlu meningkatkan kepercayaan nasabah dari pelayanan agar nasabah dalam melakukan keputusan bertransaksi dengan penuh keyakinan pada BPR Syariah.

Dari hasil perhitungan nilai *adjusted R square* sebesar 0,607 (60,7 %). Artinya 60,7 % kepuasan nasabah dipengaruhi oleh ketiga variabel bebas Pelayanan CS, *Teller* dan *Marketing*. Sedangkan sisanya 39,3 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh pelayanan CS, *Teller* dan *Marketing* sangat besar terhadap kepuasan nasabah. hal ini dibuktikan dengan nilai F sig. 0,000 dimana F sig. 0,000 lebih kecil daripada 0,05 maka H_0 ditolak. Dapat diartikan bahwa secara simultan Pelayanan CS (X1), Pelayanan *Teller* (X2), Pelayanan *Marketing* (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Dengan demikian hipotesis penelitian yang berbunyi “Ada Pengaruh antara Pelayanan *Customer Service*, pelayanan *Teller*, dan pelayanan *marketing* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Botani” diterima.

V.2. Saran

Dari pelaksanaan penelitian yang telah dijalani, peneliti memiliki saran yang dapat dijadikan sebagai acuan bagi yang terkait dalam program tersebut. Peneliti akan memberikan saran yang mungkin bermanfaat untuk BPR Syariah Botani. Adapun saran yang dapat praktikan berikan adalah:

1. Agar lebih meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan tentang pelayanan seperti apa yang harus diterapkan, khususnya pelayanan dari CS, *Teller* dan *Marketing*.
2. Lebih memperhatikan sinergi perusahaan, sehingga dapat terjadinya hasil kinerja yang lebih baik dan membuat karyawan BPRS merasa nyaman.

Dengan begitu karyawan pun akan memberikan kinerja terbaiknya khususnya dalam melayani nasabah. Semakin baik karyawan dapat melayani nasabah, maka kepuasan nasabah pun akan semakin meningkat.

3. Tingkatkan kedisiplinan dan kegiatan kerja khususnya dalam meningkatkan kualitas pelayanan CS, *Teller* dan *Marketing*. Seperti jam mulai dan berakhirnya operasional harus lebih dikedatkan. Jangan biarkan nasabah menunggu terlalu lama.
4. Lengkapi fasilitas yang belum tersedia untuk mendukung lancarnya kegiatan kerja. Contohnya seperti menyediakan permen di meja CS. Mungkin sederhana namun itu bisa membuat nasabah merasa nyaman.
5. Tingkatkan kembali pelatihan kerja bagi karyawan BPRS khususnya dalam pelayanan. Agar karyawan dapat memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah. Karena salah satu yang bisa meningkatkan kepuasan nasabah dan menarik calon nasabah untuk bertransaksi di Bank yaitu dari sisi pelayanannya.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, Nina. 2011. *Efek Komitmen Manajemen Puncak terhadap Perilaku Pelayanan Karyawan dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Mediasi*. Universitas Trisakti. JURNAL

Fikri, Miftahul. 2016. *Cara Membuat Membuat Makalah, Skripsi dan Tesis*. Bogor. ARABASTA MEDIA

Hanafi, M. 2014. *Manajemen Risiko*. Yogyakarta. UPP STIM YKPN

Hanipuridwan. 2016. *Pengaruh Kinerja Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Salatiga*. Salatiga. SKRIPSI

Harun, Risdianti. 2016. *Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Syariah Kcp Sungguminasa*. Makassar. SKRIPSI

http://eprints.walisongo.ac.id/3683/3/102411153_Bab2.pdf

http://etheses.uin-malang.ac.id/1210/5/09410159_Bab_2.pdf

<http://research-report.umm.ac.id/index.php/research-report/article/viewFile/1319/1537>

<https://core.ac.uk/download/pdf/268047975.pdf>

<https://jojonomic.com/blog/marketing/>

<https://trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/jasa/article/view/484>

https://www.researchgate.net/publication/340667436_KUALITASPELAYANAN

https://www.researchgate.net/publication/341705098_Pengaruh_Dukungan_Manajemen_Puncak_Terhadap_Kualitas_Sistem_Informasi_Akuntansi_Pada_Perusahaan_Asuransi_Syariah

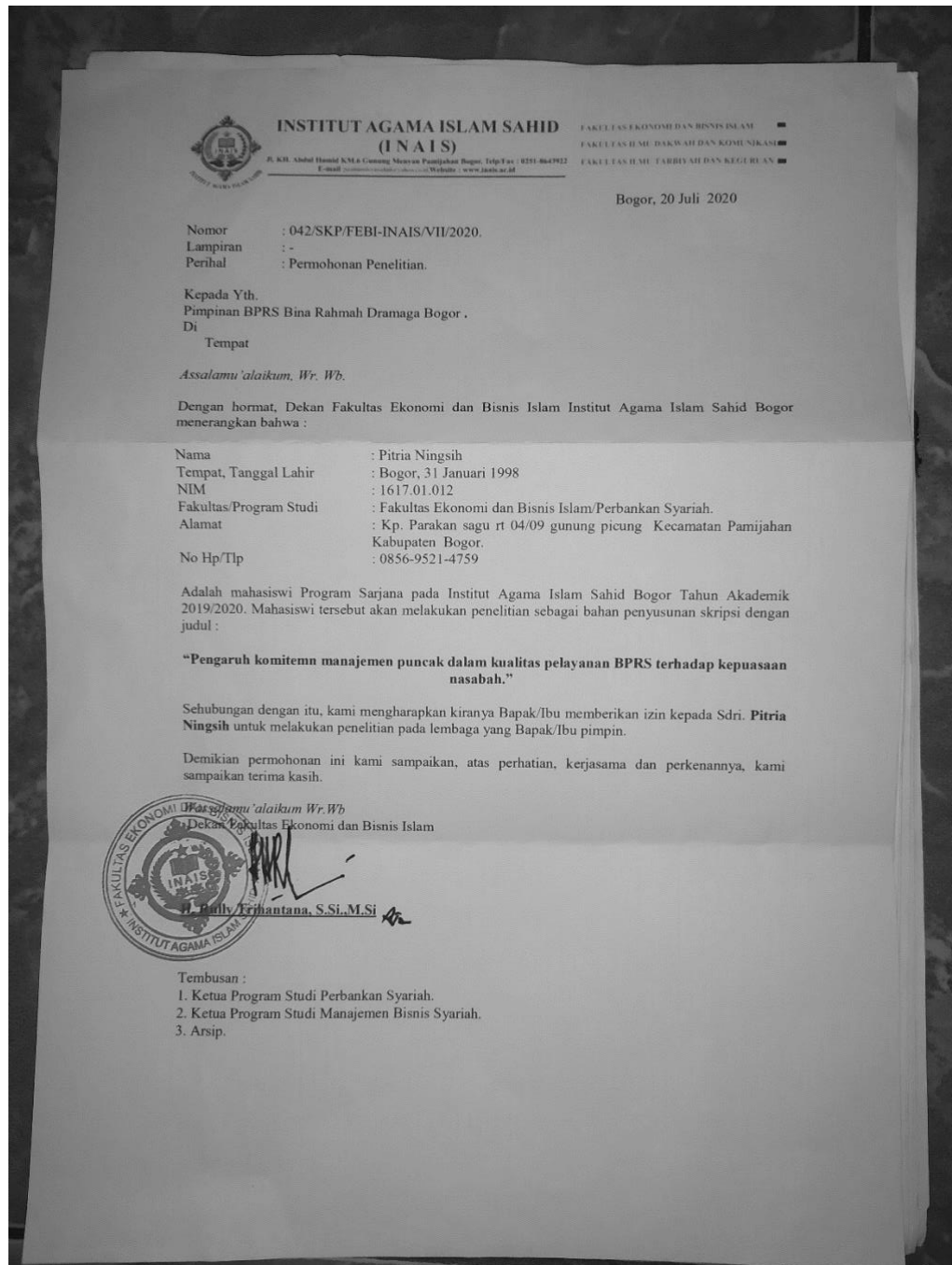
Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta Pusat. PT Gramedia Pustaka Utama

JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS Jurnal Program Studi Akuntansi Available online <http://ojs.uma.ac.id/index.php/jurnalakundanbisnis>

- Kotler, P dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga
- L Marzuki. 2014. *BAB III METODE PENELITIAN*. repo.iain-Tulunagung.ac.id SKRIPSI
- Mangkunegara, AP. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Munandar, M dkk. 2014. *Pengantar Manajemen*. Bogor. PT Penerbit IPB Press
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Riset Pemasaran*. Jakarta. PT GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA
- SM Zuhri. 2018. *BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN Penelitian Kuantitatif*. eprints.ums.ac.id. SKRIPSI
- Sugiono, Dr. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. ALPABETA cv
- Sujarwo, Feri. 2016. *Pengaruh Pelayanan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Salatiga*. Salatiga. SKRIPSI
- Sutanto, H dan Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung. CV Pustaka Setia
- Teza, Indriani, dan Suetja. 2017. *Pengaruh Dukungan Manajemen Puncak dan Pengetahuan Manajer Terhadap Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi pada Perusahaan Retail*. Manado. JURNAL

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian



2. Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KOMITMEN MANAJEMEN PUNCAK DALAM KUALITAS PELAYANAN BPRS TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini merupakan kuesioner yang penulis susun dalam rangka pelaksanaan penelitian. Jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr berikan tidak akan mempengaruhi kedudukan maupun jabatan, mengingat kerahasiaan identitas Bapak/Ibu/Sdr akan kami jaga.

A. Identitas Responden

Isilah Identitas diri Saudara dengan keadaan yang sebenarnya :

- a. No. Responden :
- b. Domisili Tempat Tinggal : kecamatan/kota/kabupaten
- c. Umur :
- d. Jenis Kelamin : 1. Laki-Laki
2. Perempuan
- e. Pendidikan Terakhir : 1. SD/ sederajat
2. SMP/ sederajat
3. SMA/ sederajat
4. D III
5. S1
6. Lain-lain
- f. Status Pekerjaan : 1. Pelajar
2. Pegawai
3. Wiraswasta
4. Lainnya
- g. Domisili Tempat Bekerja : kecamatan/kota/kabupaten

PETUNJUK PENGISIAN

Bagian A

Berilah tanda (√) pada kolom jawaban yang tersedia sesuai dengan jawaban Bapak/Ibu/Sdr.

1. Apakah anda sudah menjadi nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah ?
 - Sudah (silahkan melanjutkan pengisian kuesioner)
 - Belum (silahkan lanjutkan ke bagian berikutnya)

2. Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah mana anda menjadi nasabah saat ini ? (boleh pilih lebih dari 1) :
 - BPR Syariah Bina Rahmah
 - BPR Syariah Al Salaam
 - BPR Syariah Amanah Ummah
 - Lainnya

3. Status anda sebagai nasabah ? (boleh pilih lebih dari satu) :
 - Peminjam
 - Penabung
 - Investasi
 - Lainnya

4. Lama menjadi nasabah
 - dibawah 1 tahun
 - dibawah 2 tahun
 - 2 – 5 tahun
 - Lainnya

Bagian B

Berilah tanda (√) pada kolom jawaban yang tersedia sesuai dengan jawaban Bapak/Ibu/Sdr.

6. Sangat Tidak Setuju (STS)
7. Tidak Setuju (TS)
8. Netral (N)

9. Setuju (S)

10. Sangat Setuju (SS)

Variabel Pelayanan *Customer Service*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mendapatkan ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan nomor antrean					
2	<i>Customer Service</i> BPR Syariah bersikap sopan kepada nasabah					
3	Perilaku <i>Customer Service</i> di BPR Syariah membuat saya merasa percaya kepada Bank					
4	<i>Customer Service</i> BPR Syariah memiliki pengetahuan dan pengalaman yang baik					
5	Saya setuju terhadap kerapihan dan kebersihan penampilan <i>Customer Service</i> yang ada di BPR Syariah					
6	<i>Customer Service</i> BPR Syariah memberikan perhatian individual kepada nasabah					
7	<i>Customer Service</i> BPR Syariah memberi pelayanan yang terbaik pada pelayanan pertama kali					
8	<i>Customer Service</i> BPR Syariah mengatakan yang sebenarnya kepada nasabah ketika melayani					
9	<i>Customer Service</i> BPR Syariah memberikan pelayanan secara cepat kepada nasabah					
10	<i>Customer Service</i> BPR Syariah selalu ingin membantu nasabah					

Variabel Pelayanan *Teller*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Penampilan <i>Teller</i> BPR Syariah yang bersih, rapi, dan tidak berlebihan					
2	<i>Teller</i> melayani nasabah dengan urutan kedatangan dengan tidak membeda-bedakan					
3	Kecepatan <i>Teller</i> dalam melakukan transaksi					
4	<i>Teller</i> memberikan pelayanan kepada nasabah hingga tuntas					
5	Kebersihan ruangan transaksi perbankan					
6	<i>Teller</i> cepat tanggap terhadap permintaan nasabah					

7	<i>Teller</i> menunjukkan rasa percaya diri dan bersikap siap melayani/membantu nasabah					
8	keramahan dan kesopanan <i>Teller</i> dalam melayani nasabah					
9	<i>Teller</i> memiliki kemampuan untuk menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah					
10	<i>Teller</i> menciptakan suasana nyaman dan menyenangkan dengan memberi senyum dan salam					

Variabel Pelayanan Marketing

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Kompetensi Marketing di BPR Syariah sangat kompeten					
2	Marketing BPR Syariah sangat disiplin sekali dengan memberikan pelayanan kepada nasabah					
3	Sikap kepedulian yang dimiliki Marketing sangat baik					
4	Prosedur Pendaftaran nasabah sangat tertib dan cepat					
5	Kerahasiaan status nasabah sangat dirahasiakan					
6	Kecepatan waktu yang dipakai Marketing sangat cepat					
7	Marketing selalu memberikan pelayanan dengan baik sesuai dengan harapan					
8	Marketing selalu adil dalam melayani nasabah					
9	Marketing selalu maksimal dalam melayani proses transaksi nasabah					
10	Marketing sudah mempunyai pengalaman dalam melayani nasabah					

Variabel Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa puas dengan kinerja BPR Syariah					
2	Saya merasa puas dengan pengawasan penggunaan fasilitas kantor					
3	Saya merasa puas dengan kebersihan kantor					

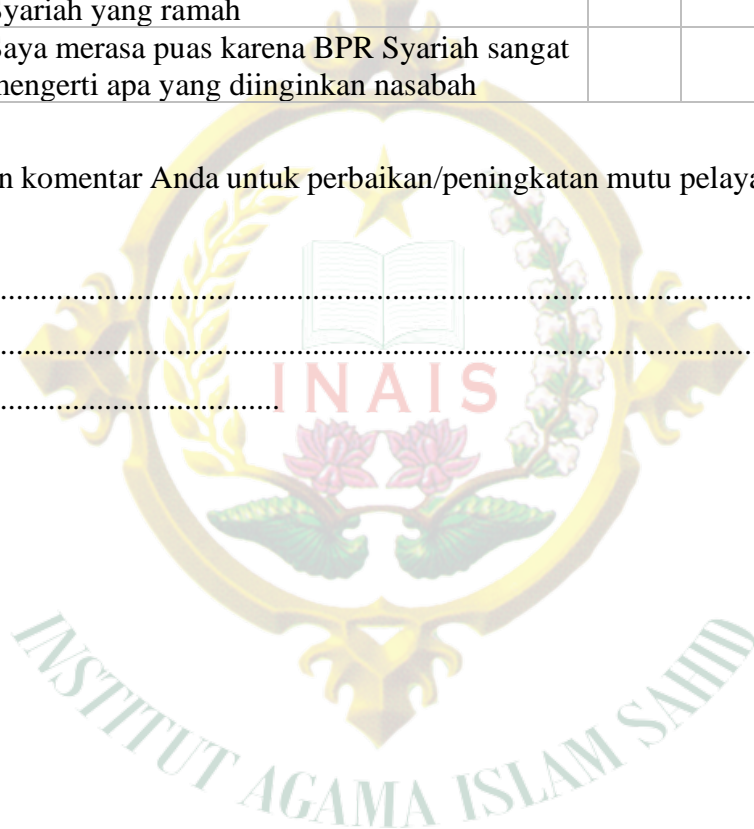
4	Saya merasa nyaman dengan suhu udara di dalam kantor					
5	Saya merasa nyaman dengan pencahayaan di ruangan					
6	saya merasa puas dengan pelayanan di BPR Syariah					
7	Saya merasa puas dengan ketepatan dan kecepatan dari pelayanan BPR Syariah					
8	Saya merasa nyaman saat berada di dalam kantor dengan fasilitas yang tersedia					
9	Saya merasa nyaman dengan pegawai BPR Syariah yang ramah					
10	Saya merasa puas karena BPR Syariah sangat mengerti apa yang diinginkan nasabah					

Saran dan komentar Anda untuk perbaikan/peningkatan mutu pelayanan pada BPR Syariah :

.....

.....

.....



3. Lampiran 3 Pertanyaan Wawancara

Pertanyaan Wawancara

1. Apakah BPR Syariah Botani memberikan dukungan/bantuan pada karyawan yang sedang mengalami masalah ?
2. Apakah BPR Syariah Botani merencanakan pekerjaan karyawan semenarik mungkin dan memberikan penghargaan ? Dan penghargaan seperti apa yang diberikan kepada karyawan ? Jelaskan !
3. Jika karyawan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, apakah BPR Syariah Botani akan memberikan penghargaan ?
4. Apakah penghargaan yang karyawan terima berdasarkan evaluasi dari pelayanan yang karyawan berikan kepada nasabah ?
5. Apakah karyawan akan diberikan penghargaan apabila dapat menangani permasalahan nasabah secara efektif ?
6. Apakah karyawan menerima pelatihan secara berkelanjutan untuk memberikan pelayanan yang baik ?
7. Apakah karyawan menerima pelatihan yang ekstensif sebelum memulai pekerjaannya untuk pertama kali ?
8. Apakah karyawan dilatih untuk menangani masalah/keluhan dari nasabah ?
9. Apakah karyawan dibayar dengan adil berdasarkan pekerjaan yang dilakukan ?
10. Apakah ada tunjangan yang diberikan kepada karyawan ?
11. Sebutkan dan jelaskan tugas-tugas CS (*Costumer Service*), *Teller*, dan *Marketing* di BPR Syariah Botani ?
12. Apakah ada SOP atau peraturan Khusus untuk pelayanan CS (*Customer Service*), *Teller*, dan *Marketing* di BPR Syariah Botani ? jika ada, sebutkan dan jelaskan !
13. Apakah ada keterlibatan langsung dari komitmen manajemen puncak dalam memudahkan nasabah ? jika ada, sebutkan dan jelaskan !