

**PENERAPAN PELAYANAN PRIMA PADA
BANK SYARIAH MANDIRI KCP. BALUNG**

S K R I P S I

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

ROISIYA
NIM: 083133028

Dosen Pembimbing :

Nurul Setianingrum, SE, MM
NIP: 19690523 199803 2 001

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JANUARI, 2018**

**PENERAPAN PELAYANAN PRIMA PADA
BANK SYARIAH MANDIRI KCP. BALUNG**

SKRIPSI



Oleh :

ROISIYA
NIM: 083133028

Dosen Pembimbing :

Nurul Setianingrum, SE, MM
NIP: 19690523 199803 2 001

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JANUARI, 2018**

PENERAPAN PELAYANAN PRIMA PADA BANK SYARIAH MANDIRI KCP. BALUNG

SKRIPSI

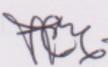
Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Selasa
Tanggal : 16 Januari 2018

Oleh:

ROISIYA
NIM: 083133028

Disetujui Pembimbing


Nurul Setianingrum, SE, MM
NIP: 19690523 199803 2 001

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JANUARI, 2018

**PENERAPAN PELAYANAN PRIMA PADA
BANK SYARIAH MANDIRI KCP. BALUNG**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Selasa
Tanggal : 16 Januari 2018

Tim Penguji

Ketua

Ahmadiono, M.E.I
NIP.19760401 200312 1 005

Sekretaris

Dr. Nurul Widyawati, I.R., M.Si
NIP. 19750905 200501 2 003

Anggota:

1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si
2. Nurul Setianingrum, S.E.,MM

()

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Much Choib, S.Ag., MM
NIP. 19720720 200212 1 003

MOTTO

.... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢٠٥﴾

Artinya:.....dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya (QS. al-Maidah : 2)¹

IAIN JEMBER

¹ QS. Al-Maidah: 2, Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2005)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Yang utama dari segalanya...

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT yang telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini bisa terselesaikan. Sholawat dan salam kulantunkan bagimu Nabi Muhammad SAW. Kupersembahkan karya ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi Kedua orang tuaku.

1. Bapak ABD Rohman dan Ibu Siti Khomariyah terimakasih atas limpahan do'a dan kasih sayang tak terhingga dan selalu memberikan yang terbaik. Terimakasih juga atas dukungan moril dan materi.
2. Kakak Roudhotul Husna dan kakak ipar Suwarno terimakasih telah menjadi kakak terbaik. Aku sayang kalian
3. Sahabat-sahabat senasib, seperjuangan, sependeritaan, terimakasih atas gelak tawa dan solidaritas yang luar biasa sehingga membuat hari-hari semasa kuliah lebih berarti, semoga tak ada lagi duka nestapa di dada tapi suka dan bahagia juga tawa dan canda

Semoga Allah SWT membalas jasa budi kalian dikemudian hari dan memberikan kemudahan dalam segala hal. Amin...

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, penulis mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT. Atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Penerapan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung” dapat terselesaikan. Sholawat dan salam semoga tetap selalu terlimpahkan kepada Rasulullah SAW dan keluarga, serta para sahabat nabi.

Dalam penulisan skripsi ini, tidak sedikit hambatan dan kendala yang penulis alami, tetapi Alhamdulillah berkat upaya dan optimisme yang didorong oleh kerja keras yang tidak kenal lelah, serta bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikannya. Oleh karena itu penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE, MM selaku Rektor IAIN Jember.
2. Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.
3. M.F Hidayatullah, S.H.I, M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam IAIN Jember.
4. Nurul Setianingrum, SE, MM selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah sekaligus selaku Pembimbing, atas ilmu, bimbingan, koreksi, saran, dan motivasi selama proses penulisan skripsi ini.

5. Segenap dosen yang telah membina penulis dan seluruh staf administrasi yang telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan dan kelancaran pelaksanaan ujian skripsi.
6. Pimpinan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung dan seluruh karyawannya, yang telah memberikan informasi dan arahan serta ijin yang dibutuhkan didalam penelitian skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kekeliruan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca untuk perbaikan di masa mendatang. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Penulis

Jember, 13 Desember 2017



ABSTRACT

Roisiya, Nurul Setianingrum, 2017: “*Penerapan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung.*”

To face the increasingly tough competition between banking institutions, nowadays various customer service concepts have been developed with the goal of retaining customers and reaching potential customers. Quality customer service demands an overall employee effort not only in front-line offices dealing directly with customers in generating services that reflect quality, but also backoffice employees who produce behind-the-scenes services that are invisible to customers. Service activities known as excellent service or excellent service which literally means excellent service and in accordance with service standards that are applicable or owned by agencies that provide services and satisfy customers. A service institution such as a Bank must have a service standard that can be a measure of customer satisfaction.

The focus of this research is: How the implementation of excellent service in Bank Syariah Mandiri KCP. Balung?

The purpose of this study is to: To know the application of excellent service in Bank Syariah Mandiri KCP. Balung.

In this thesis research, the approach used in this research is qualitative with field study type of research (field research). While the method of data collection using observation, interviews, documents. Data analysis techniques use qualitative descriptive and to test the validity of data using source triangulation.

From this research can be concluded that: Application of Excellent Service to Customer in BSM KCP. Balung in maintaining its customers from the concept of A3 (Attitude, Attention and Action) has a positive influence. These services can affect customer satisfaction of Bank Syariah Mandiri KCP. Balung. This is due to good service provided by employees to customers so customers can feel satisfied and will continue to survive in using existing products in Bank Syariah Mandiri KCP. Balung. Bank Syariah Mandiri KCP. Balung always strive to provide the best and maximum service in serving its customers by establishing an emotional closeness with customers and serving with friendly, courteous, earnest in serving, always empathize in the customer, and responsive in customer's complaints

ABSTRAK

Roisya, Nurul Setianingrum, 2017: “*Penerapan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung*”.

Untuk menghadapi persaingan antara lembaga perbankan yang semakin ketat, sekarang ini telah dikembangkan berbagai konsep pelayanan nasabah dengan tujuan untuk mempertahankan nasabah dan menjangkau nasabah-nasabah yang potensial. Pelayanan nasabah yang bermutu menuntut adanya upaya keseluruhan karyawan bukan hanya yang bertugas di *front office* yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga karyawan di *backoffice* yang menghasilkan pelayanan di belakang layar yang tidak kelihatan oleh nasabah. Kegiatan pelayanan dikenal dengan istilah pelayanan prima atau *excellent service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan sesuai dengan standart pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan. Instansi pelayanan seperti Bank harus memiliki standart pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan.

Adapun fokus penelitian ini adalah: Bagaimana penerapan pelayanan prima pada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung?

Tujuan penelitian ini adalah untuk: Untuk mengetahui penerapan pelayanan prima pada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung.

Dalam penelitian skripsi ini, pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis kajian *field research* (penelitian lapang). Sedangkan metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumen. Teknik analisa data menggunakan kualitatif deskriptif dan untuk menguji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: Penerapan Pelayanan Prima Terhadap Nasabah di BSM KCP. Balung dalam mempertahankan nasabahnya dari konsep A3 (Sikap, Perhatian dan Tindakan) tersebut mempunyai pengaruh yang positif. Pelayanan tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP. Balung. Hal ini disebabkan karena baiknya pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah dengan demikian nasabah dapat merasa puas dan akan terus bertahan dalam menggunakan produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP. Balung. Bank Syariah Mandiri KCP. Balung selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan maksimal dalam melayani nasabahnya dengan menjalin kedekatan emosional dengan nasabah dan melayani dengan ramah, sopan santun, bersungguh-sungguh dalam melayani, selalu berempati dalam nasabah, dan tanggap dalam keluhan nasabah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT	ix
ABSTAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TEBEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Istilah	7
F. Sistematika Pembahasan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Kajian Teori	13
1) Pelayanan.....	13
2) Kualitas Pelayanan	15

3) Pelayanan Prima (<i>Service Excellent</i>).....	18
4) Tujuan pelayanan prima	20
5) Konsep pelayanan prima A3.....	21
6) Manfaat pelayanan prima	22
7) Strategi pelayanan prima	24
8) Pengertian nasabah	25
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Pendekatan dan jenis penelitian	28
B. Lokasi penelitian	29
C. Subjek penelitian	29
D. Teknik pengumpulan data	30
E. Analisis data	32
F. Keabsahan data	33
G. Tahap-tahap penelitian	34
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	36
A. Gambaran objek penelitian	36
1. Riwayat singkat Bank Syariah Mandiri	36
2. Visi, Misi dan Tata nilai Bank Syariah Mandiri	38
3. Struktur organisasi Bank Syariah Mandiri KCP. Balung	41
4. <i>Shared Values</i>	45
5. Kegiatan usaha menurut anggaran dasar terakhir dan kegiatan usaha yang dijalankan	46
6. Produk/jasa Bank Syariah Mandiri	49
B. Penyajian data	60

1. <i>Attitude</i> (Sikap)	61
2. <i>Attention</i> (Perhatian)	62
3. <i>Action</i> (Tindakan)	64
C. Analisis	67
1. Pelayanan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung	67
2. Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung	69
3. Pelayanan Prima Bank Syariah Mandiri KCP. Balung	70
4. Konsep Pelayanan Prima A3 Bank Syariah Mandiri KCP. Balung ..	71
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
Lampiran-Lampiran	
1. Matrik Penelitian	
2. Pernyataan Keaslian Tulisan	
3. Biodata Penulis	
4. Lampiran	

IAIN JEMBER

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 73



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian di Indonesia khususnya dalam sektor jasa menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat tidak terkecuali dalam sektor perbankan. Dimana pada saat ini persaingan dalam sektor perbankan tidak hanya pada produknya tetapi dalam segi pelayanannya. Untuk menghadapi persaingan tersebut, bank harus memberikan kualitas pelayanan yang prima, jika tidak nasabah akan segera berpaling ke bank lain yang dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi.²

Perbankan merupakan salah satu badan usaha yang berusaha dalam bidang pelayanan jasa keuntungan. Perbankan atau biasa disebut dengan bank menyediakan jasa keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat. Fungsi bank merupakan perantara di antara masyarakat yang membutuhkan dana dengan masyarakat yang kelebihan dana, disamping itu menyediakan jasa-jasa perbankan lainnya.³ Di Indonesia perbankan syariah masih dalam tahap awal dalam perkembangannya. Namun, perbankan syariah diharapkan kedepannya dapat berkembang.

Sekarang ini telah di kembangkan konsep pelayanan nasabah dengan tujuan untuk mempertahankan citra yang dapat dibangun melalui kualitas produk sebagai komponen utama perbankan yang lain sering menjadi fokus perhatian pada pelaku perbankan. Dalam masalah pelayanan merupakan hal

² Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), 225.

³ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 3.

yang sangat penting karena pelayanan dianggap mampu mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank. Pelayanan merupakan suatu hal yang sangat menentukan kepuasan nasabah. Untuk itu bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakat, untuk mempertahankan citra ini dapat membangun melalui kualitas produk sebagai komponen utama perbankan yang paling sering menjadi fokus perhatian para pelaku perbankan.⁴

Untuk meningkatkan citra perbankan maka perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani kebutuhan nasabahnya. Demikian pula halnya dengan nasabah, mereka telah pandai memilah-milah produk yang mana memberikan keuntungan yang lebih, serta pelayanan yang memuaskan. Sebagian perusahaan sengaja memanjakan nasabah melalui pelayanan yang diberikan bahkan nasabah dianggap sebagai raja dan nasabah juga dianggap sebagai bagian dari perusahaan yang harus segera dipenuhi kebutuhan serta keinginannya seperti dilayani secara cepat dan akurat. Nasabah dibuat nyaman mungkin dengan keramahan dan sopan santun dari para karyawan perusahaan juga dibuat merasa nyaman dalam ruangan dan tidak membosankan dengan fasilitas ruangan yang menyenangkan.

Berdasarkan uraian diatas dapat dikatakan bahwa sebuah usaha perbankan harus mampu memberikan pelayanan yang prima dimana pelayanan prima tersebut dapat dijadikan sebuah keunggulan dibandingkan dengan usaha perbankan lainnya sehingga mampu bertahan dalam iklim persaingan yang ketat.

⁴Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insan, 2001), Cet. Ke-1, 129.

Untuk menghadapi persaingan antara lembaga perbankan yang semakin ketat, sekarang ini telah dikembangkan berbagai konsep pelayanan nasabah dengan tujuan untuk mempertahankan nasabah dan menjangkau nasabah-nasabah yang potensial. Pada prinsipnya, pelayanan yang baik harus diberikan oleh semua unsur yang terlibat seperti *Teller*, *Customer Service* dan *Marketing*. Semua harus mau dan mampu memberikan pelayanan yang sama. Masing-masing harus saling mendukung sehingga pelayanan yang diberikan dalam rangka memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dapat optimal.

Pelayanan nasabah yang bermutu menuntut adanya upaya keseluruhan karyawan bukan hanya yang bertugas di *front office* yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga karyawan di *backoffice* yang menghasilkan pelayanan di belakang layar yang tidak kelihatan oleh nasabah.

Kegiatan pelayanan dikenal dengan istilah pelayanan prima atau *excellent service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan sesuai dengan standart pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan. Instansi pelayanan seperti Bank harus memiliki standart pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan. Pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan), jadi pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan

harapan pelanggan.⁵ Untuk dapat memberikan pelayanan prima dan menjalin hubungan yang baik dengan nasabah maka yang menjadi kunci keberhasilannya adalah orang, karena pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah merupakan interaksi antara pegawai/pekerja perusahaan dengan masyarakat di luar perusahaan yang disebut nasabah.

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah Bank Syariah Mandiri KCP. Balung, yang merupakan salah satu pelaku bisnis yang bergerak dalam industri perbankan, dengan menyediakan berbagai produk jasa perbankan yang tersedia untuk semua lapisan masyarakat. Mulai dari berbagai macam bentuk fasilitas tabungan, sarana kredit, serta kemudahan jasa perbankan seperti ATM, dll. Dalam kegiatan operasionalnya Bank Syariah Mandiri KCP. Balung dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar nasabah tidak merasa kecewa. Jika dilihat dalam persaingan industri perbankan khususnya di Kabupaten Jember, Bank Syariah Mandiri KCP. Balung adalah bank yang memiliki citra yang baik sehingga di harapkan kedepannya Bank Syariah Mandiri KCP. Balung dapat meningkatkan pelayanannya dan menjaga kualitas pelayanan yang diberikan, agar tetap menjadi bank yang terpercaya oleh masyarakat.

Dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah, pelayanan prima yang diberikan oleh pegawai PT. Bank Syariah Mandiri KCP. Balung merupakan salah satu faktor keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa dan tidak dapat dipungkiri dalam dunia bisnis saat ini, karena tidak ada yang lebih penting

⁵ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 211.

lagi bagi suatu perusahaan perbankan sebagai salah satu komitmen bisnis. Kepuasan pelanggan sebelumnya akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Kepuasan nasabah merupakan harapan bagi setiap perbankan. Kepuasan nasabah tergantung dari apa yang telah dilihat dan dirasakan oleh nasabah, sehingga nasabah dapat memberikan tanggapan yang positif dan negative terhadap bank tersebut. Pelayanan menjadi faktor pertimbangan bagi nasabah untuk menentukan apakah nasabah akan puas atau tidak puas terhadap sistem pelayanan yang diberikan. Dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah hanya dapat dilakukan melalui sebuah jalan yaitu perbaikan pelayanan yang diberikan oleh suatu perbankan.

Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri KCP. Balung perlu mengidentifikasi tentang pelayanan yang menuju pada harapan nasabah, sehingga nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai maka pelayanan dipresepsikan dengan baik. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima rendah dari pada yang diharapkan, maka pelayanan dipresepsikan buruk. Perbankan harus benar-benar mengetahui dan memahami mengenai perilaku para pelanggan, tentang apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan. Disamping hal tersebut, pihak perbankan harus mampu menganalisis beberapa dimensi dalam kaitannya dengan pelayanan prima dan bagaimana penerapannya.

Hal ini mendorong penulis untuk mengetahui lebih lanjut tentang kepuasan nasabah setelah menerima pelayanan dari Bank Syariah Mandiri

KCP. Balung. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pelayanan prima kepada nasabah sehingga nasabah semakin loyal kepada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul: “Penerapan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka pokok permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana penerapan pelayanan prima pada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu dengan masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

“Untuk mengetahui penerapan pelayanan prima pada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung.”

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam mengevaluasi kinerja karyawan dan pengambilan kebijakan dalam memberikan pelayanan prima bagi nasabahnya.

2. Bagi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan serta informasi mengenai pengetahuan tentang lembaga keuangan syaria'ah pada umumnya.

3. Bagi Pembaca

Dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan bagi mereka yang akan melakukan penelitian dalam bidang yang sama.

4. Bagi Akademisi IAIN Jember

Peneliti ini sebagai tambahan referensi bagi pihak IAIN Jember serta mahasiswa yang ingin mengembangkan wawasannya.

E. Definisi Istilah

Untuk mempermudah dan menghindari kesalahpahaman terhadap makna istilah dalam penelitian ini, maka akan dikemukakan secara singkat pengertian istilah yang terkandung dalam judul “Penerapan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung” sebagai berikut:

1. Penarapan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian penerapan adalah perbuatan menerapkan.⁶

2. Pelayanan Prima

Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan

⁶ <http://internetsebagaisumberbelajar.blogspot.co.id> (diakses pada tanggal 20 Desember 2017)

kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaan.⁷

3. Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (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.⁸

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa sebuah lembaga keuangan dapat menerapkan pelayanan yang terbaik kepada nasabah agar keinginan nasabah merasa terpenuhi dan nasabah merasa puas.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penulisan, skripsi ini terinci dalam beberapa rangkaian pembahasan yang disusun dalam lima bab dan dibagi bab dan sub bab. Secara umum, sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab pertama, Merupakan pendahuluan yang menguraikan secara sistematis latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan definisi istilah.

Bab kedua, Kajian pustaka, membahas tentang penelitian terdahulu dan kajian teori.

⁷Atep Adya Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014), 27.

⁸ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 139.

Bab ketiga, Metodologi penelitian, membahas tentang, pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, keabsahan data, tahap-tahap penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab keempat, Penyajian data dan analisis membahas tentang, gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis, serta pembahasan temuan.

Bab kelima, Berisi penutup, bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari penelitian tentang Penerapan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung. Serta saran-saran dan masukan serta lampiran-lampiran sebagai penunjang dalam perbaikan penulisan skripsi ini.



BAB II KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Daniatul Karomah	Pengaruh pelayanan prima <i>frontlinier</i> terhadap kepuasan nasabah studi kasus PT. Bank Syariah Mandiri KCP. Genteng Banyuwangi. ⁹	Variabel X: Pelayanan Prima Variabel Y: Kepuasan Nasabah	Dari hasil nilai Adjusted R Squere adalah sebesar 0,375. Besarnya nilai Adjusted R Squere menunjukkan pengaruh antar variabel X dan Y yang diperoleh. Jika dapat dikatakan bahwa kontribusi dari variabel X yaitu Pelayanan Prima dan variabel Y yaitu Kepuasan Nasabah adalah 37,5%. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima <i>frontlinier</i> terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP. Genteng Banyuwangi.

⁹Daniatul Karomah, 2016, *Pengaruh pelayanan prima frontlinier terhadap kepuasan nasabah studi kasus PT. Bank Syariah Mandiri KCP. Genteng Banyuwangi* (Skripsi, Jember: IAIN Jember).

No.	Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
2.	Risdayanti Harun	Pengaruh pelayanan <i>Customer Service</i> terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah KCP. Sungguminasa. ¹⁰	Variabel X: Pelayanan <i>Customer Service</i> Variabel Y: Kepuasan Nasabah	Berdasarkan hasil penelitian ini, membuktikan bahwa nilai R sebesar 0,433 menunjukkan hubungan antara variabel pelayanan <i>customer service</i> dengan kepuasan nasabah adalah cukup kuat, karena nilai korelasi 0,433 terletak antara 0,40 sampai 0.599 dengan R sebesar 0,188 menunjukkan kontribusi pengaruh variabel pelayanan <i>customer service</i> terhadap kepuasan nasabah sebesar 18%, sedangkan sisanya 82% dipengaruhi oleh variabel lainnya selain variabel pelayanan <i>customer service</i> dalam penelitian ini.

¹⁰ Risdayanti Harun, 2016, *Pengaruh pelayanan Customer Service terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah KCP. Sungguminasa* (Skripsi, Makasar: UIN Aluddin Makasar).

No.	Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
3.	Nyoman Suparmanti Asih	Pengaruh pelayanan prima (<i>Service Excellence</i>) terhadap kepuasan pelanggan salon agata singaraja. ¹¹	Variabel X: Pelayanan Prima Variabel Y: Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara pelayanan prima secara parsial terhadap kepuasan pelanggan salon Agata Singaraja yaitu kemampuan sebesar t hitung $3.663 > t$ table 1.674 , sikap sebesar t hitung $-2.143 > t$ table 1.647 , penampilan sebesar t hitung $6.307 > t$ table 1.674 , tindakan sebesar t hitung $5.492 > t$ table 1.674 , tidak terdapat pengaruh antara pelayanan prima secara parsial terhadap kepuasan pelanggan salon Agata Singaraja, yaitu perhatian sebesar t hitung $-0.903 < t$ table 1.674 , dan tanggung jawab sebesar t hitung $0.388 < t$ table 1.674 .

Sumber: Data Diolah

¹¹ Nyoman Suparmanti Asih, 2016, *Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraja* (Skripsi, Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha).

Perbedaan dengan penelitian terdahulu:

Penelitian Pertama, pada penelitian pertama meneliti tentang pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah. Yang membedakan penelitian ini adalah jenis penelitian menggunakan kuantitatif. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif.

Penelitian Kedua, pada penelitian kedua ini meneliti tentang Pengaruh pelayanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah, meskipun sama-sama meneliti tentang pelayanan, namun yang membedakan dalam penelitian ini adalah variabel independen pelayanan *Customer Service* dan variabel dependen kepuasan nasabah, sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan variabel independen pelayanan prima dan variabel dependen kepuasan nasabah.

Penelitian Ketiga, pada penelitian ketiga meneliti tentang pengaruh pelayanan prima (*service excellence*) terhadap kepuasan nasabah. Yang membedakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian menggunakan kuantitatif dan objek penelitian berada di salon. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dan objeknya menggunakan bank syariah.

B. Kajian Teori**1. Pelayanan**

Pelayanan sering disebut juga etiket. Dalam arti sempit etiket disamakan dengan etika, yang artinya tata cara berhubungan dengan manusia lainnya. Sedangkan dalam arti luas etiket merupakan tindakan

mangatur tingkah laku atau prilaku manusia dengan masyarakat. Tingkah laku ini perlu diatur agar tidak melanggar norma-norma atau kebiasaan yang berlaku di masyarakat.

Adapun ketentuan yang diatur dalam etika secara umum , antara lain:

- a) Sikap dan prilaku
- b) Penampilan
- c) Cara berpakaian
- d) Cara berbicara
- e) Cara gerak-gerik
- f) Cara bertanya
- g) Dan hal-hal lainnya.¹²

Khusus untuk dunia perbankan masalah etiket ini sangat mutlak untuk diketahui dan dijalankan. Nasabah yang datang ke bank merupakan tamu kehormatan yang harus diberikan pelayanan yang maksimal. Agar nasabah merasa dihargai, dihormati dan diselesaikan masalahnya, setiap pegawai bank perlu memahami etiket perbankan.

Dalam prakteknya secara garis besar dasar-dasar dalam etiket perbankan yang harus dijalankan oleh setiap karyawan adalah sebagai berikut:

- a) Ingin membantu setiap keinginan dan kebutuhan nasabah sampai tuntas.
- b) Selalu meberi perhatian terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah.

¹² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 186.

- c) Sopan dan ramah dalam melayani nasabah tanpa melakukan diskriminasi dalam bentuk apapun.
- d) Memiliki rasa toleransi yang tinggi dalam menghadapi tindak tanduk para nasabah.
- e) Menjaga perasaan nasabah agar tetap merasa tenang, nyaman, dan menimbulkan kepercayaan.
- f) Dapat menahan emosi dari setiap kasus yang dihadapi terutama dalam melayani nasabah yang berperilaku kurang baik.
- g) Menyenangkan orang lain dalam merupakan sikap yang harus ditunjukkan oleh setiap karyawan bank.¹³

Dalam prakteknya norma atau kebiasaan ini untuk acara tertentu diberlakukan sama, sehingga orang diharuskan mengikuti norma tersebut.

Tanpa etiket perbankan yang benar, maka jangan diharapkan mendapatkan nasabah yang sesuai dengan keinginan bank, bahkan bukan tidak mungkin bank akan kehilangan nasabah.

2. Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima/rasakan.¹⁴ Pelayanan terhadap pelanggan merupakan salah satu unsur terpenting untuk menarik minat pembeli. Kualitas layanan

¹³ Ibid, 187.

¹⁴ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 153.

merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*).

Pengertian kualitas pelayanan menurut Wyckof yaitu kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampauiharapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan diperepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk.¹⁵

Dari pengertian kualitas pelayanan diatas, dapat diartikan kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang ditawarkan/dipasarkan adalah suatu kinerja yang berkualitas dan kinerja yang dibeli oleh pelanggan.

Kualitas bukan hanya menekan pada aspek hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungan. Sangatlah mustahil menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tanpa melalui manusia dan proses yang berkualitas. Ada lima dimensi penentu kualitas jasa, yaitu:

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, edisi kedua*, (Yogyakarta: 2004), 59.

- a) *Reliability* (keandalan): kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
- b) *Responsiveness* (ketanggapan): respon atau ketanggapan karyawan dalam membantu konsumen dalam melayani konsumen, kecepatan karyawan dalam membantu dan menangani keluhan yang diajukan konsumen.
- c) *Assurance* (kepastian/jaminan): meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk/jasa secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
- d) *Empaty* (empati): perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan konsumen, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya.
- e) *Tangibles* (berwujud, bukti langsung): yaitu meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedia tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, penampilan karyawan.¹⁶

¹⁶ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 440.

3. Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik yaitu:

- a) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b) Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan social.
- c) Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.¹⁷

Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Pelayanan dapat juga diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan manfaat bagi orang lain.

Program pelayanan kepada pelanggan dengan bertitik tolak dari konsep kepedulian kepada konsumen terus dikembangkan sedemikian rupa, sehingga sekarang ini program layanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran untuk memenangkan

¹⁷M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 211.

persaingan. Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pola layanan terbaik yang disebut sebagai pelayanan prima. Kata pelayanan prima dalam dunia bisnis biasa dikenal sebagai *service excellence*.

Pelayanan prima dapat diartikan sebagai kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka setia kepada perusahaan. Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyesuaian kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab dalam pelaksanaannya.¹⁸

Penulis sendiri berpendapat bahwa pelayanan prima adalah kepedulian terhadap nasabah/pelanggan dengan memberikan sebuah layanan yang terbaik agar lebih mudah memberikan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada suatu perusahaan/organisasi. Jadi, keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyesuaian sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab dalam pelaksanaan.¹⁹

Pengertian/definisi mengenai pelayanan prima yang sering kali diungkapkan oleh para pelaku bisnis.

- a) Pelayanan prima adalah membuat pelanggan merasa penting.
- b) Pelayanan prima adalah melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat.

¹⁸Ibid. 214.

¹⁹ Atep Adya Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014), 31.

- c) Pelayanan prima adalah pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan.
- d) Pelayanan prima adalah menempatkan pelanggan sebagai mitra.
- e) Pelayanan prima adalah pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan.
- f) Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan untuk memberikan rasa puas.
- g) Pelayanan prima adalah upaya layanan terpadu untuk kepuasan pelanggan.²⁰

4. Tujuan Pelayanan Prima

Tujuan pelayanan prima yang pertama mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyalty*.²¹ Agar total loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

Tujuan pelayanan prima kedua adalah tetap menjaga dan merawat (*Maintenance*) agar pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atau keinginannya. Pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (*Handal*).²²

Adapun tujuan yang bertiga sebagaimana penulis simpulkan ialah tujuan pelayanan prima dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya. Dalam pelaksanaannya karena pelayanan prima

²⁰M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 215.

²¹Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 8.

²²Ibid, 13.

merupakan pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan dan pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*Quality Nice*), sehingga apabila perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan maka akan menghasilkan berbagai macam keuntungan diantaranya:

- a) Pelanggan dapat menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.
- b) Perusahaan dapat memahami kebutuhan serta harapan pelanggan.
- c) Perusahaan dapat bertahan hidup dalam menghadapi persaingan bisnis yang menggelobal, dan
- d) Dapat meningkatkan pertumbuhan.

5. Konsep Pelayanan Prima A3

Pada awalnya konsep pelayanan prima timbul dari kreatifitas para pelaku bisnis yang kemudian diikuti dengan organisasi nirlaba dan instansi pemerintah. Budaya pelayanan prima dapat dijadikan acuan dalam berbagai aspek kehidupan. Ada tiga (3) faktor pelayanan prima, yaitu:

- a) *Attitude* (Sikap)

Yaitu prilaku, sikap dan tingkah laku yang harus ditonjolkan oleh pegawai ketika menghadapi pelanggan. Seorang pegawai bank terutama yang berada pada petugas pelayanan terdepan seperti *customer serice* dan *teller* harus mampu menghadapi pelanggan dengan senyuman.

b) *Attention* (Perhatian)

Karyawan harus mampu memberikan kepedulian penuh kepada pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritik.

c) *Action* (Tindakan)²³

Karyawan harus mampu memberikan berbagai kegiatan nyata yang harus diberikan dalam pelayanan prima kepada konsumen.

6. Manfaat Pelayanan Prima

Perbaikan pelayanan sektor publik merupakan kebutuhan yang mendesak sebagai kunci keberhasilan reformasi administrasi Negara. Pelayanan prima bertujuan memberdayakan masyarakat, bukan memberdayakan atau membebani, sehingga akan meningkatkan kepercayaan (*trust*) terhadap pemerintah. Kepercayaan adalah modal bagi kerjasama dan partisipasi masyarakat dalam program pembangunan.

Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Penyedia layanan, pelanggan atau *stakeholder* dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu, tempat dan proses pelayanan yang seharusnya.

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dalam melaksanakan pelayanan prima yaitu:

²³M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 215-216.

a) Meningkatkan citra perusahaan

Berawal dari tingkat persaingan yang semakin tajam diantara para pesaing. Maka perusahaan harus meningkatkan pelayanan terhadap nasabah dengan cara mengadakan pendidikan mengenai pelayanan prima.

b) Merupakan promosi bagi bank

Dengan memberikan pelayanan prima kepada nasabah dan merasa terpuaskan kebutuhannya, maka nasabah akan menceritakan kepada orang lain. Penyampaian informasi itu merupakan promosi gratis bagi perusahaan.

c) Menciptakan kesan pertama yang baik

Apabila kita terbiasa dengan pelayanan prima yang kita berikan pada setiap nasabah, terutama calon nasabah akan mendapatkan kesan pertama yang lebih mendalam, karena pelayanan yang kita berikan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

d) Meningkatkan daya saing perusahaan

Semakin tajam persaingan, biasanya perusahaan berlomba-lomba memberikan hadiah. Ada nasabah yang senang dengan hadiah, tetapi tidak semua nasabah tidak tertarik dengan hal itu. Ada nasabah yang lebih senang lagi apabila memperoleh pelayanan yang prima.

e) Meningkatkan laba dalam jangka panjang

Pelayanan prima yang telah diberikan kepada para nasabah dan calon nasabah akan memberikan dampak kepuasan nasabah yang

berkesinambungan. Artinya nasabah akan menjadi loyal sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang. Keuntungan jangka panjang tersebut akan memberikan posisi perusahaan semakin kuat dalam persaingan bank mencari nasabah.

Banyak bank selalu ingin dianggap yang terbaik di mata pelanggan atau nasabahnya karena nasabahnya akan menjadi pelanggan setia terhadap produk yang ditawarkan. Disamping itu, bank juga berharap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan dapat ditularkan kepada calon pelanggan lainnya.

7. Strategi Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan *Service Excellent* yang mana memiliki strategi dalam pelayanan prima, dengan ini kata *service* dapat diolah menjadi sebuah strategi yang mana kata tersebut akan menjadi kata atau kalimat yang akan lebih bermakna dengan cara menguraikan tiap hurufnya.

Maka penulis menguraikan kata *service* pada pelayanan prima sebagai berikut:

S : *Self Awareness*: menanamkan kesadaran diri sehingga dapat memahami posisi, agar mampu memberikan pelayanan dengan benar.

E : *Enthusiasm*: melaksanakan pelayanan dengan penuh gairah.

R : *Reform*: memperbaiki kinerja pelayanan dari waktu ke waktu.

V : *Value*: memberikn pelayanan yang mempunyai nilai tambah.

I : *Impressive*: menampilkan diri secara menarik tetapi tidak berlebihan.

C: *Care*: memberikan perhatian atau kepedulian kepada pelanggan secara optimal.

E : *Evaluation*: mengevaluasi pelayanan yang sudah diberikan.²⁴

8. Pengertian Nasabah

Secara etimologis Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan nasabah ialah “orang yang bisa menghubungkan / menjadi langganan bank dalam hal keuangan”. Jadi nasabah adalah orang yang berhubungan dengan suatu lembaga seperti bank, asuransi dan lembaga keuangan lainnya, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain. Nasabah juga dapat disebut sebagai konsumen pada suatu lembaga.²⁵

Nasabah tidak bergantung kepada kita, tetapi kita yang bergantung kepadanya. Nasabah tidak pernah mengganggu pekerjaan kita, sebab dia adalah tujuan dari pekerjaan kita. Kita tidak melakukan yang baik dengan melayani dia, tetapi justru nasabahlah yang memberikan kesempatan kepada kita untuk dapat melayani dia. Tidak senang pun dapat memenangkan apabila berargumentasi dengan nasabah, sebab nasabah adalah orang yang membawa kita kepada pemenuhan kebutuhannya. Oleh karena itu, adalah pekerjaan kita untuk dapat memperlakukan nasabah yang menguntungkan bagi nasabah dan juga buat perusahaan.

²⁴ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014), 18-19.

²⁵ <http://www.artikel.com> diakses pada tanggal 15 Juli 2017.

Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar prima sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka perusahaan harus mengenal betul karakter nasabah secara umum. Karakter nasabah sulit sekali untuk diidentifikasi, karena penampilan dan profesi tidak selalu dengan konsisten mencerminkan penampilan seseorang.

Nasabah adalah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual yang ditawarkan oleh bank. Sedangkan menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud tentang nasabah adalah “pihak yang menggunakan jasa bank atau orang (badan) yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank”. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menetapkan dananya dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Suatu lembaga juga mementingkan hal yang terpenting yaitu kepuasan pada nasabah. Arti kepuasan konsumen itu sendiri adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasannya merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja produk atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Sehingga tingkat kepuasannya merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang ia rasakan dan harapan.

Pencapaian kepuasan nasabah hanya dapat dicapai dengan adanya sinergi dalam perusahaan yang pada akhirnya pegawai dapat memberikan

kepuasan yang berkesinambungan kepada nasabah yang akan memberikan keuntungan jangka panjang kepada *stake holder* dan selanjutnya pemilik perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan pegawainya.

Untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah maka terlebih dahulu harus mengenali siapakah nasabahnya, bagaimana ciri-ciri nasabah dsb. Untuk dapat lebih mengenali nasabah, perlu diketahui ciri-ciri dari seorang nasabah yang antara lain:

- a) Mempunyai banyak keinginan.
- b) Mempunyai kebutuhan yang tak terbatas.
- c) Mempunyai harga diri dan gengsi.
- d) Menghargai waktu.
- e) Ingin selalu dilayani.²⁶

²⁶M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta. 2012), 218.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.²⁷

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.²⁸

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini menggunakan jenis *field research* (penelitian lapang), yang mana penelitian ini lebih menitikberatkan kepada hasil pengumpulan data dari informan yang telah ditentukan²⁹

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif.

Metode deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 2.

²⁸ *Ibid*, 9.

²⁹ Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 26.

lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.³⁰

B. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian merupakan lokasi yang menjadi tempat kegiatan penelitian untuk mendapatkan dan mengumpulkan berbagai data-data yang mendukung terhadap proses penelitian. Penelitian ini akan dilaksanakan di kantor cabang pembantu PT. Bank Syariah Mandiri yang berlokasi di Jl. Rambipuji No.78, Kab. Jember, Jawa Timur.

Alasan peneliti memilih Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember karena Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Balung merupakan salah satu bank syariah yang dapat menjaga stabilitas dan popularitas kinerjanya dengan baik. Penelitian ini juga dilakukan sebagai wujud rasa ingin tahu peneliti terhadap penerapan pelayanan prima yang diterapkan oleh karyawan.

C. Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive* yaitu teknik pengambilan informan dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini misalnya dengan memilih informan yang dipandang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan dalam penelitian.³¹ Hal ini dapat dilakukan oleh peneliti untk memperoleh data yang sesuai dan terarah sekaligus dapat mewakili keseluruhan subyek dalam penelitian.

³⁰Moh.Nazir. *Metode Penelitian* (Bogor. Ghalia Indonesia.2014), 43.

³¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 216.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada bagian ini diuraikan teknik pengumpulan data yang digunakan, misalnya observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Masing-masing harus dideskripsikan tentang apa saja yang diperoleh melalui teknis-teknis tersebut.³²

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu peristiwa, tujuan dan perasaan yang berkaitan atau relevan dengan data yang dibutuhkan.³³ Peneliti menggunakan teknik observasi sebagai salah satu teknik dalam mengumpulkan data yang valid maka diperlukan suatu pengamatan yang langsung dilakukan oleh peneliti. Adapun data yang diambil yaitu letak geografis Bank Syariah Mandiri KCP. Balung dan aktifitas lembaga mengenai pelayanan prima terhadap konsumen Bank Syariah Mandiri KCP. Balung.

2) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik mendapatkan data dengan cara mengadakan percakapan secara langsung antara

³² *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember, STAIN Jember Press, 2013), 75.

³³ Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2011), 63.

pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan pihak yang diwawancarai (*interviewee*) yang menjawab pertanyaan itu. Esterberg menjelaskan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang atau bertukar informasi dan gagasan melalui teknik tanya jawab yang menghasilkan konstruksi makna tentang suatu topic tertentu. Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa wawancara selalu dilakukan antara dua orang yang saling bertemu atau bertatap muka, mereka melakukan *sharing* ide untuk mengkonstruksikan suatu makna tentang objek/fenomena tertentu.³⁴

Adapun yang menjadi informan adalah:

- a) *Teller* yang bernama Moch Amal Sutsuga.
- b) *Customer Service* (CS) yang bernama Dina Safinah.
- c) *Marketing* yang bernama Yoke Aji Bagaskara.

3) Dokumen

Dokumen ialah sebagai bahan tertulis atau film yang tidak dipersiapkan karena ada permintaan seorang peneliti. Dokumen dapat berupa catatan, buku teks, jurnal, makalah, memo, surat, notulen rapat dan sebagainya. Dokumen pada hakikatnya merupakan catatan peristiwa yang sudah berlaku.³⁵ Dokumen yang di ambil dalam penelitian ini adalah visi dan misi dan struktur organisasi Bank Syariah Mandiri KCP. Balung.

³⁴M.Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta, PUSTAKA PELAJAR, 2015), 75.

³⁵ *Ibid*, 86.

E. Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif, Sugiono mengemukakan pendapat Miles dan Huberman bahwa analisis data kualitatif aktifitasnya dilakukan dalam bentuk interaksi melalui proses tiga analisa yaitu reduksi data (Data Reduction), penyajian data (Data Display), dan penarikan kesimpulan (Verification).³⁶ Berikut penjelasannya:

1) Reduksi Data

Dengan reduksi, maka peneliti merangkum, mengambil data yang pokok dan penting, membuat kategori isi, berdasarkan besar, kecil, dan angka. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah penelitian untuk melakukan pengumpulan data.³⁷

2) Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Jika dalam penelitian kualitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafis, pie chart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka akan terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2010), 401.

³⁷ *Ibid.*, 339.

Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang akan terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.³⁸

3) Kesimpulan

Langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap akhir, data yang tersaji harus dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, sehingga memperoleh kesimpulan tentang pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah.

F. Keabsahan Data

Hasil penelitian harus dipertanggung jawabkan, demikian penelitian dengan penelitian melakukan pengecekan tentang keabsahan data yang telah diperoleh. Untuk membuktikan bahwa apa yang telah diamati oleh peneliti sesuai dengan yang terjadi di lapangan. pengujian keabsahan data perlu dilakukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan yang dicapai dan menunjukkan kepercayaan hasil temuan dengan jalan membuktikan oleh peneliti pada kenyataan yang sedang diteliti. Adapun dalam penelitian ini, teknik keabsahan data yang digunakan adalah teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

³⁸Ibid., 341.

Adapun triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui alat yang berbeda dalam bentuk metode kualitatif. Adapun langkah-langkahnya ada lima yaitu:

- 1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- 2) Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- 3) Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- 4) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dari pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada dan orang pemerintah.
- 5) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.³⁹

G. Tahap-Tahap Penelitian

Terdapat dua tahap dalam penelitian yaitu:

a. Tahap Pra Lapangan

- 1) Memilih lapangan penelitian dan menyusun rancangan penelitian.

³⁹Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 330-331.

- 2) Mengurus perizinan lokasi penelitian di PT. Bank Syariah Mandiri KCP. Balung.
- 3) Menjajaki dan menilai lapangan.
- 4) Memilih dan memanfaatkan informan.
- 5) Menyiapkan perlengkapan penelitian.
- 6) Persoalan etika penelitian.

b. Tahap Pekerja Lapangan

- 1) Memahami latar penelitian dan persiapan diri.
- 2) Memasuki lapangan yaitu: melakukan wawancara kepada informan yang sudah ditentukan sebelumnya serta melakukan pengamatan terkait tentang judul penelitian.
- 3) Berperan serta sambil mengumpulkan data.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Riwayat Singkat Bank Syariah Mandiri

Krisis multi dimensi yang melanda Indonesia pada tahun 1997-1998 membawa hikmah tersendiri bagi tonggak sejarah Sistem Perbankan Syariah di Indonesia. Disaat bank-bank konvensional terkena imbas dari krisis ekonomi, saat itulah berkembang pemikiran mengenai suatu konsep yang dapat menyelamatkan perekonomian dari ancaman krisis yang berkepanjangan.

Disisi lain, untuk menyelamatkan perekonomian secara global, pemerintah mengambil inisiatif untuk melakukan penggabungan (*merger*) 4 (empat) bank milik pemerintah, yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo menjadi satu Bank yang kokoh dengan nama PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menetapkan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas PT. Bank Susila Bakti (BSB). PT. BSB merupakan salah satu bank konvensional yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi.

Untuk keluar dari krisis ekonomi, PT. BSB juga melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Sebagai tindak lanjut dari pemikiran Pengembangan Sistem Ekonomi Syariah, pemerintah memberlakukan UU No. 10 tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). Sebagai respon, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah, yang bertujuan untuk mengembangkan Layanan Perbankan Syariah di kelompok perusahaan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT. Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastruktur, sehingga kegiatan usaha BSB berhasil bertransformasi dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT. Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 Tanggal 08 September 1999.

Perusahaan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP. BI/1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP. DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri (BSM).

Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 *Rajab* 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT. Bank Syariah Mandiri hadir dan tampil dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual. Bank Syariah Mandiri tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia.⁴⁰

2. Visi, Misi dan Tata Nilai Bank Syariah Mandiri

a. Visi

Bank Syariah Terdepan dan Modern (The Leading & Modern Sharia Bank). Adapun makna dari visi tersebut adalah sebagai berikut:

1) Untuk nasabah

BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menentramkan dan memakmurkan. Sehingga BSM akan berupaya menjadi bank terpercaya serta memberikan produk dan layanan terbaik berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

2) Untuk pegawai

BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.

⁴⁰ www.syariahmandiri.co.id/ (10 Oktober 2017)

3) Untuk investor

BSM merupakan institusi keuangan syariah indonesia terpercaya untuk terus memberikan *value* berkesinambungan.

b. Misi

Sejalan dengan Visi BSM yang baru, maka BSM juga menyempurnakan misi BSM sebelumnya. Misi BSM yang baru adalah sebagai berikut:

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi, yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dan murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

c. Tata Nilai

Dalam rangka mewujudkan Visi dan Misi BSM tersebut, insan-insan BSM perlu menyumbangkan (*share*) untuk BSM dengan nilai-nilai yang relatif seragam. Insan-insan BSM telah menggali dan telah menyepakati nilai-nilai dimaksud, yang kemudian disebut BSM

Shared Values. BSM Shared Values tersebut adalah ETHIC (*Excellence, Teamwork, Humanity, Integrity, dan Customer Focus*).⁴¹

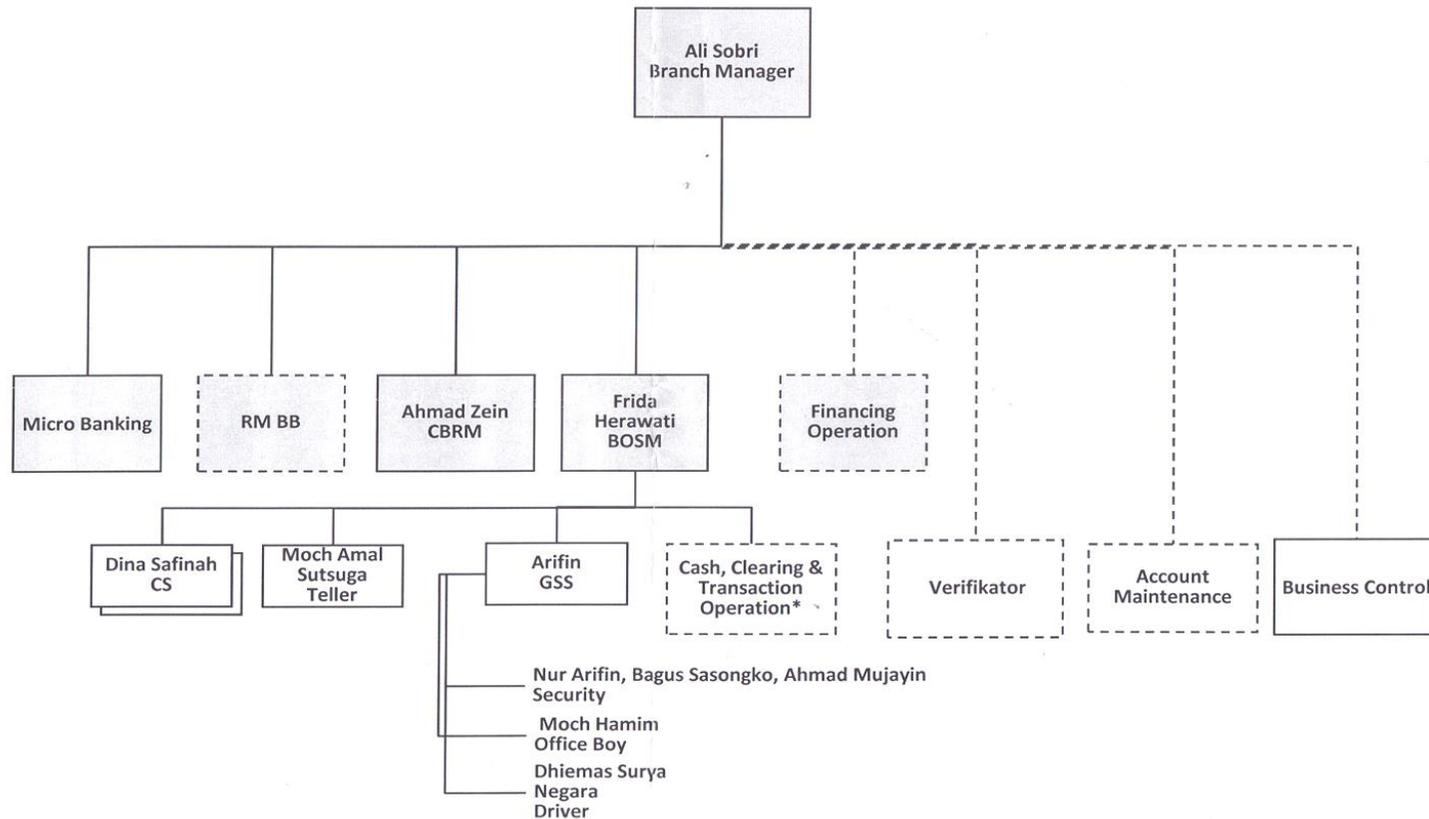


⁴¹ www.syariahmandiri.co.id/ (10 Oktober 2017)

3. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Balung

Gambar 4.1

Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Balung - Jember



Sumber: Dari Dokumen Bank

Dari struktur organisasi di atas dapat dijelaskan lebih lanjut mengenai tugas jabatan masing-masing bagian sebagai berikut:

a. *Branch Manager*

- 1) Memastikan tercapainya target bisnis yang telah ditetapkan dibawah kordinasinya meliputi pendanaan, pembiayaan, *fee based*, dan laba bersih secara kualitatif maupun kuantitatif.
- 2) Memastikan kepatuhan tingkat kesehatan dan prudentialitas seluruh aktifitas.
- 3) Mengarahkan, mengendalikan dan mengawasi secara langsung unit-unitnya kerja menurut tugasnya pelayanan nasabah, pengembangan dan pengendalian usaha serta pengelolaan administrasi di lingkungan tempat kerja.

b. *Micro Banking*

Mengkoordinir, mengelola, dan memastikan penyaluran dana berjalan dengan maksimal dan mencapai target yang telah ditentukan di segmen pembiayaan.

c. *CBRM (Consumer Banking Relationship Manager)*

Meningkatkan pertumbuhan bisnis pada segmen *consumer banking* yang meliputi pendapatan dan pembiayaan serta melakukan fungsi *financial advisory* dan retensi terhadap nasabah prioritas.

d. *BOSM (Branch Operation and Service Manager)*

Memastikan aktifitas operasional *Branch Officer* terkelola sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk mendukung target *Branch Officer*.

e. *Customer Service*

- 1) Memberikan informasi produk dari jasa BSM kepada nasabah.
- 2) Memproses permohonan pembukuan dan penutupan rekening tabungan, giro, dan deposito.
- 3) Memblokir kartu ATM nasabah sesuai dengan ketentuan.

f. *Teller*

- 1) Melakukan transaksi tunai dan non tunai sesuai dengan ketentuan SOP.
- 2) Mengelola saldo kas teller sesuai limit yang ditentukan.
- 3) Mengelola uang yang layak dan tidak layak (uang palsu).

g. *GSS*

- 1) Menyusun laporan atas realisasi biaya-biaya yang berhubungan dengan personalia maupun fasilitas kantor.
- 2) Mengelola dan membuat laporan penggunaan kas kecil harian sesuai dengan wewenang yang berlaku.
- 3) Mengelola pengadaan, pendistribusian serta pemeliharaan sarana serta prasarana kantor.
- 4) Melaksanakan dan mengadministrasikan penutupan asuransi seluruh aset milik bank.

- 5) Bertindak sebagai level pertama untuk mengatasi permasalahan penggunaan teknologi informasi di wilayah cabang terkait.
- 6) Memastikan pelaksanaan backup data secara berkala.
- 7) Melakukan penyusutan atas nilai buku inventaris kantor serta aktiva tetap milik kantor lainnya.
- 8) Melakukan pengurusan perizinan yang dikelola oleh cabang.

h. *Security*

- 1) Menjaga dan memastikan lingkungan kantor agar selalu dalam kondisi aman dan terkendali.
- 2) Memastikan inventaris kantor terjaga dengan baik, dan selalu ruangan kerja dalam kondisi aman.
- 3) Membantu pelayanan kepada nasabah pada saat jam operasional.
- 4) Memastikan pertukaran shift jaga berjalan dengan lancar.
- 5) Mengadministrasikan seluruh mutasi kegiatan selama penjagaan.
- 6) Memastikan kondisi kendaraan nasabah dalam keadaan aman dan diparkir dengan tertib.

i. *Office Boy*

- 1) Menjaga kebersihan dan perawatan gedung beserta fasilitas dan inventaris kantor.
- 2) Mengatur dan menjaga stok kebutuhan logistik kantor.
- 3) Mengatur pengiriman surat atau barang, mencatat surat-surat masuk, serta mendistribusikan dan mengarsipnya dengan baik.
- 4) Menjawab telepon masuk pada meja operator dengan benar.

- 5) Mengoperasikan mesin foto copy dan membantu mendokumentasikan file pembiayaan dengan baik.
- 6) Memastikan sarana dan prasarana kantor dapat berfungsi dengan baik.
- 7) Memastikan ketersediaan konsumsi bagi karyawan yang bekerja lembur.

j. *Driver*

- 1) Menjaga dan memastikan kendaraan dinas dalam kondisi yang terawat dengan baik, aman dan layak jalan.
- 2) Mengoperasikan kendaraan dengan baik dan benar.
- 3) Memastikan ketersediaan BBM dalam kondisi yang stabil.
- 4) Memastikan pegawai yang menggunakan kendaraan sampai tujuan dengan selamat dan tepat waktu.
- 5) Memastikan setiap karyawan yang menggunakan kendaraan dinas sudah mendapatkan izin dari pejabat yang berwenang.

4. *Shared Values*

a. *Excellence*

Mencapai hasil yang mendekati sempurna (*perfect result-oriented*).

b. *Teamwork*

Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi.

c. *Humanity*

Mengembangkan kepedulian terhadap kemanusiaan dan lingkungan.

d. *Integrity*

Berperilaku terpuji, bermartabat, dan menjaga etika profesi.

e. *Customer Focus*

Mengembangkan kesadaran tentang pentingnya nasabah dan berupaya melampaui harapan nasabah (internal dan eksternal).

5. Kegiatan Usaha Menurut Anggaran Dasar Terakhir dan Kegiatan Usaha yang Dijalankan

Bidang usaha BSM berdasarkan Akta Perubahan terakhir Nomor 2 Tanggal 2 Juni 2014 persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Surat Keputusan No. AHU-12852.40.22.2014 Tanggal 10 Juni 2014, Anggaran Dasar BSM adalah:⁴¹

- a. Menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa Giro, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- b. Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa Deposito, Tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- c. Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah*, akad *musyarakah*, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

⁴¹ www.syariahmandiri.co.id/ (10 Oktober 2017)

- d. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, akad salam, akad *istishna* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- e. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *qardh* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- f. Menyalurkan pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad *ijarah* dan/atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiyabittamlik* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- g. Melakukan pengambilan alihan hutang berdasarkan akad *hawalah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- h. Melakukan usaha kartu debit dan/atau kartu pembiayaan berdasarkan prinsip syariah.
- i. Membeli, menjual, atau menjamin atas risiko sendiri surat berharga pihak ketiga yang diterbitkan atas dasar transaksi nyata berdasarkan prinsip syariah, antara lain, seperti akad *ijarah*, *musyarakah*, *mudharabah*, *murabahah*, *kafalah*, atau *hawalah*.
- j. Membeli surat berharga berdasarkan prinsip syariah yang diterbitkan oleh pemerintah dan/atau Bank Indonesia.
- k. Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan pihak ketiga atau antar pihak ketiga berdasarkan prinsip syariah.

- l. Melakukan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu akad yang berdasarkan prinsip syariah.
- m. Menyediakan untuk menyimpan barang dan surat berharga berdasarkan prinsip syariah.
- n. Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah berdasarkan prinsip syariah.
- o. Melakukan fungsi sebagai Wali Amanat berdasarkan akad *wakalah*.
- p. Memberikan fasilitas *letter of credit* atau bank garansi berdasarkan prinsip syariah.
- q. Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan di bidang perbankan dan di bidang sosial sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
- r. Melakukan kegiatan valuta asing berdasarkan prinsip syariah.
- s. Melakukan kegiatan penyertaan modal pada Bank Umum Syariah atau lembaga keuangan yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.
- t. Melakukan kegiatan penyertaan modal sementara untuk mengatasi akibat kegagalan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah, dengan syarat harus menarik kembali penyertaannya.
- u. Bertindak sebagai pendiri dan pengurus dana pensiun berdasarkan prinsip syariah.

- v. Melakukan kegiatan dalam pasar modal sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan ketentuan pertauran perundang-undangan di bidang pasar modal.
- w. Menyelenggarakan kegiatan atau produk bank yang berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan sarana elektronik.
- x. Menerbitkan, menawarkan, dan memperdagangkan surat berharga jangka pendek berdasarkan prinsip syariah, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pasar uang.
- y. Menerbitkan, menawarkan, dan memperdagangkan surat berharga jangka panjang berdasarkan prinsip syariah, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pasar modal.
- z. Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha Bank Umum Syariah lainnya yang berdasarkan prinsip syariah.

6. Produk/Jasa Bank Syariah Mandiri

Produk/jasa Bank Syariah Mandiri dapat dikategorikan menjadi 3 (tiga) produk/jasa sebagai berikut:⁴²

a. Produk pendanaan

1) Tabungan BSM

Tabungan dalam mata uang rupiah dengan akad *mudharabah mutlaqah* yang penarikannya sesuai syarat tertentu yang disepakati.

⁴² www.syariahmandiri.co.id/ (10 Oktober 2017)

2) BSM tabungan berencana

Tabungan berjangka dengan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian bagi penabung maupun ahli waris untuk memperoleh dananya sesuai target waktu dan dengan perlindungan asuransi gratis.

3) BSM tabungan simpatik

Tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *wadiah*, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati.

4) BSM tabungan mabrur

Tabungan perorangan untuk merencanakan ibadah haji & umrah.

5) BSM tabungan mabrur junior

Tabungan anak untuk merencanakan ibadah haji & umrah.

6) BSM tabungan dollar

Tabungan dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan dengan menggunakan slip penarikan.

7) BSM tabungan investasi cendekia

Tabungan berjangka yang diperuntukkan bagi masyarakat dalam melakukan perencanaan keuangan, khususnya pendidikan bagi putra/putri.

8) BSM tabungan perusahaan

Tabungan yang digunakan untuk menampung kelebihan dana rekening giro yang dimiliki institusi/perusahaan berbadan hukum dengan menggunakan fasilitas *autosave*.

9) BSM tabungan pensiun

Tabungan dalam mata uang rupiah hasil kerjasama BSM dengan PT. Taspen yang diperuntukkan bagi pensiunan pegawai negeri Indonesia.

10) BSM tabunganku

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta mengingatkan kesejahteraan masyarakat.

11) BSM simpanan pelajar iB

Tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

12) BSM deposito

Produk investasi berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan.

13) BSM deposito valas

Produk investasi berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan dalam bentuk valuta asing.

14) BSM giro

Simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau alat perintah layar lainnya dengan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

15) BSM giro valas

Simpanan dalam mata uang dollar Amerika yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

16) BSM giro Singapore dollar

Simpanan dalam mata uang dollar Singapura yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

17) BSM giro Euro

Simpanan dalam mata uang dolar Euro yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

b. Produk dan skema pembiayaan

1) BSM pembiayaan *mudharabah*

Pembiayaan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

2) BSM pembiayaan *musyarakah*

Pembiayaan khusus untuk modal kerja, dimana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai dengan nasabah nisbah yang disepakati.

3) BSM pembiayaan *murabahah*

Pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati. Dapat dipergunakan untuk keperluan usaha (investasi, modal kerja) dan pembiayaan konsumen.

4) BSM pembiayaan *istishna*

Pembiayaan pengadaan barang dengan skema *istishna* adalah pembiayaan jangka pendek, menengah dan panjang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengadaan barang (obyek *istishna*), dimana masa angsuran melebihi periode pengadaan barang (*goods in process*) dan bank mengakui pendapatan yang menjadi haknya pada periode angsuran, baik pada saat pengadaan berdasarkan persentase penyerahan barang maupun setelah barang selesai dikerjakan.

5) Pembiayaan dengan skema IMBT (*Ijarah Muntahiyah Bittamlik*)

Pembiayaan *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* adalah fasilitas pembiayaan dengan skema sewa atas suatu obyek sewa antara bank

dan nasabah dalam periode yang ditentukan yang diakhiri dengan kepemilikan barang ditangan nasabah.

6) Pembiayaan PKPA

Pembiayaan kepada Koperasi Karyawan untuk Para Anggota (PKPA) adalah penyaluran pembiayaan kepada koperasi karyawan untuk pemenuhan kebutuhan *consumer* para anggotanya (kolektif) yang mengajukan pembiayaan kepada koperasi karyawan.

7) BSM pembiayaan impian

Pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan yang mengajukannya dilakukan secara massal (kolektif) melalui rekomendasi perusahaan.

8) BSM pembiayaan griya BSM

Pembiayaan konsumtif dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada perseorangan/individual untuk membiayai pembelian rumah baru, rumah *second*, renovasi maupun *take over* berupa rumah tinggal.

9) BSM pembiayaan pemilikan rumah sejahtera syariah tapak

Pembiayaan BSM pemilikan rumah sejahtera syariah tapak adalah pembiayaan berdasarkan prinsip dengan dukungan FLPP (Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan yang pengelolaannya dilaksanakan oleh Kementerian Perumahan Rakyat) yang diterbitkan oleh bank pelaksanaan yang beroperasi secara syariah

kepada masyarakat berpenghasilan rendah dalam rangka pemilikan rumah sejahtera syariah tapak yang dibeli dari orang perseorangan dan/atau badan hukum.

10) BSM pembiayaan griya PUMP-KB

Pembiayaan griya BSM Pinjaman Uang Muka Perumahan Kerjasama Bank (PUMP-KB) adalah pembiayaan dengan dukungan pendanaan yang diberikan BPJS Ketenagakerjaan kepada BSM untuk pemilikan atau pembelian rumah kepada peserta BPJS Ketenagakerjaan.

11) BSM optima pembiayaan pemilikan rumah

Pembiayaan griya BSM optima adalah pembiayaan pemilikan rumah dengan tambahan *benefit* berupa adanya fasilitas pembiayaan tambahan yang dapat diambil nasabah pada waktu tertentu sepanjang *coverage* atas agunannya masih dapat mengcover total pembiayaan dan dengan memperhitungkan kecukupan *debt to service ratio* nasabah.

12) BSM pembiayaan pensiun

Pembiayaan BSM pensiun adalah pembiayaan yang diberikan kepada para pensiunan atau pegawai yang ≤ 6 bulan lagi akan pensiun (pra pensiun) atau janda pensiun dan telah menerima S pensiun.

13) BSM pembiayaan alat kedokteran

Pembiayaan BSM alat kedokteran adalah pembiayaan untuk pemberian barang modal atau peralatan penunjang kerja dibidang kedokteran.

14) BSM pembiayaan oto

Pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor berupa mobil baru atau bekas berdasarkan prinsip syariah.

15) BSM pembiayaan eduka

Pembiayaan BSM eduka adalah pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan biaya pendidikan.

16) Pembiayaan dana berputar

Fasilitas pembiayaan modal kerja dengan prinsip *musyarakah* yang penarikan dananya dapat dilakukan sewaktu-waktu berdasarkan kebutuhan riil nasabah.

17) Pembiayaan umrah

Pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umrah, seperti untuk tiket, akomodasi, dan persiapan biaya umrah lainnya dengan akad *ijarah*.

18) Pembiayaan dengan agunan investasi terikat syariah mandiri

Pembiayaan dengan agunan berupa dana investasi (*cash collateral*) dimana pemilik dana (*investor*) memberikan batasan kepada bank mengenai tempat, cara dan obyek investasi.

19) BSM pembiayaan warung mikro

Pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan usaha dan multiguna dengan maksimal pembiayaan sampai dengan Rp. 100 juta dengan akad *murabahah* dan *ijarah*.

20) Pembiayaan gadai emas BSM

Pembiayaan yang menggunakan akad *qardh* dengan jaminan berupa emas yang diikat dengan akad *rahn*, dimana emas yang diagunkan disimpan dan dipelihara oleh bank selama jangka waktu tertentu dengan membayar biaya pemeliharaan atas emas sebagai obyek *rahn* yang diikat dengan akad *ijarah*.

21) Pembiayaan cicil emas BSM

Pembiayaan kepemilikan emas dengan menggunakan akad *murabahah*.

c. Produk layanan

1) BSM *card*

Merupakan kartu yang diterbitkan oleh BSM dan memiliki fungsi utama yaitu sebagai kartu ATM dan kartu debit. Disamping itu dengan menggunakan BSM *card*, nasabah bisa mendapatkan *discount* diratusan *merchant* yang telah bekerja sama dengan BSM.

2) BSM ATM

Mesin Anjungan Tunai Mandiri yang dimiliki oleh BSM. BSM ATM dapat digunakan oleh nasabah BSM, nasabah bank anggota

prima, nasabah bank anggota ATM bersama dan nasabah anggota Bank Card (Malaysia).

3) BSM *call* 14040

Layanan perbankan melalui telepon dengan nomor akses 14040 atau 021 2953 4040, yang dapat digunakan oleh nasabah untuk mendapatkan informasi terkait layanan perbankan.

4) BSM SMS *banking*

Merupakan produk layanan perbankan yang berbasis teknologi SMS telepon selular (ponsel) yang memberikan kemudahan untuk melakukan berbagai transaksi perbankan dimana saja, kapan saja.

5) BSM *mobile banking*

Merupakan saluran distribusi yang dimiliki oleh BSM untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui *smartphone* dengan teknologi GPRS/EDGE/3G/BIS dan WIFI. Platform *smartphone* yang dapat digunakan yaitu BB, Android, iOS dan Symbian.

6) BSM *net banking*

Merupakan fasilitas layanan bank dapat digunakan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan (ditentukan bank) melalui jaringan internet menggunakan komputer/*smartphone*.

7) BSM notifikasi

Layanan untuk memberikan informasi segera dari setiap mutasi transaksi nasabah sesuai dengan jenis transaksi yang didaftarkan oleh nasabah yang dikirimkan melalui media SMS atau *e-mail*.

8) MBP (*Multi Bank Payment*)

Merupakan layanan untuk mempermudah pembayaran kepada institusi (lembaga pendidikan, asuransi, lembaga khusus, lembaga keuangan non bank) melalui menu pemindah bukuan di ATM bank manapun.

9) BPI (BSM pembayaran Institusi)

Merupakan layanan pembayaran yang terhubung ke institusi secara *real time on line*.

10) BPR *host to host*

Merupakan bentuk kerjasama BSM dengan BPR/BPRS yang memungkinkan nasabah BPR/BPRS untuk mempunyai kartu ATM yang dapat digunakan di ATM BSM, ATM BM, ATM Bersama dan ATM Prime.

11) BSM *e-money*

Merupakan kartu prabayar berbasis *smart card* yang diterbitkan oleh Bank Mandiri bekerja sama dengan BSM.

12) Transaksi D.U.I.T

Jasa pengiriman uang dari luar negeri kesemua bank dan kantor pos di Indonesia secara cepat dan mudah.

13) Transfer valas

Layanan transfer valas asing antar rekening bank di Indonesia atau luar negeri dalam 130 mata uang.

14) Western Union

Jasa pengiriman uang domestik atau antar-negara dengan jaringan outlet yang luas dan tersebar diseluruh dunia.

15) Transfer nusantara

Jasa pengiriman uang antar-daerah didalam negara (domestik) keseluruh pelosok nusantara secara cepat dan mudah.

B. Penyajian Data

Penerapan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung:

Pelayanan prima (*service excellent*) merupakan suatu strategi yang sangat penting bagi keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu organisasi bisnis, khususnya yang mempunyai lingkungan kompetitif⁴³.

Dalam segi pelayanan Bank Syariah Mandiri bertekad akan terus berkembang agar nasabah tidak kecewa, menjalankan prinsip syariah lebih adil dan menentramkan, pelayanan yang cepat dan aspek kedekatan emosional dengan nasabah.

Dengan konsep pelayanan A3 untuk mempertahankan nasabahnya, karena pelayanan merupakan salah satu hal yang mempengaruhi reputasi, dengan memberikan pelayanan yang terbaik maka akan menimbulkan rasa

⁴³ Zeithalm, Parasuraman, dkk “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan*”, artikel diakses pada 20 November 2017 dari: eprint.dinus.ac.id/5069/1/14809

puas terhadap nasabah hingga pada akhirnya reputasi yang baik akan tercipta. Yang dimaksud dengan Konsep A3 yaitu *Attitude* (Sikap), *Attention* (Perhatian), dan *Action* (Tindakan).

1) *Attitude* (Sikap)

Hasil dari penelitian mengenai variabel sikap, karyawan memberikan sikap yang baik. Karyawan selalu memberikan penjelasan tentang informasi yang diberikan kepada nasabah. Karyawan menggunakan tutur kata yang sopan, jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah.

Dalam wawancara pertama seorang informan sekaligus sebagai *Marketing* dengan Yoke Aji Bagaskara sekaligus sebagai *marketing* mengungkapkan Pelayanan dalam konteks sikap sebagai berikut:

“Pelayanan sikap di BSM ada standartnya. Jadi yang membedakan bank konvensional dan bank syariah, sikap atau gesture tubuh pada saat melayani nasabah lebih ramah dengan memberikan salam sebelum melayani dan mengucapkan salam setelah selesai menangani nasabah”⁴⁴

Dari hasil wawancara kedua dengan Moch. Amal Sutsuga sebagai *Teller* mengatakan dalam konteks sikap sebagai berikut:

“Sikapnya harus menghormati, harus menciptakan suasana intimasi maksudnya suasana akrab terhadap nasabah agar nasabah tidak tegang tetapi tidak mengurangi standart pelayanan yang berlaku.”⁴⁵

⁴⁴ Yoke Aji Bagaskara, *Wawancara Bank Syariah Mandiri KCP. Balung, Jember, 21 Agustus 2017.*

⁴⁵ Moch. Amal Sutsuga, *Wawancara Bank Syariah Mandiri KCP. Balung, Jember, 21 Agustus 2017.*

Dan dari hasil wawancara ketiga dengan Dina Safinah sebagai *Customer Service* mengungkapkan:

“Memberikan pelayanan berdasarkan sikap maka kami selalu melayani dengan sepenuh hati dan memberikan keramahan, sopan santun dan jangan lupa memberikan senyuman agar nasabah merasa nyaman”⁴⁶

Sebagaimana yang telah dipaparkan oleh para informan selaku karyawan Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP. Balung diatas menyimpulkan bahwa sikap mencerminkan perilaku atau gerak-gerik yang terlihat pada diri seseorang ketika menghadapi suatu situasi tertentu atau ketika berhadapan dengan orang lainnya. Karena sikap berkaitan dengan suatu kondisi yang ada di dalam diri seseorang maka sikap dapat pula diartikan sebagai alur pengekspresian perasaan.

Sikap dalam menghadapi nasabah haruslah ramah, selalu menghormati nasabah, selalu tersenyum saat berhadapan dengan nasabah agar nasabah merasa nyaman dan memberikan kepuasan terhadap nasabah. Tidak dibolehkan bagi karyawan memberikan sikap yang kurang baik atau jutek. Sikap seperti itu bisa membuat nasabah tidak betah dalam bertransaksi ataupun bertanya mengenai informasi kepada karyawan.

2) *Attention* (Perhatian)

Hasil penelitian mengenai variabel perhatian, karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung, selalu memberikan perhatian penuh

⁴⁶Dina Safinah, *Wawancara Bank Syariah Mandiri KCP. Balung*, Jember, 21 Agustus 2017.

terhadap nasabah, ikhlas dalam membantu/melayani kebutuhan informasi para nasabah. Dengan tersebut nasabah merasa nyaman.

Dalam wawancara pertama seorang informan sekaligus sebagai *Marketing* bernama Yoke Aji Bagaskara mengungkapkan pelayanan dalam konteks perhatian sebagai berikut:

“Pelayanan dalam perhatian, khususnya untuk nasabah prioritas. Untuk nasabah umum juga sering memberikan bentuk perhatian yaitu saat perayaan hari raya Idul Fitri nasabah yang dekat dengan kantor dikirim kartu ucapan selamat hari raya. Untuk nasabah prioritas, saat nasabah berulang tahun pihak bank memberikan ucapan atau hadiah kepada nasabah.”⁴⁷

Dari hasil wawancara kedua dengan Moch. Amal Sutsuga sebagai *Teller* mengatakan dalam konteks sikap sebagai berikut:

“Khusus nasabah prioritas, bank memberikan ucapan ulang tahun dan hadiah.”⁴⁸

Dan dari hasil wawancara ketiga dengan Dina Safinah sebagai *Customer Service* mengungkapkan:

“Mengucapkan terima kasih kepada nasabah. Khusus nasabah prioritas kalau ulang tahun memberikan ucapan selamat, memberikan hadiah. Atau jika ada nasabah yang sering melakukan transaksi, BSM menyarankan nasabah tersebut untuk memakai *mobile banking* atau internet banking”⁴⁹

Penjelasan dari hasil interview atau wawancara di atas menyimpulkan bahwa perhatian atau kepedulian terhadap pelanggan adalah salah satu konsep penunjang pola layanan yang digunakan untuk menunjukkan betapa besarnya perhatian dari bank kepada nasabah.

⁴⁷ Yoke Aji Bagaskara, *Wawancara Bank Syariah Mandiri KCP. Balung, Jember, 21 Agustus 2017.*

⁴⁸ Moch. Amal Sutsuga, *Wawancara Bank Syariah Mandiri KCP. Balung, Jember, 21 Agustus 2017.*

⁴⁹ Dina Safinah, *Wawancara Bank Syariah Mandiri KCP. Balung, Jember, 21 Agustus 2017.*

Perlakuan karyawan dalam hal perhatian terhadap nasabah dengan mengucapkan selamat ulang tahun dan memberikan hadiah khususnya nasabah priority. Perlakuan dalam hal perhatian juga diberikan kepada nasabah yang dekat dengan bank, karyawan mengirim ucapan saat hari raya. Sedangkan bagi nasabah yang selalu melakukan transaksi bagian *Customer Service* menyarankan kepada nasabah agar menggunakan *mobile banking* agar nasabah tidak kesulitan dalam melakukan transaksi.

3) *Action (Tindakan)*

Hasil penelitian mengenai variabel perhatian, karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung, dalam wawancara pertama seorang informan Yoke Aji Bagaskara sekaligus sebagai *Marketing* mengungkapkan Pelayanan dalam konteks perhatian sebagai berikut:

“Harus terbuka, harus bisa menerima kritikan dari nasabah karena sebuah kritikan dapat membangun dan memberikan motivasi agar menjadi lebih baik lagi. Lalu kami memberikan tindakan yang cepat dan tanggap dalam memecahkan masalah nasabah dan keluhan serta dalam memberikan informasi. Kami bertanggung jawab dalam melakukan pelayanan terhadap nasabah.”⁵⁰

Dari hasil wawancara kedua dengan Moch. Amal Sutsuga sebagai *Teller* mengatakan dalam konteks sikap sebagai berikut:

“Complain sering di CS. BSM menyediakan kotak saran jadi nasabah yang ingin menulis kritik dan saranya bisa melewati

⁵⁰ Yoke Aji Bagaskara, *Wawancara Bank Syariah Mandiri KCP. Balung, Jember, 21 Agustus 2017.*

surat. Dalam pelayanan kami tidak memilih-milih nasabah yang akan dilayani.”⁵¹

Dan dari hasil wawancara ketiga dengan Dina Safinah sebagai

Customer Service mengungkapkan:

“Diterima komplainnya, sampaikan rasa empati kepada nasabah, meberikan ucapan permohonan maaf atas ketidaknyamanan atas transaksinya kemudian dicek di system lalu jika komplainnya terkait dengan produk, keberatan dengan biaya bisa ditawarkan dengan produk lainnya yang lebih ringan biayanya atau jika kesulitan transaksi bisa ditawarkan produk BSM misalkan mobile banking atau internet banking. Selain menerima dan memberikan empati, juga memberikan solusi terhadap nasabah.”⁵²

Penjelasan dari hasil wawancara diatas menyimpulkan bahwa tindakan adalah perbuatan atau sesuatu yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk menghasilkan sesuatu. Perlakuan karyawan dalam hal tindakan yaitu memberikan tindakan yang cepat dan tanggap dalam merespon keluhan nasabah, memberikan solusi yang cepat dan tepat dalam memecahkan masalah nasabah, menerima kritikan dari nasabah karena kritikan tersebut dapat membangun dan memberikan motivasi. Memberikan empati kepada nasabah lalu mengucapkan permohonan maaf atas ketidaknyamanan yang telah diterima. Karyawan bank tidak memilih-milih nasabah yang dilayani. Jika keluhannya tentang transaksi dapat diatasi, karyawan menawarkan produk seperti *mobile banking*. Hal-hal yang dilakukan karyawan tersebut dapat membuat nasabah puas.

⁵¹ Moch. Amal Sutsuga, *Wawancara Bank Syariah Mandiri KCP. Balung, Jember, 21 Agustus 2017.*

⁵²Dina Safinah, *Wawancara Bank Syariah Mandiri KCP. Balung, Jember, 21 Agustus 2017.*

Selain konsep pelayanan prima A3, terdapat pula Standart Operasional Prosedur (SOP) dalam melayani nasabah seperti:

1) Satpam

- a. Menjaga posisi tubuh selalu sigap dan siap selama menjalankan tugas.
- b. Selalu antusias menanggapi pertanyaan nasabah
- c. Selalu berlaku ramah dengan memberikan senyuman kepada nasabah.
- d. Selalu cepat tanggap dan mengerti setiap keperluan nasabah.
- e. Selalu siap memberikan bantuan kepada nasabah.

2) Teller dan Customer Service

- a. Pakaian dan penampilan rapi dan bersih.
- b. Percaya diri, bersikap akrab, ramah dan penuh senyum.
- c. Menyapa dengan lembut dan menyebutkan nama pelanggan atau nasabah.
- d. Tenang, sopan, sabar dan hormat dalam mendengarkan setiap pembicaraan.
- e. Mendengarkan setiap pembicaraan dan menerima keluhan dengan baik.
- f. Berbicara jelas dengan bahasa yang baik dan benar.
- g. Antusias dalam melayani dan tunjukkan kemampuan.
- h. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.

- i. Mampu meyakinkan pelanggan atau nasabah serta memberikan kepuasan.
- j. Apabila tidak bisa menangani permasalahan yang ada, mintalah bantuan.

3) Back Office

- a. Mempunyai tingkat ketelitian yang tinggi.
- b. Bersikap untuk selalu melakukan pekerjaan secara cepat dan tepat waktu tanpa kecuali dan tanpa mengulur-ngulur waktu.
- c. Mempunyai inisiatif dan segera melakukan eskalasi secara cepat dan tepat.
- d. Proaktif.
- e. Tegak dan tidak toleran terhadap hal-hal yang dapat melanggar prinsip-prinsip kehati-hatian termasuk kode etik banker.
- f. Memiliki kesadaran resiko yang tinggi sehinggabank akan terhindar dari timbulnya risiko operasional.
- g. Mematuhi kode etik perbankan Indonesia dan budaya perusahaan.
- h. Memiliki integritas tinggi, antara lain jujur, disiplin, konsisten, dan menjaga diri dari perbuatan tercela.

C. Analisis

1) Pelayanan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung

Pelayanan sering disebut juga etiket. Dalam arti sempit etiket disamakan dengan etika, yang artinya tata cara berhubungan dengan

manusia lainnya. Seperti tata cara karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung saat melayani nasabah yang sedang bertransaksi.

Ketentuan yang diatur dalam beretika, antara lain:

a) Sikap dan perilaku

Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung saat melayani para nasabah selalu bersikap sopan.

b) Penampilan

Penampilan para karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung tidak berlebihan seperti memakai perhiasan yang berlebihan.

c) Cara berpakaian

Cara berpakaian karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung para karyawan tidak menggunakan warna yang terlalu mencolok.

d) Cara berbicara

Cara berbicara karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung kepada nasabah sangat sopan. Seperti saat ada nasabah yang komplek, *customer service* tidak menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai berbicara.

e) Cara gerak-gerik

Gerak-gerik saat karyawan melayani nasabah tidak berlebihan dan karyawan menyambut nasabah dengan senyuman dan salam.

Contohnya saat nasabah masuk ke dalam, dengan sigap pintu dibukakan oleh satpam, lalu satpam mengucapkan salam sambil tersenyum.

f) Cara bertanya

Cara bertanya karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung saat melayani nasabah dengan nada yang sopan dan santun.

2. Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung

Dapat diartikan kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang ditawarkan/dipasarkan adalah suatu kinerja yang berkualitas dan kinerja yang dibeli oleh pelanggan.

Kualitas tidak menekan kepada akhir seperti produk, tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungannya. Ada lima dimensi yang menentukan kualitas jasa, yaitu:

a) *Reliability* (keandalan): Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP.

Balung memberikan pelayanan dengan baik. Pelayanan yang dilakukan para karyawan sesuai standart yang sudah diterapkan di Bank Syariah Mandiri KCP. Balung.

b) *Responsiveness* (ketanggapan): Karyawan Bank Syariah Mandiri

KCP. Balung selalu tanggap dalam melayani nasabah. Seperti saat ada nasabah yang mengeluh di *customer service* dalam masalah produk, *customer service* akan memberikan saran dan solusi yang terbaik kepada nasabah.

c) *Assurance* (kepastian/jaminan): Saat ada nasabah yang mengeluh

kepada *customer service*, nasabah tersebut dilayani dengan ramah.

Customer service tidak akan menyela saat nasabah berbicara. Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung, melayani nasabah dengan sopan santun, dan akan memberikan perhatian saat terjadi masalah. Karyawan melakukan tindakan tersebut agar para nasabah tidak kecewa terhadap pelayanan yang diberikan dan agar nasabah merasa nyaman juga agar nasabah tidak pindah ke bank lain.

d) *Empaty* (empati): Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung akan memberikan solusi kepada nasabah saat terjadi masalah. Seperti menawarkan *mobile banking* untuk bertransaksi. Dengan tersebut nasabah tidak perlu susah ke bank untuk melakukan transaksi.

e) *Tangibles* (berwujud, bukti langsung): Bank Syariah Mandiri KCP. Balung memberikan fasilitas yang memadai agar para nasabah merasa nyaman. Di Bank Syariah Mandiri KCP. Balung, tersedia parkir untuk para nasabah dan juga karyawan. Televisi, koran, tempat duduk saat nasabah antri untuk melakukan transaksi. Jadi, agar nasabah tidak bosan menunggu antrian, nasabah dapat menonton televisi ataupun membaca koran. Jika ada nasabah yang komplek dibagian *teller*, juga tersedia kotak kritik dan saran.

3. Pelayanan Prima Bank Syariah Mandiri KCP. Balung

Pelayanan prima dapat diartikan sebagai kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi

kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka setia kepada perusahaan.

Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung memberikan kepedulian kepada nasabahnya dengan cara memberikan solusi jika ada nasabahnya yang komplek dan jika ada nasabah prioritas yang berulang tahun, karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung akan memberikan hadiah juga mengucapkan selamat ulang tahun.

Pihak Bank Syariah Mandiri KCP. Balung memberikan layanan yang terbaik dan memberikan kemudahan kepada nasabah. Dengan melakukan hal tersebut kepada nasabah, diharapkan nasabah akan tetap bertahan di Bank Syariah Mandiri KCP. Balung.

Tujuan pelayanan prima yang diterapkan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung, agar nasabah merasa nyaman dan tidak ada nasabah yang membelot kepada lembaga keuangan yang lain. Selain itu tujuan pelayanan prima agar menjaga dan merawat agar nasabah merasa diperhatikan dan dipentingkan dengan cara memenuhi segala keinginan dan kebutuhannya. Dengan tersebut nasabah akan merasa puas dan percaya terhadap Bank Syariah Mandiri KCP. Balung.

4. Konsep Pelayanan Prima A3 Bank Syariah Mandiri KCP. Balung

Ada tiga faktor pelayanan prima, yaitu:

a) *Attitude* (Sikap)

Yaitu perilaku, sikap dan tingkah laku yang harus ditonjolkan oleh pegawai ketika menghadapi pelanggan.

Sikap karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung saat menghadapi nasabah selalu ramah, selalu tersenyum agar nasabah merasa dihormati dan merasa nyaman. Sebelum melayani nasabah, karyawan mengucapkan salam dan menangkupkan kedua tangan. Saat melayani dilakukan dengan sepenuh hati, karyawan memberikan intimasi agar suasana menjadi akrab. Tetapi tidak mengurangi standart pelayanan yang berlaku. Serta komunikasi yang baik.

b) *Attention* (Perhatian)

Karyawan harus mampu memberikan kepedulian penuh kepada pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritik.

Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung selalu memberikan perhatian agar rasa empati dengan kesediaan karyawan dalam membantu nasabah dan melakukan kemudahan dalam melakukan pelayanan, memberikan perhatian dengan mengucapkan selamat ulang tahun dan memberikan hadiah kepada nasabah priority, serta memberikan ucapan saat hari raya kepada nasabah yang rumahnya dekat dengan bank.

Karyawan menawarkan bantuan dengan memberikan perhatian kepada nasabah untuk membantu nasabah. Seperti menawarkan produk *mobile banking* kepada nasabah yang selalu melakukan transaksi.

c) *Action* (Tindakan)

Karyawan harus mampu memberikan berbagai kegiatan nyata yang harus diberikan dalam pelayanan prima kepada konsumen.

Perlakuan karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung saat ada nasabah yang komplek, karyawan memberikan tindakan yang cepat dan tepat. Saat ada keluhan tentang produk, karyawan (*Customer Service*) memberikan solusi terhadap nasabah dengan menawarkan produk lainnya. Bank Syariah Mandiri KCP. Balung juga menyediakan Kodak saran jadi nasabah yang ingin menuliskan kritikan dan saran dapat melewati surat.

**Strategi Pelayanan Prima Pada
Bank Syariah Mandiri KCP. Balung**

Tabel 4.1

Strategi Pelayanan Prima

Fronliner	CS	Teller	Marketing
Self Awareness (<i>Action</i>)	✓	✓	✓
Enthusiasm	–	–	–
Reform	–	–	–
Value (<i>Attitude</i>)	✓	✓	✓
Impressive	–	–	–
Care (<i>Attention</i>)	✓	✓	✓
Evaluation	–	–	–

Sumber: Data diolah

Keterangan:

Penulis menguraikan strategi pelayanan prima yang mengacu pada wawancara yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung. Tidak semua strategi pelayanan prima yang menggunakan teori *SERVICE* masuk pada Konsep Pelayanan Prima A3. Hanya beberapa teori *SERVICE* yang menggunakan Konsep Pelayanan Prima A3 seperti:

1) *Self Awarness (Action)*

Karyawan Bank Syariah Mandiri memahami posisi, sehingga mampu memberikan pelayanan yang baik dan benar, berpengalaman dibidang perbankan, saat ada nasabah yang komplek selalu ditangani cepat dan tanggap, memiliki tanggung jawab sosial.

2) *Value (Attitude)*

Setiap pelayanan yang diusahakan selalu memberikan nilai tambah sehingga membuat nasabah merasa nyaman dan reputasi bank semakin baik dimata masyarakat. Seperti mengucapkan salam sebelum melayani nasabah, lebih ramah.

3) *Care (Attention)*

Memberikan kepedulian dan perhatian penuh kepada nasabah serta keramahan karyawan, sopan santun karyawan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Penerapan Pelayanan Prima Terhadap Nasabah di BSM KCP. Balung Tahun 2016-2017” maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

Penerapan Pelayanan Prima Terhadap Nasabah di BSM KCP. Balung dalam mempertahankan nasabahnya dari konsep A3 (Sikap, Perhatian dan Tindakan) tersebut mempunyai pengaruh yang besar. Pelayanan tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP. Balung. Hal ini disebabkan karena baiknya pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah dengan demikian nasabah dapat merasa puas dan akan terus bertahan dalam menggunakan produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP. Balung.

Bank Syariah Mandiri KCP. Balung selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan maksimal dalam melayani nasabahnya dengan menjalin kedekatan emosional dengan nasabah dan melayani dengan ramah, sopan santun, bersungguh-sungguh dalam melayani, selalu berempati dalam nasabah, dan tanggap dalam keluhan nasabah.

B. Saran

Sebagai akhir dari penyusunan skripsi ini, maka perlu kiranya peneliti menyampaikan beberapa saran yang bisa dijadikan sebuah masukan antara lain:

1. Pelayanan yang dapat mempertahankan nasabah sebaiknya tetap dipertahankan oleh Bank Syariah Mandiri KCP. Balung karena nasabah memberikan manfaat besar untuk mempertahankan sebuah perusahaan, dan juga dapat menarik nasabah baru karena nasabah yang diberikan pelayanan yang baik cenderung mempromosikan kepada orang terdekat.
2. Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP. Balung senantiasa memberikan perhatian atas kebutuhan dan keperluan nasabah secara baik.
3. Selain itu dengan pelayanan yang maksimal dapat mendatangkan ketenangan, kenyamanan dan juga dapat menciptakan reputasi yang baik dan kepuasan nasabah terhadap perusahaan sehingga dapat menunjang kemajuan perusahaan dimasa yang akan datang.

IAIN JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adya Barata, Atep. 2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Al-Arif, M. Nurianto. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta. Bandung.
- IAIN Jember. 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. STAIN Jember Press. Jember.
- Kasmir. 2002. *Manajemen Perbankan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, Philip. Lane Keller, Kevin. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- M. Djamal. 2015. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nazir, Mohammad. 2014. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Patilima, Hamid. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Rahmayanti, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- . 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta. Bandung.
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. Liberty Yogyakarta. Yogyakarta.
- Syafi’I Antonio, Muhammad. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta. Gema Insan
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran, edisi kedua*. Yogyakarta.

SKRIPSI

Karomah, Daniatul. 2016. *Pengaruh pelayanan prima frontlinier terhadap kepuasan nasabah studi kasus PT. Bank Syariah Mandiri KCP. Genteng Banyuwangi*, (Skripsi, Jember: IAIN Jember).

Harus, Risdianti. 2016. *Pengaruh pelayanan Customer Service terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah KCP. Sungguminasa*, (Skripsi, Makasar: UIN Aluddin Makasar).

Asih, Nyoman Suparmanti. 2016. *Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraja* (Skripsi, Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha).

INTERNET

<http://internetsebagaisumberbelajar.blogspot.co.id> (diakses pada tanggal 20 Desember 2017)

<http://www.artikel.com> di akses tanggal 15 Juli 2017

Parasuraman, Zeithalm, dkk *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan*, artikel diakses pada 20 November 2017 dari: eprint.dinus.ac.id/5069/1/14809

www.syariahamandiri.co.id/ di akses tanggal 10 Oktober 2017

IAIN JEMBER

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Penerapan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung.	Pelayanan Prima.	a. <i>Attitude</i> (Sikap) b. <i>Attention</i> (Perhatian) c. <i>Action</i> (Tindakan)	1. Pendekatan penelitian: Kualitatif. 2. Jenis penelitian: <i>Field Research</i> – Study Kasus. 3. Teknik pengumpulan data: <ul style="list-style-type: none"> • Observasi • Dokumentasi • Wawancara 4. Analisis data: Deskriptif Analisis. 5. Keabsahan data: Triangulasi Sumber.	Bagaimana Penerapan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung?

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Roisiya

NIM : 083 133 028

Fakultas/Prodi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Institusi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi dengan "*Penerapan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung*" adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 13 Desember 2017

Saya yang menyatakan



Roisiya

NIM: 083 133 028



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Muliawati No. 1, Jember, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. : (0331) 427006, Kode Pos : 68131
Website : WWW.iainjember.ac.id - e-mail : info@iainjember.ac.id

J E M B E R

Nomor : HIMP/In.20/7.a/PP.00.9/ 12 /2017
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian Skripsi

Kepada Yth.

Pimpinan Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP. Balung

Di

TEMPAT

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana S-1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian kepada mahasiswa dengan identitas sebagai berikut:

Nama : Roisiya
NIM : 083133028
Semester : IX (Sembilan)
Prodi : Perbankan Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Alamat : Jl. Candi - Wonorejo - Kencong - Jember
No TLP : 081235306832
JudulSkripsi : Penerapan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Balung.

Demikian Surat izin ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Jember, 3 Agustus 2017

Dekan,

Dekan Bidang Akademik
Dan Pengembangan Lembaga



D. Abdul Rokhman, S.Ag., M.E.I

NIP. 19740830 199903 1 002

4 Desember 2017
No : 19/223-3/254

Kepada
Bpk/Ibu. Pimpinan
IAIN JEMBER
Jl. Mataram No. 1
Mangli - Jember

Perihal : **SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN DI PT BANK SYARIAH MANDIRI
KC JEMBER BALUNG**

Assalamualaikum Wr.Wb

Semoga Bapak/Ibu Pimpinan Kampus IAIN Jember beserta staff senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Menunjuk perihal di atas dengan ini PT Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung menerangkan bahwa Mahasiswi dengan data sebagai berikut,

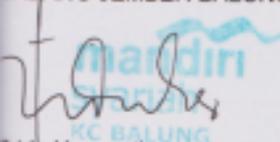
Nama : ROISIYA
NIM : 083 133 028
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam

Telah menyelesaikan penelitiannya di Bank Syariah Mandiri Balung mulai bulan Juli hingga Nopember 2017.

Demikian kami sampaikan, surat keterangan tersebut diatas semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

PT BANK SYARIAH MANDIRI
CABANG JEMBER BALUNG



mandiri
syariah
KC BALUNG

Frida Herawati
Branch Operation & Service Manager

Jurnal Kegiatan Penelitian Di Bank Syariah Mandiri KCP, Balung

No.	Hari/Tanggal	Uraian Kegiatan	Tanda Tangan
1.	24 Juli 2017	Observasi di Lokasi Penelitian	
2.	4 Agustus 2017	Menyerahkan Proposal Penelitian	
3.	7 Agustus 2017	Proposal di ACC	
4.	21 Agustus 2017	Kunjungan Awal Penelitian Sekaligus Wawancara <i>Teller</i> (Moch. Amal Sutsuga) dan <i>Customer Service</i> (Dina Safinah) dan Dokumentasi.	
5.	22 Agustus 2017	Wawancara <i>Marketing</i> (Yoke Aji Baguskara) dan Dokumentasi.	
6.	11 September 2017	Berpamitan Kepada Seluruh Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP, Balung.	
7.	29 November 2017	Meminta Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP, Balung	

Jember, 15 Desember 2017



General Support Staff

LAMPIRAN

1. Wawancara dengan bapak Yoke Aji Bagaskara



2. Wawancara dengan bapak Moch. Amal Sutsuga



3. Wawancara dengan Dina Safinah



BIODATA



Nama : Roisiya
NIM : 03133028
Tempat/Tgl : Jember, 27 Desember 1995
Alamat : Jl. Candi, Wonorejo – Kencong - Jember
Prodi : Perbankan Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

I. Riwayat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Nama Sekolah	Kota	Tahun
1	Sekolah Dasar	SDN Wonorejo 05	Jember	2001-2007
2	Sekolah Menengah	MTs. Negeri Kencong	Jember	2007-2010
3	Sekolah Atas	MAN 3 Jember	Jember	2010-2013
4	Perguruan Tinggi	IAIN Jember	Jember	2013-2017

II. Pengalaman Organisasi

1. PMR MAN 3 Jember

No.	Posisi	Jabatan	Tahun
1	Panitia Lomba PMR Tingkat SMP/SLTP	Rekap Nilai	2012

2. KSR PMI IAIN Jember

No.	Posisi	Jabatan	Tahun
1	Pengurus KSR PMI IAIN Jember	Bidang Logistik	2014-2015
2	Panitia Sosialisasi KSR PMI IAIN Jember	Panitia Konsumsi	2014
3	Panitia Penerimaan Anggota Baru	Panitia Logistik	2015
4	Panitia RAKER Pengurus KSR PMI IAIN Jember 2015	Panitia Konsumsi	2015

3. KOPMA IAIN Jember

No.	Posisi	Jabatan	Tahun
1	Panitia PEKA 3	Panitia Konsumsi	2014

IAIN JEMBER