

SKRIPSI

**PERSEPSI MASYARAKAT METRO PUSAT TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH**

Oleh:

INDRIANI SETIAWATI

141264910



**JURUSAN S1-PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1440 H/2018 M

**PERSEPSI MASYARAKAT METRO PUSAT TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Sebagai
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**

Oleh :

INDRIANI SETIAWATI

NPM.141264910

Pembimbing I : Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag

Pembimbing II : Liberty, SE. MA

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1440 H/2018 M

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: 0019 /In. 28.3 / D / PP.00. 9 / 01 / 2019

Skripsi dengan judul: PERSEPSI MASYARAKAT METRO PUSAT TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH disusun oleh Indriani Setiawati, NPM: 141264910, Jurusan: S1 Perbankan Syariah (S1-PBS), telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu/28 November 2018.

TIM MUNAQSAH

Ketua/Moderator : Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag

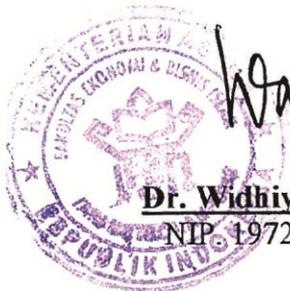
Penguji I : Drs. M. Saleh, MA

Penguji II : Liberty, SE, MA

Sekretaris : Upia Rosmalinda, M.E.I



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Widhiya
Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Munaqosyah

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka tugas akhir saudari:

Nama : Indriani Setiawati
NPM : 141264910
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (PBS)
Judul : PERSEPSI MASYARAKAT METRO PUSAT TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk munaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag
NIP. 19600918 198703 2 003

Metro, 23 Oktober 2018
Pembimbing II



Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PERSEPSI MASYARAKAT METRO PUSAT
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BANK
SYARIAH
Nama : Indriani Setiawati
NPM : 141264910
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (PBS)

MENYETUJUI

Sudah dapat kami setuju untuk disidangkan dalam sidang munaqosyah Skripsi Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Pembimbing I



Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag
NIP. 19600918 198703 2 003

Metro, 23 Oktober 2018
Pembimbing II



Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

ABSTRAK

PERSEPSI MASYARAKAT METRO PUSAT TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH

OLEH :
INDRIANI SETIAWATI

Bank syariah merupakan implementasi dari sistem ekonomi islam seharusnya menjadi prioritas utama untuk masyarakat muslim. Selain itu fungsi bank syariah adalah sebagai lembaga intermediasi yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana yang akan disalurkan kembali ke masyarakat yang membutuhkan dana melalui pembiayaan serta memberikan pelayanan produk jasa. Perkembangan lembaga-lembaga keuangan syariah itu tergolong cepat , karena adanya keyakinan yang kuat dikalangan masyarakat muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang agama Islam. Dengan pesatnya pertumbuhan perbankan tersebut, memungkinkan terjadinya persaingan yang cukup ketat antar bank. Metro Pusat adalah salah satu kecamatan di Kota Metro dengan jumlah penduduk terbanyak di Metro yang mayoritas pekerjaan masyarakatnya adalah sebagai pedagang. Terdapat banyak pedagang yang beragama muslim, namun dalam menjalankan kegiatan ekonomi sehari-hari pedagang tersebut masih menggunakan jasa bank konvensional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat Metro Pusat khususnya para pedagang terhadap kualitas pelayanan Bank Syariah. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), sedangkan sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara (*interview*) dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan para pedagang di Metro Pusat. Sumber data penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Hasil penelitian mengenai persepsi masyarakat khususnya pedagang Metro Pusat terhadap kualitas pelayanan Bank Syariah adalah bahwa terdapat 4 pedagang merasa puas dan menilai kualitas pelayanan Bank Syariah sudah cukup bagus dari aspek keramahan, kesopanan, kerapihan penampilan para karyawan, interaksi yang baik dengan nasabah dan memberikan kenyamanan bagi nasabah, tetapi ada 1 pedagang berpendapat pelayanan yang ada di Bank Syariah belum maksimal. Selain itu terdapat 2 pedagang yang tidak lagi menggunakan Bank Syariah karena ketidakpuasan atas pelayanan yang diberikan dan kurangnya mesin ATM Bank Syariah yang tidak dimiliki semua wilayah. Dampak yang terjadi ketika persepsi baik maka Bank Syariah akan menjadi pilihan utama masyarakat, bank semakin berkembang dan kepercayaan nasabah bertambah. Namun jika persepsi masyarakat itu buruk maka berkurangnya jumlah nasabah, tidak ada minat masyarakat untuk menggunakan jasa keuangan Bank Syariah, dan bisa jadi Bank mengalami kebangkrutan.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indriani Setiawati
NPM : 141264910
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang di rujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 22 November 2018

Yang menyatakan



INDRIANI SETIAWATI
NPM. 141264910

MOTTO

Perlakukan saudara anda seperti anda memperlakukan diri anda sendiri. Kita pasti ingin diperlakukan dengan baik, kita pasti ingin dilayani dengan baik, maka senyuman dan keramahan menjadi sambutan yang paling hangat dibandingkan apapun.

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ

اللَّهُ تَحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah-lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Ny.”
(QS. Ali Imran: 159)

PERSEMBAHAN

Rasa syukur yang terdalam mengiringi akhir dari penulisan, semua tidak lepas dari dukungan orang-orang yang saya sayangi.

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku tercinta , Ayah Slamet Musliman dan Ibu Mei Linawati yang telah mengasuh, mendidik dan membesarkan dengan penuh kasih sayang dan senantiasa mendoakan demi keberhasilanku.
2. Adik ku yang tersayang Widya Saraswati yang ikut memotivasi dan mendoakan keberhasilanku.
3. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
4. Sahabat seperjuangan yang selalu menghibur dan memberikan semangat Chandraini, Safitri Ariyanti, Fitria Sulistya, Fitriani, Erika Putri, Meila Suryanti, Juwita dan teman-teman yang lainnya yang tidak bisa saya sebut satu persatu. Saya ucapkan terimakasih untuk semuanya selama ini.
5. Almamater tercinta IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis ucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas taufik dan hidayahnya dan inayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi.

Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dalam persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN).

Dalam upaya penyelesaian proposal skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu, diantaranya :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro dan selaku pembimbing 1 yang telah memberi dukungan, bantuan, perhatian, dan bahan masukan yang bersifat membantu dalam menyusun skripsi ini.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. Bapak Drs. H. M Saleh, MA selaku penguji I yang telah memberi ilmu yang bersifat membantu dalam skripsi ini.
4. Ibu Liberty, SE, MA selaku pembimbing II yang telah memberi dukungan, bantuan, perhatian, dan bahan masukan yang bersifat membantu dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak/ibu dosen karyawan IAIN Metro yang telah memberi ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama penulis menempuh pendidikan.
6. Ucapan terima kasih juga penulis hanturkan kepada ibu dan ayahanda yang senantiasa memberikan dukungan dan doa dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam proposal skripsi ini, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang positif yang dapat membantu memperbaiki hasil penelitian ini.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih bagi para dosen, dan semua orang yang membantu atas selesainya skripsi ini, dan tidak lupa penulis selalu berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pendidikan perbankan syariah.

Metro, 1 November 2018

Indriani Setiawati

NPM. 141264910

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	6
D. Penelitian Relevan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Persepsi	9
1. Pengertian Persepsi	10
2. Jenis-Jenis Persepsi	11

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi persepsi	12
4. Karakter Seseorang Mempengaruhi Persepsi.....	13
5. Proses persepsi	14
B. Kualitas Pelayanan	17
1. Pengertian Pelayanan	17
2. Tujuan dan Fungsi Pelayanan	19
3. Jenis Pelayanan	21
4. Jenis Kualitas Pelayanan	23
5. Standart Pelayanan Bank Syariah	25
6. Strategi Pelayanan.....	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian	29
a. Jenis Penelitian.....	29
b. Sifat Penelitian	28
B. Sumber Data.....	30
a. Sumber Data Primer.....	30
b. Sumber Data Sekunder.....	32
C. Teknik Pengumpulan Data.....	32
a. Interview	32
b. Dokumentasi	33
D. Teknik Analisis Data	34

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Profil Kecamatan Metro Pusat	35
1. Profil Masyarakat Kecamatan Metro Pusat	35
2. Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian	35
3. Masyarakat Kota Metro Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	37
B. Kualitas Pelayanan Bank Syariah Menurut Masyarakat Metro Pusat	38
1. Bank Syariah di Metro Pusat	38
2. Dasar Pemilihan Bank Syariah	40
3. Kualitas Pelayanan Bank Syariah	41

C. Dampak Persepsi Masyarakat Terhadap Keberlanjutan Bank Syariah	47
D. Analisis Persepsi Masyarakat Metro Pusat Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah	49
E. BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	52
B. Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Penunjukan Pembimbing Skripsi
2. Pra Survey
3. Kartu Konsultasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan implementasi dari sistem ekonomi islam seharusnya menjadi prioritas terutama untuk masyarakat muslim. Fungsi bank syariah adalah sebagai lembaga intermediasi yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana yang akan disalurkan kembali ke masyarakat yang membutuhkan dana melalui pembiayaan serta memberikan pelayanan produk jasa. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip syariah yaitu mengatur perjanjian yang berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan usaha dan kegiatan yang dinyatakan sesuai dengan syariah.¹

Perkembangan perbankan di Indonesia mengalami kemajuan yang cukup pesat saat ini, Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.² Pada zamanglobalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan ini menuntut bank syariah mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dengan fungsi bank yang demikian, tidak heran jika perkembangan perbankan cukup

¹Ismail, *Perbankan Syariah*,(Jakarta : Kencana, 2011), h. 32

²Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012), h. 52

signifikan. Hal ini dapat dilihat dengan bermunculnya perbankan-perbankan syariah di Indonesia.

Secara kelembagaan Bank Syariah pertama kali yang berdiri di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI), kemudian baru menyusul bank-bank lain yang membuka jendela syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya. Melalui Islamic window ini, bank-bank konvensional dapat memberikan jasa pembiayaan syariah kepada para nasabah melalui produk-produk yang bebas dari unsur riba, gharar dan maysyir dengan membentuk unit usaha syariah (UUS). UUS adalah unit kerja di kantor pusat baik umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang syariah dan unit syariah.³

Perkembangan lembaga-lembaga keuangan syariah itu tergolong cepat, karena adanya keyakinan yang kuat dikalangan masyarakat muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang agama Islam. Keberadaan Bank Syariah dilihat dari aspek lahiriah menunjukkan kecendrungan untuk semakin kuat di dunia perbankan nasional, namun diyakini bahwa Bank Syariah tidaklah menempuh perjalanan yang datar-datar saja, tetapi disana sini ditemukan tarik ulur nilai dalam kehidupan masyarakat.⁴

Tradisi masyarakat yang telah memanfaatkan jasa dan pelayanan Bank konvensional selama ini merupakan salah satu diantara sekian

³Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta : Gajah Mada University Press,2009), h.31.

⁴Muhammad, *Bank Syariah problem dan prospek perkembangan di Indonesia*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005),h. 5.

banyak faktor yang menjadi tarik ulur dalam perkembangan Bank Syariah. Secara kelembagaan Bank Syariah telah memiliki landasan yang kuat. Undang-Undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah mengatur jenis usaha, ketentuan pelaksanaan syariah, kelayakan usaha, penyaluran dana, dan larangan bagi Bank Syariah maupun Unit Usaha Syariah yang merupakan bagian dari Bank Umum Konvensional. Sementara itu, untuk memberikan keyakinan pada masyarakat yang masih meragukan kesyariahan operasional Perbankan Syariah selama ini, diatur pula kegiatan usaha yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah meliputi kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur-unsur *riba*, *maisir*, *gharar*, haram, dan zalim.⁵

Namun, disisi lain konsep-konsep Islam yang melekat kuat dalam sistem dan mekanisme operasional Bank Syariah juga menjadi kekuatan tersendiri sehingga Bank ini dalam perkembangannya memperoleh apresiasi yang luas dari masyarakat.⁶

Dengan pesatnya pertumbuhan perbankan tersebut, memungkinkan terjadinya persaingan yang cukup ketat antar bank. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis khususnya pihak bank untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing. Perusahaan harus bekerja keras untuk mempelajari dan memahami keinginan nasabah dalam pelayanan, maka akan memberikan masukan terpenting bagi suatu bank untuk menciptakan kualitas pelayanan yang terbaik untuk nasabah. Karena

⁵Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

⁶*Ibid.*, h. 5

kualitas pelayanan sangat penting dalam sebuah perusahaan jasa seperti bank syariah khususnya.

Dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah, masing-masing bank akan berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah bermacam-macam cara dan bentuk, dimana semua pelayanan tersebut mementingkan kepuasan nasabah, salah satu inti dari pelayanan adalah keramahan dan kesopanan. Hal ini di tegaskan dalam Surah Thaha [20] : 44.

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

“Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut”.⁷

Di Kecamatan Metro Pusat ada 4 Bank Syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, BRI Syariah, BPRS Metro Madani. Kecamatan Metro Pusat terdapat banyak pedagang dan mayoritas beragama Islam, tetapi belum menunjukkan persepsi yang baik terhadap perbankan Syariah. Kehadiran Bank Syariah belum mampu mengalihkan pedagang untuk menggunakan jasa Bank Syariah.⁸

Terdapat 7 informan yang menjadi narasumber dengan kriteria masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang yang sudah berdagang lebih dari 2 tahun dengan penghasilan minimal 5 juta dalam 1 bulan.

⁷Departemen Agama RI, *Al- Quran Dan Terjemah*, (Jakarta : Bintang Indonesia, 2011), h.20.

⁸Wawancara dengan Ibu Murni Pemilik Toko Sembako, pada tanggal 5 Juni 2018

Berdasarkan prasurvey, perkembangan Bank Syariah di Kota Metro khususnya daerah Metro Pusat sangat pesat terbukti dengan adanya Bank Syariah. Tetapi menurut yaitu Ibu Yanti kualitas pelayanan di Bank Syariah belum maksimal.⁹

Persepsi pedagang berbeda-beda dalam pemahaman tentang perbankan Syariah. Dapat diketahui bahwa ada masyarakat yang kecewa dan tidak lagi menggunakan jasa Bank Syariah, yaitu Bapak Firdaus , menurut beliau kualitas pelayanan kurang baik mulai dari Satpam, Teller yang kurang ramah.¹⁰ Jika dibandingkan, perkembangan nasabah Bank Syariah dengan Bank konvensional, maka lebih banyak nasabah yang memilih Bank konvensional.

Kemudian dari hasil observasi yang dilakukan, yaitu tentang sarana untuk menunggu, model antrian dan kecepatan pelayanan dalam transaksi. Persepsi masyarakat pun berbeda-beda juga karena setiap bank itu punya kelebihan dan kekurangan tersendiri, ada yang berpendapat bahwa pelayanan transaksi di bank syariah ataupun konvensional sama-sama cepat namun pada fasilitas yang diberikan bank syariah kurang memuaskan, seperti tempat untuk menunggu yang sempit tidak lebar.

Adapula yang berpendapat bahwa kualitas pelayanan bank konvensional sangat baik, dari segi antrian, sarana menunggu dan pelayanan yang cepat karena mempunyai teller lebih dari satu. Namun ada yang berpendapat bahwa kualitas pelayanan bank konvensional hanya baik

⁹Wawancara dengan Ibu Yanti Pemilik Konter, pada tanggal 15 juni 2018

¹⁰Wawancara dengan Bapak Firdaus Penjual Es Krim dan Bensin, pada tanggal 11 Juni

dalam pelayanan pada saat transaksi, untuk sarana menunggu dan antri kurang baik seperti kurangnya kursi untuk nasabah menunggu antrian maka lebih memilih bank syariah.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan bank konvensional lebih baik dibandingkan dengan bank syariah terbukti dengan banyaknya masyarakat yang lebih memilih bank konvensional daripada bank syariah dari segi pelayanan untuk sarana menunggu, model antrian dan kecepatan pelayanan dalam transaksi.

Dengan melihat fenomena yang demikian, mengadakan penelitian dengan judul “PERSEPSI MASYARAKAT METRO PUSAT TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH “

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah :

“ Bagaimana Persepsi Masyarakat Metro Pusat Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah ? ”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat Metro Pusat terhadap kualitas pelayanan Bank Syariah Kota Metro.

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan upaya untuk mengembangkan dan menambah ilmu pengetahuan serta menambah wawasan tentang Persepsi Masyarakat Metro Pusat Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah.
- b. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat dapat berguna sebagai pengetahuan praktisi mengenai respon atau persepsi dari masyarakat kota metro terhadap kualitas Bank Syariah.

D. Penelitian Relevan

1. Penelitian dilakukan oleh Dwi Aprilia Rani “Persepsi Pedagang Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Terhadap Bank Syariah ” jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, STAIN Jurai Siwo Metro, pada tahun 2016.¹¹ Perbedaan antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian Dwi Aprilia Rani adalah terletak pada fokus penelitian, Dwi Aprilia Rani fokus pada persepsi pedagang terhadap Bank Syariah, sedangkan penelitian yang dilakukan lebih kepada persepsi masyarakat Metro terhadap kualitas Bank Syariah.
2. Penelitian dilakukan oleh Lina Sari “Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan di Bank BNI Syariah KCPS Bandar Jaya”. Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, STAIN Jurai Siwo Metro, pada tahun 2016.¹² Penelitian yang dilakukan oleh Lina Sari ini membahas tentang

¹¹Dwi Aprilia Rani, Tugas Akhir *Persepsi Pedagang Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Tahun 2016*, (Metro : Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam, Program Studi D3 Perbankan Syariah, STAIN Jurai Siwo Metro, 2016), Dalam Perpustakaan IAIN Metro, Dilihat Pada 28 Agustus 2017.

¹²Lina Sari, Tugas Akhir *Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan di Bank BNI Syariah KCPS Bandar Jaya Tahun 2016*, (Metro : Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam, Program

Kepuasan Nasabah terhadap Kuallitas Pelayanan Bank Syariah. Sedangkan penelitian ini lebih fokus kepada persepsi masyarakat Metro terhadap kualitas pelayanan Bank Syariah.

3. Penelitian dilakukan oleh Tuti Supriyatmini “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wattamwil (BMT) Semarang”. Penelitian ini dilakukan oleh jurusan pendidikan ekonomi koperasi Universitas Negeri Semarang, pada tahun 2005.¹³ Penelitian Tuti bertujuan untuk mengetahui seberapa penting kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan penelitian yang ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat khususnya pedagang terhadap kualitas pelayanan Bank Syariah di Kota Metro.

Studi D3 Perbankan Syariah, STAIN Jurai Siwo Metro, 2016), Dalam Perpustakaan IAIN Metro, Dilihat Pada 18 November 2017

¹³Tuti Supriyatmini, Skripsi *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wattamwil (BMT) Semarang tahun 2005*, (Semarang : Fakultas Ilmu Sosial, Jurusan Pendidikan Ekonomi Koperasi, Universitas Negeri Semarang, 2005), Dalam www.unnes.ac.id, diakses pada 10 Desember 2017

BAB II

PEMBAHASAN

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Secara etimologi, persepsi berasal dari bahasa latin, perception yang berarti menerima atau mengambil. Persepsi adalah proses pemilihan pengorganisasian dan penginterpretasian berbagai stimulus menjadi informasi yang bermakna. Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses pengindraan yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut sensoris. Karena itu proses persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan, dan penginderaan merupakan pendahulu dari proses persepsi.¹

Dalam persepsi stimulumulus dapat datang dari luar, tetapi juga dapat datang dari diri individu sendiri. Namun demikian sebagian terbesar stimulus datang dari luar individu yang bersangkutan. Sekalipun persepsi dapat melalui macam-macam alat indera yang ada pada diri individu, tetapi sebagian besar persepsi melalui alat indera penglihatan. Karena itulah banyak penelitian mengenai persepsi adalah persepsi yang berkaitan dengan alat penglihatan.²

¹ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung : Pustaka Setia, 2015), h. 110

² Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta : Andi Offset, 2004), h. 87

Persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Di dalamnya terjadi proses berfikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman. Pemahaman ini yang disebut persepsi.³

Cara seseorang menerima informasi atau menangkap suatu hal, secara pribadi atau individu. Persepsi-persepsi ini membentuk apa yang dipikirkan, mendefinisikan apa yang penting dan selanjutnya juga akan menentukan bagaimana mengambil keputusan.⁴ Persepsi juga menggambarkan tentang pengalaman tentang objek atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan, secara singkat persepsi memberikan makna pada inderawi (*sensory stimuli*). Hubungan sensasi dan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori.⁵

Selain itu persepsi melibatkan kognisi tingkat tinggi dalam penginterpretasian terhadap informasi sensorik. Pada dasarnya sensasi mengacu pada pendekatan diri terhadap stimuli, sedangkan persepsi mengacu pada inperprestasi hal-hal yang kita indera.

³ Sarlito Wirawan Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), h. 86

⁴ Rafy Sapuri, *Psikologi Islam*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2009), h. 294

⁵ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (PT Remaja Rosdakarya, 2005), h. 51

2. Jenis-Jenis Persepsi

Menurut Gregorc, persepsi yang dimiliki setiap pikiran/pribadi ada dua macam yaitu persepsi konkret dan persepsi abstrak.

a. Persepsi Konkret (*The Senses*) / Nyata

Kata konkret dalam bahasa arab yaitu sesuatu yang dapat di sentuh, jelas terlihat oleh indera penglihatan. Persepsi konkret membuat anak lebih cepat menangkap informasi yang nyata dan jelas, seraca langsung melalui kelima inderanya, yaitu penglihatan, penciuman, peraba, perasa dan pendengaran

b. Persepsi Abstrak (*Reason & Intuition*) / Kasat Mata

Kata abstrak dalam bahasa arab, yaitu ingatan nalar, ibarat, lupa, masuk akal (sesuai dengan pikiran). Persepsi abstrak memungkinkan anak lebih cepat dalam menangkap sesuatu yang abstrak/kasat mata.⁶ Dari mengerti atau percaya pada apa yang tidak bias dilihat sesungguhnya. Sewaktu anak menggunakan persepsi abstrak ini, mereka menggunakan kemampuan instuisi, intelektual, dan imajinasi.

⁶ Rafy Sapuri, *Psikologi Islam*, h. 296

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Nugroho J. Setiadi, factor yang mempengaruhi persepsi adalah penglihatan dan sasaran yang diterima dan situasi persepsi terjadi penglihatan. Tanggapan yang timbul atas rangsangan dipengaruhi sifat-sifat individu yang melihatnya. Pengaruh persepsi dapat timbul atas 2 faktor yaitu internal dan eksternal.

Faktor internal terdiri dari :

- a. Psikologi, yaitu mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan di berikan seseorang.
- b. Perhatian, yaitu hal yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang dilakukan.
- c. Minat, yaitu faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan atau ketidaksukaan terhadap objek tersebut.
- d. Pengalaman masa lalu, yaitu dapat mempengaruhi persepsi seseorang karena akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang pernah dilihat dan didengar.
- e. Kebutuhan, yaitu mempengaruhi persepsi seseorang dalam membuat keputusan, akan cenderung menolak gagasan, ajakan, atau tawaran yang tidak sesuai dengan yang kita harapkan.
- f. Keadaan emosi, emosi seseorang dapat menimbulkan persepsi yang berbeda dan berubah-ubah yang mempengaruhi persepsi terhadap sesuatu.

Faktor eksternal terdiri dari :

- a. Penempatan objek yaitu mempengaruhi penglihatan yang akhirnya akan mempengaruhi persepsi.
- b. Keunikan seseorang mempengaruhi cara memandang suatu kejadian dan cara mempersepsikannya.
- c. Situasi atau keadaan sekitar kita atau sekitar sasaran yang turut mempengaruhi persepsi. Sasaran atau benda yang sama kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula.⁷
- d. Kekuatan stimulus, stimulus harus melampaui ambang stimulus, yaitu kekuatan stimulus yang minimal tetapi sudah dapat menimbulkan kesadaran, sudah dapat dipersepsi oleh individu.

4. Karakteristik Seseorang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Robbins, persepsi dapat dipengaruhi oleh karakter seseorang yang dipengaruhi oleh hal-hal berikut :

- a. Psikologi, dua individu yang sama tetapi mengartikan sesuatu yang dilihat berbeda satu dan yang lain. Kebutuhan yang tidak terpenuhi yang mendorong individu memiliki pengaruh yang kuat terhadap persepsinya.
- b. Lingkungan, terutama dalam lingkungan keluarga yang sangat intens akan memberikan pengaruh yang besar atas seseorang

⁷ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Studi Press, 2003), h. 151

memutuskan sesuatu. Selain itu karakter salah satu dari keluarga yang berkaitan dengan pengalaman masa lalu, seperti minat atau interest individu. Seorang individu merasakan pengalaman masa lalu pada sesuatu yang dikaitkan dengan hal yang terjadi pada saat ini.⁸

- c. Keyakinan fokus dari perhatian kita dipengaruhi oleh minat kita karena minat seseorang berbeda satu dan yang lain. Yang diperhatikan seseorang dalam suatu situasi yang berbeda satu dan yang lain dan dapat berbeda dari yang dirasakan oleh orang lain.

5. Proses persepsi

Persepsi timbul karena adanya stimulus (rangsangan) dari luar yang akan mempengaruhi seseorang melalui kelima alat inderanya. Proses persepsi juga diawali dengan adanya stimuli mengenai pancaindra., yang disebut sebagai sensasi. Stimuli ini beragam bentuknya dan akan selalu membombardir indra konsumen. Terjadinya persepsi meliputi berikut ini:

- a. Proses, fisik objek menimbulkan stimulus dan stimulus mengenai alat indra.
- b. Proses fisiologis, stimulus yang diterima alat indra dilanjutkan alat saraf sensorik ke otak.

⁸ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen*, h. 112

- c. Proses psikologis, terjadi proses pengolahan otak, sehingga individu menyadari yang ia terima dengan alat indra sebagai akibat dari stimulumus.⁹

Persepsi seseorang juga melalui proses seleksi. Seleksi adalah proses memilih dan menentukan marketing stimuli karena setiap individu adalah unik dalam kebutuhan, keinginan, pengalaman, sikap, dan karakter pribadi masing-masing. Menurut Shiffman dan Kanuk, dalam seleksi terdapat proses berikut:

- a. *Selective exposure*: konsumen secara efektif mencari pesan menemukan kesenangan atau simpati secara aktif menghindari kesakitan atau ancaman pada sisi lainnya. Secara efektif, ia membuka dirinya pada iklan yang menentramkan hatinya mengenai kebijaksanaan tentang kepuasan pembelinya.
- b. *Selective attention*: konsumen mengadakan transaksi pemilihan yang bagus dengan tujuan perhatian mereka diberikan pada rangsangan komersial. Ia mempunyai kesadaan tinggi terhadap rangsangan yang sesuai dengan minat dan kebutuhan. Dengan demikian konsemuen dapat mengingat iklan untuk produk yang dapat memuaskan kebutuhannya dan mengabaikan yang tidak mereka bututuhkan.
- c. *Perceptual defence* : konsumen secara bawah sadar menyaring rangsangan yang mereka temukan sebagai ancaman psikologis

⁹*Ibid.*, h. 113

meskipun telah terdapat pembukaan.¹⁰ Jadi ancaman atau sebaliknya, rangsangan yang merusak mungkin lebih sedikit diterima secara sadar daripada rangsangan netral pada level pembukaan yang sama.

- d. *Perceptual blacking*: konsumen melindungi dirinya dari rangsangan yang mereka anggap negative dan mempunyai pengaruh buruk bagi dirinya.

Proses pembentukan persepsi menurut Setiadi terdiri dari sejumlah tahap yaitu:

a. Seleksi Persepsi

Seleksi persepsi terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan *psychological set* (berbagai informasi yang ada dalam memorinya) yang dimiliki oleh konsumen tersebut. Sebelum seleksi persepsi terjadi, terlebih dahulu stimulus harus mendapatkan perhatian dari konsumen. Perhatian yang dilakukan konsumen dapat terjadi secara disengaja (*voluntary attention*) yaitu ketika konsumen secara aktif mencari informasi yang mempunyai relevansi baginya.

b. Pengorganisasian Persepsi

Pengorganisasian persepsi berarti bahwa konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam

¹⁰Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen*, h. 111

pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. pengorganisasian ini akan memudahkan untuk memproses informasi dan memberikan pengertian yang terintegrasi serta evaluasi terhadap stimulus.

c. Interpretasi Persepsi

Proses terakhir dari persepsi adalah memberikan interpretasi atas stimulus yang diterima konsumen. Interpretasi tersebut didasarkan pada pengalaman penggunaan suatu produk pada masa lalu dan pengalaman itu tersimpan dalam memori jangka panjang.¹¹ Pada proses ini konsumen membuka kembali berbagai informasi dalam memori jangka panjangnya yang akan membantu konsumen melakukan evaluasi atas berbagai stimulus.

B. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain.¹² Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Menurut Philip Kotler pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu

¹¹ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung : Alfabeta, 2017), h. 151

¹² Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, (Jakarta : Pusat Bahasa. 2008), h 206

pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.¹³

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain.

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 sosial.
- c. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata.¹⁴ Karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

2. Tujuan dan Fungsi Pelayanan

Tujuan melakukan pelayanan yang berkualitas baik adalah memberikan dan memuaskan nasabah serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan.¹⁵

¹³ Ratna Suminar, Mia Apriliawati, "Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Di Sempo Sip Tc Paramount Summarecon", *Jurnal Sekretari*, (Pamulang : Jurusan Sekretari Universitas Pamulang), Volume 4, Nomor. 2/ Juni 2017, h. 6

¹⁴ Sutopo, Adi Suryanto, *Pelayanan Prima*, (Jakarta : Lembaga Adminitrasi Negara, 2001), h. 8

¹⁵ *Ibid.*,

Manusia dituntunkan untuk nerlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila karyawan bidang jasa seperti bank syariah tidak mampu memberikan pelayanan yang baik maka konsumen atau nasabah akan berpindah ke bank yang lain. Allah SWT berfirman surah Al-Imran [3]: 159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنفَضُوا
 مِّنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا
 عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah-lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”¹⁶

Kepuasan diperoleh dari perasaan kesenangan atau kekecewaan adalah dari hasil membandingkan perfoma produk yang diterima dalam hubungannya dengan perkiraannya.¹⁷ Tujuan pelayanan menurut Daryanto dan Ismanto setyobudi antara lain:

¹⁶ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemah...*, h.72

¹⁷ R Agustinus Anggoro Pribadi, Syuhada Sufian, J. Sugiarto Ph, “Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan Untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas Pada Bri Cabang Blora Dan Unit Online-Nya”, *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, (Semarang : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro), Volume 4, Nomor. 2/ Juli 2007, h. 44

- a. Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan
- b. Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang/jasa yang ditawarkan pada saat itu juga
- c. Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang/jasa yang ditawarkan
- d. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan yang tidak perlu dikemudian hari
- e. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan
- f. Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya
- g. Untuk mempertahankan pelanggan.¹⁸

Adapun fungsi dari pelayanan antara lain sebagai berikut :

- 1) Melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat
- 2) Menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan
- 3) Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha
- 4) Menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk/ jasa
- 5) Memenangkan persaingan pasar

¹⁸ Vini Anggraini Putri, Dewi Fatmasari, " Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Alfamart Di Kelurahan Srandol Wetan Semarang", *Majalah Ilmiah Inspiratif*, (Semarang : Jurusan Ekonomi Universitas Semarang), Volume 3, Nomor. 5/Januari 2018, h. 3

- 6) Memuaskan pelanggan agar mau berbisnis lagi dengan perusahaan
- 7) Memberikan keuntungan pada perusahaan.¹⁹

Pelayanan yang baik sangat di harapkan oleh nasabah, karena dengan pelayanan yang sesuai nasabah akan merasa puas dan akan terus menggunakan jasa pelayanan Bank Syariah.

3. Jenis Pelayanan

Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu :

- a. *Core service*, adalah pelayanan yang ditawarkan pada pelanggan yang merupakan produk utamanya.
- b. *Facilitating service*, adalah fasilitas layanan tambahan pada pelanggan. *Facilitating service* ini merupakan pelayanan tambahan tetapi sifatnya wajib. Sementara pelayanan tambahannya adalah adanya bagi hasil yang diberikan kepada nasabah penabung.
- c. *Supporting service*, merupakan pelayanan tambahan (pendukung), untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak pesaing.²⁰

Dalam proses layanan ada tiga hal penting yang harus diperhatikan, yaitu:

¹⁹ *Ibid.*, h.2

²⁰ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2012), h.213

a. Penyedia layanan

Penyedia layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau jasa.

Dalam praktiknya, para pelaku bisnis sering mengartikan penyedia layanan sebagai pihak yang mampu memberikan nilai tambah yang nyata kepada konsumen, baik dalam bentuk barang maupun jasa.

b. Penerima layanan

Penerima layanan adalah mereka yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima layanan dari para penyedia layanan.

Dalam praktiknya para pelaku bisnis seringkali mengartikan penerima layanan sebagai pihak yang menerima suatu tambah nyata dari penyedia layanan. Penerima layanan atau biasa disebut sebagai konsumen atau nasabah dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu:

- 1) Konsumen internal adalah orang-orang yang terlibat dalam proses penyediaan jasa atau proses produk barang sejak dari perencanaan sampai dengan pemasaran, penjualan dan pengadministrasiannya.

- 2) Konsumen eksternal adalah semua orang yang berada di luar organisasi perusahaan, yang menerima layanan penyerahan barang atau jasa dari perusahaan.

c. Jenis dan bentuk layanan

Jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri dari berbagai macam, antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan:

- 1) Pemberian jasa-jasa saja
- 2) Layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang-barang saja.
- 3) Layanan yang berkaitan dengan kedua-duanya.²¹

Pelayanan yang di berikan oleh karyawan di Bank Syariah harus sesuai dengan kebutuhan nasabah, dan nasabah merasa puas dengan jenis layanan yang di berikan.

4. Jenis Kualitas Pelayanan

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, tetapi lebih banyak di tentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang

²¹ *Ibid.*, h.214

menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

Kualitas pelayanan terbagi atas :

a. Kualitas layanan internal

Kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal:

- 1) Pola manajemen umum perusahaan
- 2) Penyediaan fasilitas pendukung
- 3) Pengembangan sumber daya manusia

b. Kualitas layanan eksternal

Mengenai kualitas layanan kepada pelanggan eksternal, kualitas layanan ditentukan oleh beberapa faktor yaitu :

- 1) Yang berkaitan dengan penyediaan jasa
- 2) Yang berkaitan dengan penyediaan barang²²

Setidaknya ada lima kriteria pokok kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut :

- a. Bentuk fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan bank dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasanana fisik perusahaan dan lingkungan sekitarnya. Bentuk

²² M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran*, h. 220

bangunan, tata ruang dan desain interior gedung merupakan bentuk fisik yang dapat meyakinkan nasabah .

- b. Keandalan (*realibity*), yaitu kemampuan bank untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan bank untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik.
- d. Jaminan (*assurance*) yaitu kemampuan pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah pada bank.
- e. Empaty (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah.²³

Kelima pokok pelayanan ini harus selalu di terapkan, karena kemampuan Bank dalam menunjukan keunggulan dan kualitas nya dengan memberikan kualitas mulai dari penampilan sampai perhatian pada nasabah.

5. Standart Pelayanan Bank syariah

²³ *Ibid.*,

Standart pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standart pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun pengertian mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya.²⁴

Seorang pegawai bank dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan dilakukannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan terhadap nasabah. Dasar-dasar pelayanan harus dikuasai oleh semua pegawai bank sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah sangat beragam. Terutama bentuk pelayanan dengan perbuatan, pelayanan ini merupakan bentuk kongkret layanan yang diberikan kepada konsumen. Layanan dengan perbuatan menuntut kejujuran, tanggung jawab, komitmen untuk dapat melayani dengan sesungguhnya.

Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami, yaitu sebagai berikut:

- a. Mengucapkan salam dan tersenyum pada nasabah
- b. Amanah agar kepercayaan nasabah tidak rusak
- c. Luwes dalam berpenampilan dan perilaku
- d. Antusias dalam memberikan pelayanan

²⁴ *Ibid.*,

- e. Melayani nasabah dengan baik dan sopan.²⁵ Berpakaian dan berpenampilan rapi, bersih, sopan, serta sikap karyawan yang mendengarkan setiap pembicaraan. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan dalam menangani permasalahan yang ada.

6. Strategi Pelayanan

Strategi pelayanan adalah suatu strategi perusahaan untuk memberikan layanan dengan mutu yang sebaik mungkin kepada para pelanggan atau nasabah.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan sehingga perusahaan memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan pelanggan, dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Semakin mudah dan modern layanan yang diberikan maka pelanggan akan semakin tertarik

²⁵ Ratna Suminar, Mia Apriliawati, "Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Di Sempoa Sip Te Paramount Summarecon", *Jurnal Sekretari*, (Pamulang : Jurusan Sekretari Universitas Pamulang), Volume 4, Nomor. 2/ Juni 2017, h. 5

terhadap produk yang diberikan karena memberikan kenyamanan pada nasabahnya.²⁶

Strategi pelayanan salah satunya menggunakan konsep *tangible asset* dalam perbankan lebih banyak pada fasilitas fisik, petugas, sarana komunikasi. Menurut Rusdarti fasilitas fisik disini berupa interior dan peralatan banking hall, kenyamanan ruangan, toilet dan ATM. Sarana pendukung fisik merupakan persepsi dan penilaian nasabah terhadap kelengkapan peralatan, kecanggihan peralatan, keakuratan peralatan serta lokasi peralatan yang strategis.

Keunggulan perusahaan dapat ditimbulkan dari kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan berbagai sumber daya dan kapabilitasnya sebagai suatu aset strategik. Keberhasilan pengelolaan aset strategik ini akan menentukan keunggulan khas perusahaan yang mampu menciptakan posisi differensial dibandingkan pesaing lainnya.²⁷ Strategi pelayanan yang dilakukan tidak hanya dengan menggunakan konsep *tangible asset* saja, namun dari SDM atau pada saat menyeleksi karyawan harus benar-benar yang memenuhi kriteria.

²⁶ Ikfi Akmalia, "Analisis Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang", *Jurnal Manajemen Bisnis*, (Malang : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis), Volume 2, Nomor. 1/ April 2012, h. 69

²⁷ R Agustinus Anggoro Pribadi, Syuhada Sufian, J. Sugiarto Ph, "Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan Untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas Pada Bri Cabang Blora Dan Unit Online-Nya", *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, (Semarang : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro), Volume 4, Nomor. 2/ Juli 2007, h. 49

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reseach*), yaitu riset yang dilakukan terhadap terjadinya gejala-gejala. Menurut Abdurrahmat Fathoni Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut.¹

Penelitian ini menyangkut pengolahan data permasalahan yang ada dalam lapangan atau keadaan yang sebenarnya. Yang dimaksud lapangan dalam penelitian adalah Kecamatan Metro Pusat tentang persepsi masyarakat terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada, penelitian ini terfokus pada usaha mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara

¹Abdurrahmat Fathoni, *Metode Penelitian dan Teori Penyusunan Skripsi, Cet 1*, (Jakarta: Rineka Cipta,2006), h.96.

sistematis dan akurat.² Sedangkan penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.³

Dari keterangan tersebut dapat dipahami bahwa penelitian deskriptif kualitatif bertujuan menggambarkan keadaan yang dialami subjek penelitian di lapangan dengan kata-kata atau kalimat bukan dengan angka. Penelitian bertujuan untuk memberikan gambaran tentang persepsi masyarakat (Pedagang Metro Pusat), terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah “ Subjek data yang diperoleh dari sebuah penelitian”.⁴ Dalam hal ini sumber data dibagi menjadi dua yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data ini adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan. Data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya untuk tujuan penelitian.⁵ Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pedagang Kecamatan Metro Pusat yang menggunakan jasa Pelayanan Bank Syariah.

² Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2009), h.47

³ Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*, (Malang : UIN Maliki Perss, 2010), h. 175

⁴ Sumardi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta:Rajawali Pers,2011), h.25

⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuanitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : CV Alfabeta, 2009), h. 225

Pengambilan sumber data dalam menentukan informasi penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini misalnya orang tersebut yang dianggap tahu tentang apa yang akan kita harapkan sehingga akan memudahkan peneliti.⁶

Dari lima kelurahan di Metro Pusat, diambil sebanyak tiga kelurahan sebagai sumber data primer yaitu: kelurahan Metro, Hadimulyo Timur dan Imopuro yaitu :

- a. Ibu Nurhayati pemilik konter yang menjual pulsa dan aksesori hp.
- b. Ibu Murni pemilik warung sembako.
- c. Ibu Ida pemilik warung soto dan pecel.

Penerapan *purposive sampling* ini, diambil dengan pertimbangan yang dijadikan sebagai informan adalah Ibu Nurhayati, Ibu Murni, dan Ibu Ida yang menggunakan jasa Bank Syariah. Selain ada pedagang yang menggunakan jasa Bank Syariah, ada juga pedagang yang sebelumnya menggunakan jasa Bank Syariah kemudian tidak lagi menggunakan jasa Bank Syariah yaitu Bapak Firdaus dan Ibu Yanti.

⁶ Lexy J Meleong, *Metode penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2015), h.224

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau juga bisa disebut sumber penunjang yang biasanya tersusun dalam bentuk buku dokumen-dokumen atau catatan yang berhubungan dengan penelitian ini.

Sumber data sekunder yang digunakan adalah buku yang berhubungan dengan penelitian antara lain: Adi Suryanto, Sutopo, 2006, Pelayann Prima, Perilaku Konsumen, Sarlito Wirawan Sarwono, 2013 Pengantar Psikologi Umum, Rafy Sapuri, 2009, Psikologi Islam, Jalaluddin Rahmat, 2005, Psikologi Komunikasi, Vinna Sri Yuniarti, 2015, Perilaku Konsumen Teori dan Praktik, Nur Rianto Al Arif, 2012, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah informasi yang didapat melalui pengukuran tertentu untuk digunakan sebagai landasan dalam menyusun argumentasi logis menjadi fakta.⁷

Untuk memperoleh data yang akurat, maka ada beberapa teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu :

1. Teknik *Interview*

Interview adalah proses percakapan dengan maksud mengonstruksikan mengenai orang, kejadian, organisasi, motivasi,

⁷Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian...*, h.105

perasaan dan sebagainya. Yang dilakukan dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai.⁸

Dalam penelitian ini *interview* yang digunakan adalah *interview* bebas terpimpin. Maksudnya adalah dengan kebebasan dapat digali lebih dalam tentang sikap, pendapat, dan keyakinan dari responden. Sedangkan terpimpin diarahkan agar tetap terkontrol proses *interview* sesuai dengan yang peneliti harapkan.⁹

Adapun yang menjadi sasaran dalam metode *interview* ini adalah pengusaha Kecamatan Metro Pusat yang menggunakan jasa Bank Syariah. Data yang akan digali dengan teknik ini adalah data atau informasi terkait dengan persepsi para pengusaha Metro Pusat terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah.

2. Teknik Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah suatu bentuk pengumpulan data mengenai variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya.¹⁰ Dalam penelitian ini metode pengumpulan data dan dokumentasi digunakan untuk meneliti daerah penelitian yaitu diperoleh dari data dokumentasi Kecamatan Metro Pusat dan Bank Syariah.

⁸Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2010), h.155.

⁹Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*., h.113.

¹⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*(Jakarta:Rineka Cipta, 2010), h.274.

D. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yaitu pengumpulan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, lisan, ataupun data lainnya dari perilaku, peran, ataupun pemikiran individu yang diamatai secara mendalam. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dokumentasi dan wawancara. Setelah dipelajari maka langkah selanjutnya memilih dan mengambil data-data mana saja yang diperlukan. Data-data yang telah dipilih kemudian dikategorikan hingga tersusun secara sistematis.¹¹

Setelah peneliti mendapatkan data yang diperlukan maka data akan diolah dan di analisis dengan pola pemikiran induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis, dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum. Fakta-fakta yang dikumpulkan adalah realitas persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan Bank Syariah di Metro Pusat. Dalam hal ini penelitian dilakukan pada pengusaha Metro Pusat sehingga ditemukan pemahaman terhadap pemecahan permasalahan dari pertanyaan penelitian yang telah ditentukan.

¹¹Lexy J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, h.207

BAB 1V

HASIL PENELITIAN

A. Profil Masyarakat Kecamatan Metro Pusat

1. Letak Geografis dan Luas Wilayah

Kecamatan Metro Pusat merupakan salah satu wilayah yang terletak di pusat Kota Metro dengan luas wilayah 11,7 km² dan memiliki jumlah penduduk sebanyak 60011 jiwa, dari 17.138 KK, dengan jumlah penduduk laki-laki 30362 jiwa, perempuan 29649 jiwa, usia 0-15 13303 jiwa, usia 15-65 jiwa, usia 65 ke atas 4380 jiwa.

Untuk data tipologi kecamatan terdapat persawahan seluas 62 Ha, kerajinan dan industri kecil 298, industri sedang dan besar 40, jasa dan perdagangan 3286.¹

2. Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Mata pencaharian penduduk kecamatan Metro Pusat terdiri dari bermacam-macam kegiatan pekerjaan, namun dengan demikian yang dominan penduduk Kecamatan Metro Pusat bermata pencaharian sebagai wiraswasta atau pedagang.

¹Wawancara dengan sekretaris Kecamatan Metro Pusat, Bapak Dwi Susanto, pada tanggal 9 Mei 2018

Secara rinci jumlah penduduk Kecamatan Metro Pusat berdasarkan mata pencaharian yaitu sebagai berikut :

- a) Pegawai Negeri Sipil : 2754 orang
- b) ABRI : 421 orang
- c) Swasta : 4934 orang
- d) Wiraswasta : 7739 orang
- e) Tani : 1358 orang
- f) Pertukangan : 697 orang
- g) Buruh tani : 6442 orang
- h) Pensiunan : 803 orang

3. Masyarakat Metro Pusat Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	L	P	Jumlah
A	Lulusan pendidikan umum			
	1) Sekolah Dasar	881	982	1863
	2) SMP/SLTP	512	545	1057
	3) SMU/SLTA	1450	1550	3000
	4) Akademi/D1-D3	248	342	590
	5) Sarjana/S1-S3	295	326	621
B	Lulusan Pendidikan khusus			
	1) Pondok Pesantren	98	67	165
	2) Madrasah	258	354	612
	3) Pendidikan Keagamaan	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
	4) Sekolah Luar Biasa	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
	5) Kursus/Ketrampilan	81	105	186
	Jumlah	3823	4271	8094

Tingkat pendidikan sangat mempengaruhi seseorang atau individu untuk memutuskan sesuatu. Efek langsung dari sebuah pendidikan adalah memberi pengetahuan. Pendidikan juga dapat memberikan pandangan bagi kehidupan. Membantu kita membentuk sudut pandang kehidupan.

Tidak hanya memberi kita pengetahuan akan tetapi mengajarkan kita pada sopan santun dan hal- hal yang benar. Pendidikan memupuk kita menjadi individu dewasa individu yang mampu merencanakan masa depan dan mengambil keputusan yang tepat dalam hidup.

Di lihat dari tabel jumlah masyarakat dengan tingkat pendidikan SMA lebih banyak dari pada tingkat pendidikan yang lain. Dilihat dari segi persepsi, tingkat pendidikan masyarakat berbeda-beda dalam mempersepsikan suatu hal. Pedagang dengan tingkat pendidikan rendah, terlalu mudah untuk memutuskan sesuatu seperti juga mudah terpengaruh dari lingkungan sekitar. Seperti halnya dalam menilai kualitas pelayanan Bank Syariah, faktor yang paling mempengaruhi adalah lingkungan.

Sedangkan pedagang dengan tingkat pendidikan SMA dan Sarjana, tidak mudah memutuskan sesuatu, tidak mudah percaya dengan sumber yang tidak jelas. Dalam mempersepsikan kualitas pelayanan Bank Syariah faktor yang memengaruhi pedagang ini adalah faktor psikologi.

B. Kualitas Pelayanan Bank Syariah Menurut Masyarakat Metro Pusat

1. Bank Syariah di Metro Pusat

Pelayanan merupakan upaya karyawan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan demi tercapainya kepuasan pada nasabah. Bank Syariah di Kota Metro Pusat ada yang memberikan pelayanan yang baik dan kurang baik. Ada 4 Bank Syariah Di Metro Pusat dengan pelayanan yang berbeda.

a. Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah mandiri terletak di Jl. Jendral Sudirman No.867, Imopuro, Metro Pusat. Pada hari pertama ketika nasabah yang

datang tidak terlalu ramai, pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank sangat ramah kepada nasabah, baik bagian teller, satpam dan customer servicenya.² Namun pada hari kedua ketika nasabah yang datang banyak karyawan bank kurang ramah dan kurangnya sarana menunggu antrian.³

b. BRI Syariah

BRI Syariah terletak di jl AH Nasution no 186 kota Metro. Hari pertama, saat tidak banyak nasabah yang datang pelayanan karyawan Bank kurang ramah kepada nasabah baik bagian teller, dan customer servicenya.⁴ Hari kedua, kondisi tempat nasabah menunggu antrian yang kurang nyaman karena tidak selalu dibersihkan dan kurang di perhatikan dalam pelayanan tempat menunggu antrian.⁵

c. BPRS Metro madani

BPRS Metro Madani terletak di Jl. Raden Intan, Imopuro Metro Pusat. Pada hari pertama, pelayanan yang diberikan, teller dan satpam dalam keadaan sepi atau ramai nasabah ramah dan tidak mengecewakan nasabah.⁶ Namun pada hari kedua dalam segi pelayanan di bagian customer service, karyawan kurang tanggap

² Observasi Pada Hari Jumat, Tanggal 7 Juni 2018, Pukul 09.00 WIB

³ Observasi Pada Hari,Senin, Tanggal 10 Juni 2018, Pukul 10.00 WIB

⁴ Observasi Pada Hari Kamis, Tanggal 13 Juni 2018, Pukul 08.30 WIB

⁵ Observasi Pada Hari Selasa, Tanggal 18 Juni 2018, Pukul 09.30 WIB

⁶ Observasi Pada Hari Jumat, Tanggal 21 Juni 2018, Pukul 14.00 WIB

ketika ada nasabah yang menyampaikan keluhan atau menanyakan sesuatu.⁷

d. BNI Syariah

Bank BNI Syariah terletak di Jl. Imam Bonjol No.15, Hadimulyo Barat Metro Pusat. Pada hari pertama, pelayanan yang diberikan cepat dalam melakukan transaksi karena bank sepi nasabah jadi tidak membuat nasabah menunggu lama.⁸ Namun pada hari kedua ketika banyak nasabah yang datang, ada nasabah yang menunggu di luar karena kurang didukung dengan sarana yang ada dan bangunan Bank tidak cukup luas otomatis ruang tunggu dan kondisi nasabah saat menunggu antrian.⁹

2. Dasar Pemilihan Bank Syariah

Informan pertama yaitu Ibu Murni yang sudah menjadi nasabah selama 1 tahun dan memilih Bank Syariah karena ingin menghindari riba.¹⁰ Informan kedua yaitu Ibu Ida sudah menjadi nasabah Bank Syariah belum ada 1 tahun yaitu sekitar 8 bulan, beliau memilih menggunakan Bank syariah karena keluarganya banyak yang menggunakan Bank Syariah.¹¹

⁷ Observasi Pada Hari Senin, Tanggal 24 Juni 2018, Pukul 11.00 WIB

⁸ Observasi Pada Hari Rabu, Tanggal 26 Juni 2018, Pukul 10.00 WIB

⁹ Observasi Pada Hari Senin, Tanggal 31 Juni 2018, Pukul 14.00 WIB

¹⁰ Wawancara dengan Ibu Murni Pemilik Toko Sembako, pada tanggal 5 Juni 2018

¹¹ Wawancara dengan Ibu Ida Pemilik Warung Soto dan Pecel, pada tanggal 5 Juni 2018

Informan ketiga yaitu Ibu Nurhayati sudah 1 tahun menjadi nasabah Bank Syariah, beliau memilih Bank Syariah karena lokasi Bank yang dekat dengan rumah.¹² Kemudian informan keempat Ibu Tia yang sudah menjadi nasabah Bank Syariah selama 2 tahun. Beliau menggunakan jasa Bank Syariah karena Bank Syariah memiliki lingkungan kerja yang baik, sejalan dengan Syariah misalnya, sifat amanah dan shidiq yang dimiliki setiap elemen Bank Syariah.¹³

Sementara informan kelima yaitu Ibu Vinka sudah menjadi nasabah selama 1,5 tahun. Ibu vinka memilih Bank Syariah karena Bank Syariah tidak akan meyalurkan dananya untuk usaha – usaha atau proyek haram yang melanggar ajaran islam.¹⁴

3. Kualitas Pelayanan Bank Syariah

Kualitas pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan konsumen dan pelayanan yang diterima atau dirasakan oleh konsumen atau hasil yang dirasakan.

¹² Wawancara dengan Ibu Nurhayati Pemilik Warung sembako, pada tanggal 6 Juni 2018

¹³ Wawancara dengan Ibu Tia Pemilik Toko Baju, pada tanggal 8 Juni 2018

¹⁴ Wawancara dengan Ibu Vinka Pemilik Toko Jilbab, pada tanggal 10 Juni 2018

a. Ibu Murni

Menurut beliau kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah pada saat kehabisan nomer antrian kita harus menunggu antrian sebelumnya selesai, kemudian baru dapat nomer antrian lagi.¹⁵

Kualitas pelayanan menjadi hal yang harus di perhatikan, salah satunya seperti pendapat Ibu Murni tentang nomer antrian. Jika nomer antrian dibuat seperti itu maka kurang efisien. Seharusnya nomer antrian dibuat lebih banyak sehingga ketika nasabah sudah mendapatkan nomer, mereka dapat memilih menunggu di Bank atau pergi dulu untuk melakukan keperluan yang lain dan kembali lagi ke Bank.

b. Ibu Ida

Menurutnya pelayanan yang diberikan di Bank Syariah seperti sikap para pegawai ramah-ramah dan selalu tersenyum, mereka juga memberikan informasi kepada saya saat saya akan melakukan pembiayaan, disaat itu saya melihat ada nasabah yang raut wajahnya sangar dan tidak bersahabat, namun karyawan Bank Syariah terlihat selalu berusaha tersenyum dan menyapa dengan

¹⁵Wawancara dengan Ibu Murni Pemilik Toko Sembako, pada tanggal 5 Juni 2018

baik, begitu pula pelayanan yang diberikan kepada saya”, begitu pendapat ibu Ida.¹⁶

Pendapat dari ibu Ida tentang kualitas pelayanan di Bank Syariah tersebut para karyawan sudah melakukan dasar-dasar pelayanan salah satunya ramah dan berinteraksi dengan baik kepada nasabah.

c. Ibu Nurhayati

Menurut beliau kerapihan pegawai dalam berpakaian. Keramahan serta kesabaran dalam menanggapi permasalahan nasabah tidak membedakan status sosial nasabah semua sama tanpa memandang latar belakang pendidikan atau pekerjaan, dan selalu menghargai nasabah.”¹⁷

Keramahan, kesopanan dan interaksi yang baik adalah sikap atau perilaku yang harus dimiliki karyawan, agar nasabah tidak merasa kecewa dan akan terus konsisten menggunakan jasa Bank tersebut. Tidak membedakan status sosial nasabah juga harus terus dilakukan.

d. Ibu Tia

Menurut beliau kepuasan dan kenyamanan pelayanan di Bank Syariah, bukan hanya dari segi pelayanannya yang membuat saya

¹⁶Wawancara dengan Ibu Ida Pemilik Warung Soto dan Pecel, pada tanggal 5 juni 2018

¹⁷Wawancara dengan Ibu Nurhayati Pemilik Warung dan Acesoris, pada tanggal 7 juni 2018

nyaman tapi saya senang dan tertarik dengan produk-produk yang ditawarkan. Karyawan di Bank Syariah juga sangat ramah dan sopan memperlakukan nasabahnya”.¹⁸

Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan untuk nasabah. Sehingga nasabah memberikan kepercayaan bagi Bank untuk terus dapat melayani kebutuhan nasabah. Dengan perilaku yang baik, ramah dan sopan nasabah juga tertarik dengan produk yang di promosikan. Promosi sangat di butuhkan karena hal ini dapat memberikan pemahaman kepada nasabah mengenai Bank Syariah yang berkaitan istilah-istilah, serta produk-produk jasa yang memang di rasa nasabah perlu ketahui.

e. Ibu Vinka

Menurut beliau pelayanan yang diberikan Bank Syariah pada saat melakukan transaksi seperti menabung, tenggang waktu pada proses transaksi tidak lama. Teller ramah dan cekatan. Kemudian tempat yang bersih dan nyaman pada saat menunggu antrian.¹⁹

Fasilitas yang ada memberikan kenyamanan untuk nasabah. Untuk proses menunggu pada saat transaksi juga salah satu hal yang penting yang diberikan untuk nasabah. Jangan sampai membuat nasabah terlalu lama menunggu pada saat proses transaksi

¹⁸Wawancara dengan Ibu Tia Pemilik Toko Baju, pada tanggal 7 Juni 2018

¹⁹Wawancara dengan Ibu Vinka Penjual Jilbab, pada tanggal 10 Juni 2018

berlangsung. Teller yang ramah dan memiliki interaksi yang baik juga dapat menenangkan nasabah jika harus menunggu jika ada masalah seperti jaringan yang error.

Selain nasabah yang menjadi nasabah Bank Syariah, terdapat juga hasil penelitian terhadap 2 nasabah Bank syariah yang pindah ke Bank konvensional.

1. Bapak Firdaus

Menurut beliau “sebenarnya pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah waktu itu sudah cukup baik pada saat melayani saya, namun pada suatu saat saya berada disana ingin melakukan transaksi transfer kemudian terjadi masalah dalam jaringan, dan saya pada kondisi buru-buru, ketika saya menanyakan apakah butuh waktu yang lama, satu karyawan bersikap kurang ramah, bahkan sempat mengeluarkan kata-kata yang membuat saya seketika merasa kecewa dan kesal. Selain itu security disana juga kurang ramah pada saat menanyakan sesuatu.”²⁰

Jika melihat kejadian yang dialami Bapak Firdaus menyadari mungkin karyawan tersebut sedang sibuk namun hal tersebut sangat di sayangkan dan tidak patut dilakukan karena bisa merusak nama baik Bank Syariah tersebut. Dengan hal ini mutu pelayanan Bank juga tidak seperti yang di harapkan nasabah

²⁰Wawancara dengan Bapak Firdaus Penjual Es Krim dan Bensin, pada tanggal 11 Juni 2018

2. Ibu Yanti

Menurut beliau” untuk karyawan tidak ada masalah, mereka ramah, sopan, namun dari aspek pelayanan. Seperti ketika tempat menunggu yang kurang bersih, tempat duduk yang kurang memadai, dan penempatan mesin ATM yang kurang banyak, tidak semua wilayah terdapat ATM Bank Syariah” walupun sudah terdapat banyak fasilitas seperti BRI Link yang dapat memudahkan, namun biaya adminitrasi nya mahal.²¹

Pelayanan yang diberikan karyawan dengan nasabah, namun pelayanan yang lain belum baik, kenyamanan sangat penting diberikan. Seharusnya bank dapat lebih meningkatkan kebersihan tempat nasabah, agar semua manajemen bank yang sudah ada dapat terlaksana sesuai dengan standart pelayanan Bank Syariah.

Jadi berdasarkan beberapa informan terdapat persepsi positif dan persepsi negatif. Persepsi positifnya adalah sikap para pegawai ramah-ramah dan selalu tersenyum, mereka juga memberikan informasi yang jelas. Kerapihan pegawai dalam berpakaian. Kesabaran dalam menanggapi permasalahan nasabah tidak membeda-bedakan status sosial nasabah semua sama tanpa memandang latar belakang pendidikan atau pekerjaan, dan selalu

²¹Wawancara dengan Ibu Yanti Pemilik Konter, pada tanggal 15 juni 2018

menghargai nasabah. Persepsi negatif nya sarana yang diberikan kurang memadai dan ada beberapa nasabah yang menganggap karyawan Bank tidak ramah pada nasabah jika terjadi masalah.

C. Dampak Persepsi Masyarakat Terhadap Keberlanjutan Bank Syariah

Perkembangan Bank Syariah di Indonesia lambat dan tidak secepat bank Konvensional adalah karena beberapa sebab Internal dan sebab Ekternal. Sebab internal tentu merupakan sebab dari dalam Bank Syariah secara mandiri tanpa sangkut paut dengan masyarakat. Lain hal nya dengan sebab ekternal secara khusus adalah merupakan sebab yang dipengaruhi jalan pikiran masyarakat tentang Bank syariah, sebut saja kurangnya komunikasi antar masyarakat dengan bank syariah yang kurang dalam hal sosialisasi kepada masyarakat mengenai Bank Syariah.

Sosialisasi kepada masyarakat berguna memberikan pengetahuan bagaimana bagi hasil yang sebetulnya terkonsep dengan baik itu kemudian bisa diterima dengan timbal baik pula oleh masyarakat. Persepsi lain yang membuat bank Syariah tidak gesit dalam perkembangannya ialah masyarakat desa dengan masyarakat dan tingkat pendidikannya rendah akan memilih instan dalam mengolah uang dan meminjam uang dengan jalan melalui Rentenir yang sebetulnya tingkat ribanya begitu tinggi.

Mengubah persepsi masyarakat tidaklah mudah. Dibutuhkan kerja keras, dana yang besar untuk kemudian bisa mengolah sosialisasi agar betul betul

berpengaruh bagi masyarakat banyak, terutama masyarakat yang tidak mengetahui sama sekali tentang bagaimana mengambil kesempatan menjadi nasabah bank syariah.

Persepsi masyarakat khususnya pedagang ada yang positif dan negatif.

1. Dampak dari persepsi positif terhadap Bank Syariah dan perkembangannya ke depan salah satunya adalah keyakinan masyarakat Indonesia bahwa Bank Syariah kuat dan aman menghadapi krisis yang sudah dibuktikan.
2. Dampak dari persepsi negatif terhadap Bank Syariah dan perkembangannya ke depan.

Ketika persepsi masyarakat negatif, maka Bank Syariah bukan menjadi pilihan utama masyarakat, kemudian akan sulit menarik minat nasabah, dan akhirnya Bank Syariah sepi nasabah. Ketika sepi nasabah tentunya Bank akan sulit menyalurkan dan memutarakan uang, akan terjadi pengendapan di Bank Syariah. Sehingga kinerja Bank akan menurun dan keberlanjutan Bank akan terancam.²²

²²Wawancara dengan Ibu Rita sebagai Kepala Marketing BPRS Madani Metro, pada tanggal 17 Juni 2018

D. Analisis Persepsi Masyarakat Metro Pusat Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa dari 7 pedagang yang menjadi nasabah Bank Syariah, memiliki persepsi yang berbeda-beda tentang kualitas pelayanan Bank Syariah. Selain itu dapat kita ketahui pula bahwa setiap nasabah memiliki alasan berbeda-beda tentang mengapa mereka memilih Perbankan Syariah sebagai jasa keuangan.

Untuk menganalisa persepsi masyarakat khususnya pedagang terhadap kualitas pelayanan Bank Syariah, maka peneliti telah mengadakan wawancara dengan tujuh pedagang Metro Pusat. Ada beberapa alasan yang mendasari nasabah memilih Bank Syariah, diantaranya karena menghindari riba, lokasi yang dekat, lingkungan keluarga, pertemanan dan tentang pelayanan yang diberikan Bank Syariah tersebut.

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pedagang Metro Pusat maka dapat dilihat ada faktor yang mempengaruhi persepsi pedagang tentang kualitas pelayanan Bank Syariah. Penulis kelompokkan dalam 2 faktor, yaitu *faktor internal* yang terdiri dari menghindari riba dan kebutuhan. Serta *faktor eksternal* yang terdiri dari pertemanan, keluarga, pelayanan, dan lokasi.

Faktor internal adalah faktor yang datang dari dalam diri masyarakat pribadi itu sendiri. Faktor internal yang mempengaruhi persepsi masyarakat menjadi nasabah di Perbankan Syariah diantaranya adalah karena ingin menghindari riba serta adanya kebutuhan dalam diri. Faktor ini menjadi pengaruh penting terhadap masyarakat yang menjadi nasabah di Perbankan Syariah tersebut.

Sesuai dengan hasil wawancara, faktor internal psikologi dan pengalaman masa lalu yang lebih mempengaruhi persepsi pedagang terhadap kualitas pelayanan Bank Syariah. Karena faktor psikologi dapat mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan di berikan seseorang dan faktor pengalaman masa lalu dapat mempengaruhi persepsi seseorang karena akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang pernah dilihat dan didengar.

Faktor yang lain adalah Faktor eksternal adalah dorongan yang datang dari luar. Faktor eksternal ini juga mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam mempengaruhi persepsi pedagang terhadap kualitas pelayanan Bank Syariah. Faktor eksternal lingkungan pertemanan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi pedagang.

Didalam teori yang dicantumkan terdapat dua faktor yaitu faktor internal yang meliputi enam macam dan faktor eksternal empat macam. Dari masing-masing faktor tersebut ternyata hanya satu macam yang mempengaruhi persepsi pedagang terhadap kualitas pelayanan Bank

Syariah. Faktor tersebut adalah faktor internal psikologi, karena dapat mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan di berikan seseorang. Jika sistem fisiologisnya terganggu hal ini akan berpengaruh dalam persepsi seseorang. Segi psikologis juga mencakup pengalaman, perasaan, dan kemampuan berfikir. Dan faktor eksternal yang lebih banyak mempengaruhi yaitu faktor lingkungan keluarga atau pertemanan, situasi yang melatarbelakangi stimulus juga akan berpengaruh dalam persepsi, lebih-lebih bila objek persepsi adalah manusia. Objek dan lingkungan yang melatarbelakangi objek merupakan kesatuan yang kuat. Objek yang sama dengan situasi yang berbeda, dapat menghasilkan persepsi yang berbeda.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dapat disimpulkan bahwa persepsi dari pedagang terhadap kualitas pelayanan Bank Syariah di Metro Pusat yaitu dari 4 pedagang tersebut merasa puas dan menilai kualitas pelayanan Bank Syariah sudah cukup bagus dari aspek keramahan, kesopanan, kerapihan penampilan para karyawan, interaksi yang baik dengan nasabah dan memberikan kenyamanan bagi nasabah, tetapi ada 1 pedagang berpendapat pelayanan yang ada di Bank Syariah belum maksimal. Selain itu terdapat 2 pedagang yang tidak lagi menggunakan Bank Syariah karena ketidakpuasan atas pelayanan yang diberikan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pedagang Metro Pusat maka dapat dilihat ada faktor yang mempengaruhi persepsi pedagang tentang kualitas pelayanan Bank Syariah. Penulis kelompokkan dalam 2 faktor, yaitu faktor internal yang terdiri dari menghindari riba dan kebutuhan. Serta faktor eksternal yang terdiri dari pertemanan, keluarga, pelayanan, dan lokasi.

Dampak yang terjadi ketika persepsi baik maka Bank Syariah akan menjadi pilihan utama masyarakat, bank semakin berkembang dan

kepercayaan nasabah bertambah, peminat atau jumlah nasabah pun bertambah. Namun jika persepsi masyarakat itu buruk maka berkurangnya jumlah nasabah, tidak ada minat masyarakat untuk menggunakan jasa keuangan Bank Syariah, dan bisa jadi Bank mengalami kebangkrutan.

B. SARAN

Adapun saran yang dapat diajukan oleh penulis untuk kemajuan dan perkembangan Bank Syariah yang terdapat di Kota Metro dengan meningkatkan sarana dan fasilitas Bank dan memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan standar pelayanan. Nasabah akan merasa nyaman dan Bank memberikan kepercayaan bagi nasabah untuk terus menggunakan jasa Bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 2009
- Abdurrahmat Fathoni, *Metode Penelitian dan Teori Penyusunan Skripsi, Cet 1*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006
- Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* Yogyakarta : Andi Offset, 2004
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010
- Departemen Agama RI, *Al- Quran Dan Terjemah*, Jakarta : Bintang Indonesia, 2011
- Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung : Alfabeta, 2017
- Ikfi Akmalia, “Analisis Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, (Malang : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis), Volume 2, Nomor. 1/ April 2012,
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta : Kencana, 2012
- Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, 2005
- Lexy J Meleong, *Metode penelian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2015
- Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*, Malang : UIN Maliki Perss, 2010
- Muhammad, *Bank Syariah problem dan prospek perkembangan di Indonesia*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta : Studi Press, 2003
- Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung : Alfabeta, 2012
- R Agustinus Anggoro Pribadi, Syuhada Sufian, J. Sugiarto Ph, “Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan Untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas Pada Bri Cabang Blora Dan Unit Online-Nya”, *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, (Semarang : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro), Volume 4, Nomor. 2/ Juli 2007
- Rafy Sapuri, *Psikologi Islam*, Jakarta : Rajawali Pers, 2009

Ratna Suminar, Mia Apriliawati, "Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Di Sempoa Sip Tc Paramount Summarecon", *Jurnal Sekretari*, (Pamulang : Jurusan Sekretari Universitas Pamulang), Volume 4, Nomor. 2 Juni 2017

Robert L Solso, *Psikologi Kognitif*, Jakarta : Erlangga, 2007

Sarlito Wirawan Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum*, Jakarta : Rajawali Pers, 2013

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : CV Alfabeta, 2009

Sumardi Suryabrata, *Metode Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, Jakarta : Pusat Bahasa. 2008

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

Vini Anggraini Putri, Dewi Fatmasari, "Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Alfamart Di Kelurahan Srandol Wetan Semarang", *Majalah Ilmiah Inspiratif*, (Semarang : Jurusan Ekonomi Universitas Semarang), Volume 3, Nomor. 5/Januari 2018

Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, Bandung : Pustaka Setia, 2015