

TUGAS AKHIR

**STRATEGI KUALITAS PELAYANAN DALAM USAHA
MENGHIMPUN DANA TABUNGAN BPR-SAVE DI PT. BPR
TATAARTA SWADAYA KOTA GAJAH**

Oleh:
YULIANA
NPM. 14123628



Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO
1439 H/2017 M

**STRATEGI KUALITAS PELAYANAN DALAM USAHA
MENGHIMPUN DANA TABUNGAN BPR-SAVE DI PT. BPR
TATAARTA SWADAYA KOTA GAJAH**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar Ahli Madya
Perbankan**

**Oleh: YULIANA
NPM. 14123628**

Pembimbing: Elfa Murdiana, M.Hum

**Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO
1439 H/2017 M**

PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : STRATEGI KUALITAS PELAYANAN DALAM
USAHA MENGHIMPUN DANA TABUNGAN BPR-SAVE DI PT. BPR
TATAARTA SWADAYA KOTA GAJAH

Nama : YULIANA

NPM : 14123628

Jurusan : Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Pembimbing,



Elfa Murdiana, M.Hum

NIP. 19801206 200801 2 010



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

No: 0169 / In . 28 . 3 / D / PP . 00 - 9 / 01 / 2018

Judul Tugas Akhir: STRATEGI KUALITAS PELAYANAN DALAM USAHA MENGHIMPUN DANA TABUNGAN BPR-SAVE DI PT. BPR TATAARTA SWADAYA KOTA GAJAH, disusun oleh: YULIANA, NPM. 14123628, Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah, telah diujikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Jumat/15 Desember 2017.

TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Ketua/Moderator	: Elfa Murdiana M.Hum	(.....)
Penguji I	: Nety Hermawati, SH., MA., MH	(.....)
Penguji II	: Suci Hayati, M.S.I	(.....)
Sekretaris	: Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy	(.....)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

ABSTRAK

STRATEGI KUALITAS PELAYANAN DALAM USAHA MENGHIMPUN DANA TABUNGAN BPR-SAVE DI PT. BPR TATAARTA SWADAYA KOTA GAJAH

YULIANA
NPM. 14123628

PT. BPR Tataarta Swadaya merupakan sebuah Lembaga Keuangan Mikro yang Formal dalam bentuk Bank Perkreditan Rakyat dengan memanfaatkan kemudahan Deregulasi Perbankan dari Pemerintah. Bank tataarta swadaya merupakan salah satu lembaga keuangan yang memberikan pelayanan perbankan dengan produk pilihan salah satunya adalah produk simpanan. Tabungan BPR-SAVE adalah produk simpanan yang dikeluarkan oleh Bank Tataarta sebagai salah satu produk andalan untuk menghimpun dana masyarakat. Untuk itu, perlu adanya strategi dalam rangka menarik minat nasabah untuk menghimpun dana dan memberikan kepuasan terhadap nasabah pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kualitas pelayanan dalam usaha menghimpun dana tabungan BPR-Save di PT. BPR Tataarta Swadaya kota gajah. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan yang menghimpun data kualitatif. Data diperoleh dari Bank Tataarta Swadaya Kota Gajah baik data primer maupun sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, dokumentasi dan observasi. Wawancara dilakukan terhadap *Manajer Operasional* Bank Tataarta Swadaya Kota Gajah dan karyawan bank. Data yang dianalisa menggunakan cara berfikir induktif.

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan pada hasil penelitian, maka dapat peneliti simpulkan bahwa strategi pelayanan yang mendasar yang dilakukan oleh customer service yaitu harus bersikap ramah, komunikatif, dan name tag yang selalu diperlihatkan. Sedangkan kualitas pelayanan pada bank dapat dilihat melalui bentuk fisik (*tangible*), kehandalan (*reability*), ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*empathy*). Adapun strategi meningkatkan *funding* tabungan BPR-SAVE yaitu strategi promosi dan strategi sosialisasi. Secara keseluruhan strategi pelayanan yang diterapkan oleh PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah sudah baik, adanya peningkatan jumlah nasabah menjadi tanda bahwa pihak bank telah berhasil dalam menerapkan strategi yang digunakan. Hanya saja perlu diperhatikan lagi dalam segi kualitas pelayanannya agar BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah semakin berkembang dan mampu bersaing dengan bank-bank lainnya.

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : YULIANA
NPM : 14123628
Jurusan : Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 17 Oktober 2017 .

Yang menyatakan



Yuliana
NPM.14123628

HALAMAN MOTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ

لَهُمْ ۗ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ ۗ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia. (Q.S. Ar-Ra'd: 11)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini peneliti persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tersayang Alm. Bapak Waltom dan Ibu Misrah yang telah mendidikku sejak kecil dengan penuh kasih sayang dan telah mendoakan akan keberhasilaku, serta kakak-kakakku yang juga telah mendukung keberhasilanku.
2. Sahabat-sahabatku Devy Silvia, Aliyah, Nur Amalia, dan Novita Lestari, yang selalu menemani dan memberikan support serta memberi warna dalam setiap langkahku dalam menempuh pendidikan di IAIN Metro.
3. Teman-temanku satu angkatan khususnya kelas PBS C.
4. Almamater IAIN Metro

KATA PENGANTAR

Segala puji peneliti haturkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, baik kesehatan jasmani maupun rohani sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Kualitas Pelayanan Dalam Usaha Menghimpun Dana tabungan BPR-SAVE Di PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah”.

Shalawat serta salam saya panjatkan kepada sang revolusioner dunia yakni Nabi Muhammad SAW. Dengan perantara Beliau kita bisa mengenal mana yang baik dan mana yang buruk dalam Islam.

Sebagai bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Diploma Tiga (D3) Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh Gelar Amd.

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, tidak lupa peneliti menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Zumaroh, M.E.Sy selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Metro.
4. Ibu Elfa Murdiana, M.Hum selaku Dosen Pembimbing.

1. Ibu Halimatu Sakdiyah selaku *Manajer Operasional* PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah.
2. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitas guna menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Rekan-rekan mahasiswa yang telah memberikan motivasi dan dukungan terhadap peneliti.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini, sehingga kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi perbaikan demi masa yang akan datang. Peneliti berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi ilmu Perbankan Syariah.

Metro, 17 Oktober 2017
Peneliti,



Yuliana
NPM.14123628

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Abstrak	v
Halaman Orisinalitas Penelitian.....	vi
Halaman Motto	vii
Halaman Persembahan.....	viii
Halaman Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Lampiran	xiii
Daftar Gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Metode Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pelayanan Bank	12
B. Strategi Meningkatkan <i>Funding</i>	20
C. Produk Penghimpunan Dana Pada Perbankan	26
D. Bank Perkreditan Rakyat	34

BAB III PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah	37
1. Sejarah Berdirinya PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah...	37
2. Visi Dan Misi PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah	39
3. Struktur Organisasi PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah ..	40
B. Produk-Produk Penghimpun Dana PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah	44
C. Strategi Kualitas Pelayanan PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah Dalam Usaha Menghimpun Dana Tabungan BPR-SAVE.....	48

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	61
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Kartu Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir
3. Alat Pengumpul Data (APD)
4. Outline
5. Surat Keterangan PPL/Magang.
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Nota Dinas

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 3.1 Struktur Organisasi..... 40
2. Gambar 3.2 Tabel Jumlah Nasabah Tabungan BPR-SAVE..... 60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan perbankan di Indonesia semakin pesat dan modern baik dari segi ragam, produk, kualitas pelayanan, maupun teknologi yang dimiliki.¹ Selain itu, tidak sedikit jumlah bank yang berdiri di Indonesia. Kita mengenal adanya Bank asing, Bank swasta, maupun Bank pemerintah.

Keberadaan Bank konvensional bukanlah sekedar lembaga keuangan yang bersifat sosial. Namun Bank konvensional juga menjadi lembaga bisnis dalam rangka memperbaiki perekonomian. Sesuai dengan itu, maka Bank konvensional menyalurkan dana dalam bentuk pinjaman pada masyarakat yang membutuhkan. Di samping itu, para penabung Bank konvensional juga mengharapakan agar modal yang disetorkan dapat selektif mungkin disalurkan dalam bentuk investasi sehingga keuntungan yang didapat secara optimal.

Pertumbuhan Perbankan tersebut berimbas pada adanya persaingan antar bank. Masing-masing Bank berlomba untuk menarik minat nasabah, yang pada akhirnya nasabah mendapatkan keuntungan dari keadaan tersebut, karena itu Perbankan tidak mempunyai banyak pilihan, kecuali meningkatkan profesionalisme, kompetensi, dan daya saing.

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 17

Menurut Sofjan Assauri, “ kualitas pelayanan adalah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu produk atau jasa yang menyebabkan produk atau jasa tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang dan jasa itu di maksudkan atau dibutuhkan”.² Bank-bank konvensional harus tanggap dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya melalui pelayanan yang prima agar mampu bersaing dengan baik. Hal tersebut dikarenakan pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan suatu bank.

Banyaknya jumlah Bank saat ini, baik Bank syariah maupun Bank konvensional, membuat persaingan di antara keduanya semakin ketat, maka dari itu, Bank harus meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki agar dapat menarik minat masyarakat untuk menabung di Bank tersebut.

Berdasarkan Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 jenis Perbankan terdiri dari dua jenis bank yaitu, Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.³ Dilihat dari segi kegiatan BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan bank umum, kegiatan BPR hanya meliputi kegiatan penghimpunan dan penyaluran

² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dan Operasi*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1993), h. 267

³ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), h. 1

dana saja, bahkan dalam menghimpun dana BPR dilarang untuk menerima simpanan giro.

BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah merupakan sebuah Lembaga Keuangan Mikro yang Formal dalam bentuk Bank Perkreditan Rakyat yang didirikan oleh Yayasan Bina Swadaya Jakarta, dengan maksud untuk mengoptimalkan pengembangan sosial ekonomi pedesaan di Lampung dengan pendekatan penumbuhan dan pendampingan Kelompok Swadaya Masyarakat. Kegiatan penumbuhan dan pendampingan kelompok tersebut telah dirintis oleh Yayasan Bina Swadaya di Lampung sejak tahun 1987 dengan pola pengelolaan proyek-proyek pengembangan kelompok usaha produktif yang dibiayai oleh Lembaga dana, baik dari dalam maupun Luar Negeri.

Produk penghimpun dana yang terdapat pada BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah diantaranya meliputi Tabungan BPR-SAVE, Tabungan Arisan Berhadiah, Tabungan TASCANA, dan Deposito Berjangka.

Tabungan BPR-SAVE merupakan produk tabungan yang dikeluarkan oleh Bank Tataarta sebagai salah satu produk andalan untuk menghimpun dana masyarakat. Produk ini memiliki berbagai kelebihan, seperti persyaratan yang mudah cukup dengan membawa fotokopi identitas diri dan menyetorkan uang sebesar Rp 25.000; calon nasabah sudah dapat menabung pada bank tataarta swadaya kota gajah. Selain itu, keamanan tabungan terjamin, karena diikuti sertakan dalam Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), dan suku bunga yang

ditawarkan bersaing dan berhadiah. Setiap kelipatan Rp. 25.000,- dalam satu periode (1 tahun) setiap bulannya akan diberikan 1 nomor undian.⁴

Beranjak dari paparan latar belakang tersebut, maka penulis berkeinginan untuk mengetahui dan mempelajari tentang upaya-upaya yang dilakukan oleh sebuah lembaga keuangan mikro atau Bank Perkreditan Rakyat mengenai strategi kualitas pelayanan dalam usaha menghimpun dana tabungan BPR-Save di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah. Maka dari itu penulis tertarik mengambil judul **“Strategi Kualitas Pelayanan Dalam Usaha Menghimpun Dana Tabungan BPR-Save di PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka secara rinci dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana strategi kualitas pelayanan dalam usaha menghimpun dana tabungan BPR-Save di PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kualitas pelayanan dalam usaha menghimpun dana tabungan BPR-Save di PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah .

⁴ <http://www.tataartaswadaya.co.id/> Di unduh pada tanggal 14 Mei 2017

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan untuk dapat menyumbangkan ilmu pengetahuan khususnya terkait dengan strategi kualitas pelayanan dalam usaha menghimpun dana tabungan.
2. Secara praktisi, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan kajian/pemikiran lebih lanjut bagi BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah agar menjadi lembaga keuangan yang senantiasa berkembang serta dipertimbangkan oleh masyarakat.

E. Metode Penelitian

Metode adalah proses prinsip-prinsip dan tata cara memecahkan sesuatu masalah, sedang penelitian adalah pemeriksaan secara hati-hati dan tuntas terhadap suatu gejala untuk menambah pengetahuan manusia.⁵ Metode penelitian dibagi kedalam beberapa bagian antara lain: jenis penelitian, sifat penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Adapun maksud dari penelitian tersebut yaitu penelitian yang mempelajari secara mendalam tentang strategi kualitas pelayanan dalam usaha menghimpun dana tabungan BPR-SAVE di BPR Tataarta Swadaya yaitu dengan penelitian yang secara langsung dapat diperoleh data-data

⁵ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI_PRESS, 1986), h. 6

dari lapangan dengan tempat penelitian di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu penelitian yang diupayakan untuk menandakan atau mengamati permasalahan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan sifat objek tertentu.⁶ Penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah untuk mengkaji dan menjawab pertanyaan mengenai suatu objek yang akan diteliti. Karena penelitian ini berupa pengungkapan fakta yang ada yaitu suatu penelitian yang terfokus pada usaha mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.

2. Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh.⁷ Sumber data dalam penelitian dibagi menjadi dua yaitu:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R dan D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 205

⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi IV*. (Yogyakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), h. 129

dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti.⁸ Sumber data primer yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara langsung dengan Ibu Halimatu Sakdiyah selaku Manajer Operasional, Ibu Yuli Sugiarti selaku Customer Service, bapak Frendi sebagai Account Officer, Ibu Nisa, Ibu Aliyah, Dan Bapak Ahmad sebagai Nasabah di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen, seperti bahan-bahan atau data yang menjadi pelengkap dari sumber data primer.⁹ Sumber data sekunder yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dokumentasi dan buku-buku yang relevan yaitu: buku karya Ismail berjudul *Perbankan Syariah*, buku karya Adiwarmanto A. Karim yang berjudul *Bank Islam Analisis fiqih dan keuangan*, buku karya Ibi Dan Lspj berjudul *Mengelola Kualitas Pelayanan Perbankan*, buku karya Kasmir berjudul *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, buku karya Kasmir berjudul *Etika Customer Service*, Dan buku karya M. Nur Rianto Al Arief berjudul *Dasar-Dasar Pemasaran*

⁸ Sugiono, *metode penelitian kualitatif kuantitatif dan R dan D*, h. 22

⁹ Sumadi Suryabatara, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008),

Bank Syariah, dan dilengkapi dengan dokumentasi-dokumentasi yang digunakan di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka tujuan yang diungkapkan dalam bentuk hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian¹⁰.

Sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian, maka metode pengumpulan data yang dipergunakan yaitu:

a. Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog atau tanya jawab yang dilakukan oleh pewawancara, atau (*interview*) untuk memperoleh informasi baik secara langsung maupun tidak langsung dengan sumber data.¹¹ Apabila peneliti menggunakan wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut *responden*, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Pada umumnya wawancara terbagi menjadi dua macam, yaitu berstruktur dan tidak berstruktur.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara tidak berstruktur dimana pertanyaan diajukan bersifat bebas dan dapat ditanyakan kepada pegawai BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah sebagai

¹⁰ W. Gulo. *Metode penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2005), h. 110-111.

¹¹ W. Gulo. *Metode penelitian*, h. 119

narasumber dari pertanyaan yang diajukan. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Halimatu Sakdiyah selaku Manajer Operasional, dan Ibu Yuli Sugiarti selaku Customer Service dan Bapak Frendi selaku Account Officer, Ibu Nisa, Ibu Aliyah, Dan Bapak Ahmad sebagai Nasabah di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara yang diinginkan untuk mengumpulkan data-data tertulis yang mengandung keterangan-keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.¹² Dalam penelitian ini, data yang dibutuhkan yaitu seperti profil BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah, struktur organisasi dan data dokumen yang berkaitan dengan produk-produk BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah.

c. Observasi

Observasi yaitu metode melalui pengamatan secara langsung di lapangan terhadap obyek penelitian.¹³ Dalam penelitian ini, peneliti langsung mengamati *Customer service* di BPR Tataarta Swadaya dalam melayani nasabahnya dan menggunakan pengamatan partisipasi, yaitu pengamatan yang dilakukan dengan cara ikut ambil bagian atau

¹² Muhammad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 152

¹³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi IV*. (Yogyakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), h. 128

melibatkan diri dalam situasi,¹⁴ Peneliti pada saat magang di BPR Tataarta Swadaya bertugas langsung sebagai *customer service* dan melayani nasabah.

Berdasarkan pendapat diatas, maka dalam penelitian ini metode observasi peneliti gunakan untuk mencari data mengenai strategi kualitas pelayanan dalam usaha menghimpun dana tabungan BPR-SAVE (studi di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah)

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dapat dipelajari serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹⁵ Teknik analisis merupakan pengolahan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami dengan mengumpulkan semua data yang telah diperoleh dari hasil wawancara maupun dokumentasi untuk dianalisis/diolah dengan tujuan menarik kesimpulan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknis analisis kualitatif. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki

¹⁴ *Ibid*, h.100

¹⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), Ed. Revisi, h. 248

lapangan, selama di lapangan, dan selesai di lapangan.¹⁶ Dalam mengarahkan data penelitian, penelitian ini menggunakan cara berfikir deduktif yaitu cara berfikir yang berangkat dari pengetahuan yang bersifat umum kemudian kita akan menilai suatu kejadian yang bersifat khusus.¹⁷

Berdasarkan keterangan diatas maka dalam menganalisis peneliti menggunakan data yang lebih diperoleh dalam bentuk uraian-uraian, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yaitu cara khusus dari informasi tentang strategi kualitas pelayanan dalam usaha menghimpun dana tabungan ditinjau dari Bank Perkreditan Rakyat.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 224

¹⁷ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid 1*, (Yogyakarta: Andi Officer, 1994), h. 42

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pelayanan Bank

1. Pengertian Strategi Pelayanan

Strategi merupakan pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan pokok suatu organisasi, kebijakan-kebijakan dan tahapan-tahapan kegiatan ke dalam suatu keseluruhan.¹⁸ Selain itu definisi strategi menurut dua pakar Hamel dan Prahalad bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat terus-menerus (meningkat) dan terus-menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Jadi strategi seringkali dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.¹⁹ Strategi menempatkan sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis dan cara bisnis untuk bersaing. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuannya.

Pelayanan menurut Philip Kotler adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan satu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.²⁰

¹⁸ Winardi, *Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 106

¹⁹ B.N Mubun, *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harian, 2003), h. 340

²⁰ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara), h. 152

Strategi pelayanan adalah bagian sentral strategi bisnis perusahaan yang meliputi tujuan, keuntungan, pasar, teknologi, dan sebagainya. Hal ini harus mencakup keperluan dan harapan konsumen, kegiatan pesaing, serta wawasan tentang masa depan.²¹ Karena pada dasarnya tidak ada perusahaan yang mampu bertahan lama jika kebutuhan konsumennya tidak terpenuhi atau diabaikan. Dan tanpa pengetahuan tentang apa yang dilakukan pesaing, sangat mustahil untuk memperoleh keuntungan melalui kualitas dan inovasi pelayanan yang diberikan. Setidaknya kita harus mengetahui strategi pesaing. Dan tidak hanya itu saja, perusahaan juga harus memiliki pemimpin yang berwawasan yang luas akan masa depan perusahaannya untuk mendorong eksperimentasi dan perubahan serta memungkinkan pegawainya menciptakan wawasan untuk masa depan.

Strategi pelayanan adalah proses rencana bantuan utama dalam kebaikan yang bermanfaat dan saling menghasilkan satu sama lain yang bersifat menyeluruh dan terintegrasi berisikan sasaran dan program jangka panjang yang dirumuskan berdasarkan keunggulan dan kelemahan perusahaan atau instansi guna menghadapi peluang dan ancaman dari luar. Pemberian pelayanan atau jasa yang baik kepada nasabah akan memberikan kepuasan kepada para nasabah yang akhirnya menciptakan loyalitas terhadap karyawan yang bersangkutan. Bila pelayanan atau jasa yang diterima dapat

²¹ Denis Walker, *Mendahulukan Kepuasan Pelanggan: Strategi Untuk Memberikan Pelayanan Terbaik*, Penerjemah: Anton Adiwitoyo, (Tangerang: Binarupa Askara, 2011), h. 25

memuaskan maka kualitas pelayanan atau jasa itu akan dipersepsikan baik, namun sebaliknya bila pelayanan atau jasa yang diterimanya lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas atau jasa itu akan dipersepsikan buruk.²²

Strategi pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan nasabah dengan standar yang sudah ditetapkan. Kemampuan tersebut diajukan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki. Banyak perusahaan yang ingin dianggap selalu baik dimata nasabah. Karena nasabah akan menjadi setia terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi pelayanan merupakan suatu strategi untuk memberikan layanan dengan mutu sebaik mungkin kepada para pelanggan.

2. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik

Dalam melayani nasabah hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Praktiknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik.

Berikut ciri-ciri pelayanan yang baik terhadap nasabah, sebagai berikut:

- a. Memiliki kepribadian yang baik

²² Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 9

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas nasabah *customer service* yang melayaninya. Petugas *customer service* harus ramah, sopan, cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar.

b. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Sarana dan prasarana harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi masa kini. Karena berpengaruh pada pelayanan yang prima.

c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan *customer service* harus mampu melayani dari awal hingga selesai. Nasabah akan merasa puas jika *customer service* bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan.

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani nasabah diharapkan harus sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

e. Mampu berkomunikasi

Petugas *customer service* harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Petugas *customer service* pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah.

- f. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Customer service harus cepat dan tanggap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas *customer service* yang lambat akan membuat nasabah merasa tidak nyaman dan tidak puas dengan pelayanannya sehingga nasabah meninggalkan bank.

- g. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan . demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar dapat menjaga kepercayaannya.²³

3. Kualitas Pelayanan Bank

- a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Perkembangan perekonomian Indonesia khususnya dalam bidang jasa menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat tidak terkecuali pada sektor perbankan, yang pada saat ini persaingan dalam dunia perbankan tidak lagi bertumpu pada produk tetapi lebih bertumpu pada pelayannya. Oleh karenanya, sebuah usaha perbankan haruslah mampu memberikan sebuah pelayanan yang baik.²⁴ Menurut Sofjan Assuari, “kualitas pelayanan adalah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu produk atau jasa yang menyebabkan produk atau jasa tersebut

²³ *Ibid*, h. 33

²⁴ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 33

sesuai dengan tujuan untuk apa barang dan jasa itu di maksudkan atau dibutuhkan”²⁵.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

b. Karakteristik Kualitas Pelayanan

Setidaknya ada lima kriteria pokok kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

- 1) Bentuk fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan dalam menampilkan fasilitas fisik, meningkatkan kondisi gedung yang bersih, nyaman dengan interior yang menarik, tempat parkir yang aman, escalator, keamanan, AC, serta menjaga penampilan dan keterampilan pegawai.
- 2) Keandalan (*reability*), yaitu dimensi yang mengukur keandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan dengan segera, tepat waktu akurat dan memuaskan, kemudahan proses transaksi di teller atau menggunakan ATM, program promosi dilaksanakan sesuai

²⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dan Operasi*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1993), h. 267

dengan yang disosialisasikan, fasilitas kartu member/anggota yang digunakan sesuai dengan fungsinya.

- 3) Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan untuk meningkatkan kecepatan pegawai yang bertugas dalam menanggapi permintaan nasabah, selalu siap dan bersiap membantu kesulitan nasabah, kemampuan menyelesaikan keluhan nasabah dengan tepat, memberi informasi dengan jelas yang sesuai kebutuhan nasabah.
- 4) Jaminan (*assurance*), yaitu kemampuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan serta sifat yang dapat dipercaya dalam menangani keluhan pelanggan, memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan, kualitas produk yang dijual sesuai dengan sosialisasi promosi, harga/biaya pemeliharaan produk sesuai dengan harga yang dipromosikan.²⁶ pegawai yang bertugas menumbuhkan rasa percaya para nasabah pada bank.
- 5) Empaty (*empathy*), yaitu hal ini sebagai bentuk perhatian pribadi, memahami nasabah adalah faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, maka menjadi sangat penting bahwa seluruh mitra internal bank untuk lebih memperhatikan pendekatan individual dengan nasabah sehingga dapat terjalin hubungan emosional yang baik dengan nasabah. Rasa tanggap terhadap kebutuhan nasabah harus dimiliki oleh setiap

²⁶ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*: (Jakarta:Ghalia Indonesia, 2010), h. 89-90

pegawai sehingga nasabah tidak perlu repot-repot menanyakan produk yang diinginkan, tetapi pegawai telah menyediakan sebelum nasabah menanyakan. Pelayanan nasabah lebih ditingkatkan dengan tidak membedakan status sosial.²⁷

Jika dari kelima dimensi ini dilakukan dimulai dari *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* dengan baik oleh bank, maka nasabah pun akan merasa senang dan terpuaskan dalam melakukan transaksi. Kepuasan nasabah inilah yang menjadikan bank mampu bersaing dan menguasai pasar perbankan. Tidak hanya itu, dalam hal ini bank telah membuktikan bahwa ia mampu memaksimalkan kepuasan nasabah dan meminimalisir rasa kecewa nasabah.

c. Kualitas Pelayanan Jasa Bank

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Kualitas pelayanan terbagi atas:²⁸

²⁷ Retno, Dikutip Dari Tesis: *Analisis Tingkat Layanan Pelanggan Pada Bank BRI Dan Bank BPD Jateng Cabang Karanganyar*, (Surakarta; Program Pascasarjana Univ. Muhamadiyah Surakarta, 2005)

²⁸ *Ibid.*, h.220

1) **Kualitas layanan internal**

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

- a) Pola manajemen umum perusahaan.
- b) Penyediaan fasilitas pendukung.
- c) Pengembangan sumber daya manusia.
- d) Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja.
- e) Pola insentif

2) **Kualitas pelayanan eksternal**

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

- a) Yang berkaitan dengan penyediaan jasa.
- b) Yang berkaitan dengan penyediaan barang.

B. Strategi Meningkatkan *Funding*

1. Pengertian Strategi Meningkatkan *Funding*

Strategi meningkatkan *funding* adalah suatu cara atau proses untuk mengembangkan jumlah nasabah penghimpun dana yang dapat memberikan keuntungan atau manfaat bagi bank dan nasabah, baik bersifat intern maupun ekstern yang dipandang dari sudut organisasi. Dengan diketahuinya keinginan dan kebutuhan nasabah serta lingkungan pemasaran yang mempengaruhinya memudahkan untuk melakukan strategi guna merebut hati

nasabah. Strategi yang digunakan meliputi penentuan strategi produk, strategi harga, strategi lokasi atau *lay out* dan strategi promosi. Strategi ini dikenal sebagai bauran pemasaran.

2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan akan produknya yang terdiri dari empat P yaitu:

a. Strategi Produk

Produk menurut Philip Kotler adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.²⁹ Produk dibagi menjadi dua yaitu produk berwujud dan produk tidak berwujud. Produk berwujud adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Sedangkan produk tidak berwujud yaitu berupa jasa yang dapat diartikan sebagai kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan.³⁰

²⁹ Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Rajawali,, 20014), H. 153

³⁰ M. Nur Rianto Al Arief. *Dasar-DasarPemasaran Bank Syariah*, h. 140

b. Strategi Harga

Harga menurut William J. Stanto terjemahan Y. Yamanto adalah jumlah uang (kemungkinan ditambahkan beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.³¹ Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laju tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Bagi perbankan, terutama bank yang berdasarkan prinsip konvensional harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya-biaya lainnya. Sedangkan harga bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah bagi hasil.

Bagi bank yang berdasarkan prinsip konvensional pengertian harga berdasarkan bunga terdapat 3 macam, yaitu harga beli, harga jual, dan biaya yang dibebankan ke nasabahnya. Harga beli adalah harga yang diberikan kepada para nasabah yang memiliki simpanan, seperti jasa giro, bunga tabungan dan bunga deposito. Sedangkan harga jual

³¹ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, : (Jakarta:Ghalia Ilmu, 2008), h. 105

merupakan harga yang dibebankan kepada para kredit. Kemudian biaya ditentukan kepada berbagai jenis jasa yang ditawarkan.³²

c. Strategi lokasi

Yang dimaksud dengan lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam kantor bank, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin anjungan tunai mandiri ATM. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak di lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Di samping lokasi yang strategis, hal ini juga dapat mendukung lokasi tersebut adalah *lay out* gedung, *lay out* ruangan itu sendiri.

Penetapan *lay out* yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Pada halnya, lokasi dan *lay out* tidak dipisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan. Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk *lay out* gedung adalah sebagai berikut;

- 1) Bentuk gedung yang memberikan kesan elegan dan baik.
- 2) Lokasi parkir luas dan aman.
- 3) Keamanan disekitar gedung juga harus dipertimbangkan.
- 4) Tersedia tempat ibadah.

³² Kasmir, *Pemasaran Bank* : (Jakarta:Prenada Media Group, 2008), h. 135

5) Tersedia toilet yang bersih dan nyaman.

d. Strategi Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga terjadi pembelian dan tetap mengingat produk tersebut. Berdasarkan pengertian ini maka promosi merupakan aktifitas komunikasi yang berasal dari informasi yang tepat.³³

Menurut Charles W. Lamb. Dan Joseph F. Hair berpendapat bahwa apabila telah menerapkan bauran promosi yang tepat maka hal tersebut merupakan sesuatu yang diyakini manajemen akan sesuai dengan kebutuhan target pasar dan memenuhi tujuan organisasi secara keseluruhan. Semakin banyak dana yang dialokasikan atas setiap ramuan promosi tersebut dan semakin banyaknya penekanan pada aspek manajerial atas tiap teknik tersebut, semakin penting elemen ini dipikirkan sebagai bauran secara keseluruhan.³⁴

Setiap bank harus mampu berkomunikasi dengan nasabah, dan tidak melepaskan diri dari peran mereka sebagai komunikator dan promotor. Untuk itu berkomunikasi secara efektif bank merancang

³³ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, : (Jakarta:Ghalia Ilmu, 2008), h. 133

³⁴ Charles W. Lamb. Dan Joseph F. Hair, *Pemasaran Buku 2*, (Jakarta:Salemba Empat, 2001), h. 146

program-program promosi yang menarik, mampu mendidik wiraniaganya supaya bersikap ramah dan mampu memberikan informasi yang jelas. Wiraniaga harus dididik untuk dapat jadi seorang komunikator yang handal, agar mampu menyampaikan pesan perusahaan kepada konsumen secara jelas dan lugas serta mampu menarik konsumen untuk mencari informasi tambahan seputar pesan yang disampaikan perusahaan.³⁵

Secara garis besar empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut;

- 1) Periklanan (*advertising*), merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, televisi, atau radio.
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*), merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu pula.
- 3) Publisitas (*publicity*), merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal sosial atau olahraga.

³⁵ M.Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), Cet II, h. 170

- 4) Penjual pribadi (*personal selling*), merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.³⁶

C. Produk Penghimpun Dana Pada Perbankan

Penghimpunan dana adalah suatu kegiatan usaha yang dilakukan bank untuk mencari dana kepada pihak deposan yang nantinya akan disalurkan kepada pihak kreditur dalam rangka menjalankan fungsinya sebagai intermediasi antara pihak deposan dengan pihak kreditur.³⁷ Dalam kegiatan usahanya, perbankan terbagi menjadi dua yaitu bank konvensional dan bank syariah. Berikut penjelasan dari produk-produk penghimpun dana pada perbankan diantaranya:

1. Produk Penghimpun Dana pada Bank Syariah

Dana yang berasal dari masyarakat luas dan atau yang berhasil dihimpun dalam bentuk simpanan yang diwujudkan dalam berbagai bentuk yaitu:

- a. Simpanan Giro (*demand deposit*)

Giro adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindahbukuan.

³⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), h. 156

³⁷ <http://adifirman.wordpress.com/2011/02/28/penghimpunan-dana/#more-160> di unduh pada tanggal 10 agustus 2017

Giro yang dibenarkan secara syariah, yaitu giro yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*.³⁸

Prinsip yang diterapkan adalah *wadi'ah yad dhamanah*. *wadi'ah yad dhamanah* berbeda dengan *wadi'ah yad amanah*. *Wadi'ah yad amanah* pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh pihak yang dititipkan dengan alasan apapun juga, akan tetapi pihak yang dititipkan boleh mengenakan biaya administrasi kepada pihak yang menitipkan atas penjagaan barang yang dititipkan.³⁹ Pada *wadi'ah yad dhamanah*, pihak yang dititipkan (Bank) bertanggungjawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Pihak bank boleh memberikan keuntungan yang didapat kepada nasabahnya dengan besaran berdasarkan kebijaksanaan pihak bank.⁴⁰

Prinsip *mudharabah* yang diterapkan dengan skema pemilik dana atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Bank kemudian melakukan penyaluran pembiayaan kepada nasabah peminjam yang membutuhkan dengan menggunakan dana yang diperoleh tersebut.⁴¹ Pembagian

³⁸ Andi Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 74-75

³⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Teori Dari Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 85

⁴⁰ *Ibid*, h. 87

⁴¹ M.Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), Cet II, h. 38

keuntungan dinyatakan dalam nisbah yang disepakati, bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening antara lain biaya cek/bilyet giro, biaya materai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, dan penutupan rekening.⁴²

b. Simpanan Tabungan (*Saving Deposit*)

Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁴³ Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.⁴⁴

1) Tabungan *Wadi'ah*

Tabungan *wadi'ah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadi'ah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan *wadi'ah*, bank syariah menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*. Dalam hal ini, nasabah

⁴² Andi Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 75

⁴³ *Ibid*

⁴⁴ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*, h. 297

bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut. Sebagai konsekuensinya, bank bertanggungjawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemilik menghendaki. Di sisi lain, bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang tersebut.⁴⁵

2) Tabungan *Mudharabah*

Tabungan *mudharabah* merupakan produk penghimpun dana oleh bank syariah yang menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Bank syariah bertindak sebagai *mudharib* dan nasabah sebagai *shahibul maal*. Nasabah menyerahkan pengelolaan dana tabungan *mudharabah* secara mutlak kepada *mudharib* (bank syariah), tidak ada batasan baik dilihat dari jenis investasi, jangka waktu maupun sektor usaha, dan tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah islam.⁴⁶ Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati. Selain itu, Bank dapat

⁴⁵ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dna Keuangan*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2010), h. 345-346

⁴⁶ *Ibid*, h. 89

diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah yang bersangkutan.⁴⁷

c. Simpanan Deposito (*Time Deposit*)

Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan yaitu deposito yang berdasarkan prinsip *mudharabah*. Deposito *mudharabah* adalah simpanan dana dengan skema pemilik dana (*shahibul maal*) mempercayakan dananya untuk dikelola bank (*mudharib*) dengan hasil yang diperoleh dibagi antara pemilik dana dan bank dengan nisbah yang disepakati sejak awal.⁴⁸

Bank syariah menerapkan akad *mudharabah* untuk deposito. Adapun fitur dan mekanisme dalam deposito *mudharabah* yaitu:

- 1) Bank bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*) dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul maal*).
- 2) Pengelolaan dana oleh bank syariah dapat dilakukan sesuai batasan-batasan yang ditetapkan oleh pemilik dana (*mudharabah muqayyadah*) atau dilakukan dengan tanpa batasan-batasan dari pemilik dana (*mudharabah muthlaqah*).

⁴⁷ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), h. 76-77

⁴⁸ *Ibid*, h. 55

- 3) Dalam akad *mudharabah muqayyadah* harus dinyatakan secara jelas syarat-syarat dan batasan yang ditentukan oleh nasabah.
- 4) Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.
- 5) Penarikan dana oleh nasabah hanya dapat dilakukan sesuai waktu yang disepakati.
- 6) Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening antara lain biaya materai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembukuan dan penutupan rekening.⁴⁹

2. Produk Penghimpunan Dana pada Bank Konvensional

Untuk memperoleh dana dari masyarakat luas bank dapat menggunakan tiga jenis simpanan (rekening). Masing-masing jenis simpanan memiliki keunggulan tersendiri sehingga bank harus pandai dalam menyiasati pemilihan sumber dana. Sumber dana yang dimaksud adalah sebagai berikut:

a. Simpanan Giro (*Demand Deposit*)

Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan sarana penarikan berupa cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan

⁴⁹ Andi Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah.*, h. 77-78

pemindahbukuan.⁵⁰ Pencairan simpanan giro secara tunai dilakukan dengan menggunakan cek sebagai sarana pencairan tunai, dan pemindahbukuan dana dari rekening nasabah ke rekening lain dilakukan dengan menggunakan bilyet giro. Kedua sarana penarikan tersebut, cek maupun bilyet giro merupakan sarana penarikan yang sudah umum dilakukan oleh nasabah/pemegang rekening giro. Disamping itu, nasabah dapat menggunakan sarana lain, misalnya formulir yang disediakan oleh bank seperti formulir transfer.⁵¹

b. Simpanan Tabungan

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Tabungan (*saving deposit*) merupakan jenis simpanan yang dilakukan oleh pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu sesuai perjanjian antara bank dan pihak nasabah. penarikan tabungan dapat dilakukan setiap saat menggunakan sarana penarikan berupa slip penarikan, ATM, surat kuasa, dan sarana lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Persyaratan untuk dapat membuka rekening tabungan masing-masing bank berbeda. Akan tetapi, pada umumnya bank memberikan

⁵⁰ Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2010), Cet. I, h. 24

⁵¹ *Ibid*, h. 48

persyaratan yang sama pada setiap bank yaitu calon nasabah menyerahkan fotokopi identitas seperti KTP, SIM, Paspor, dan identitas lainnya. Beberapa ketentuan tabungan yang harus dipenuhi oleh nasabah antara lain pembukaan tabungan, jumlah setoran, saldo tabungan, penarikan tabungan, bunga, insentif dan penutupan⁵²

c. Simpanan Deposito

Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank.⁵³ Deposito merupakan dana nasabah yang penarikannya sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan antara bank dan nasabah.

Jenis simpanan ini merupakan simpanan yang terdapat jangka waktu dalam penarikannya, sehingga dapat dikatakan sebagai dana semi stabil. Simpanan deposito, akan mengendap di bank selama jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian antara bank dan pemilik deposito. Pemilik deposito hanya dapat menarik dananya hanya apabila depositonya telah jatuh tempo. Meskipun jenis simpanan deposito ini merupakan simpanan yang hanya dapat ditarik sesuai jangka waktu tertentu, akan tetapi dalam praktiknya bank memberikan kelonggaran

⁵² *Ibid*, h. 70-73

⁵³ *Ibid*, h. 26

kepada nasabah pemilik deposito untuk menarik dananya sebelum jatuh tempo.

D. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

1. Pengertian BPR

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) menurut Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992, adalah lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR. Sedangkan pada UU Perbankan No. 10 Tahun 1998, disebutkan bahwa BPR adalah lembaga keuangan bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah.⁵⁴

2. Tujuan dan Fungsi BPR

Tujuan didirikannya BPR di dalam perekonomian, yaitu untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Sedangkan fungsinya adalah memberikan layanan pendanaan seperti bank kepada masyarakat yang sulit menjangkau bank umum, BPR juga dapat membantu mendidik masyarakat memahami pola nasional agar pemerataan pembangunan di sektor pedesaan

⁵⁴ Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi Dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia Yogyakarta, 2012), Ed. 4, Cet 1, h. 93

bisa lebih cepat, kesempatan membuka usaha pada masyarakat pedesaan menjadi terbuka serta memberi pemahaman kepada masyarakat akan manfaat lembaga keuangan formal sehingga dapat terhindar dari jeratan rentenir.

3. Karakteristik BPR

Dalam kegiatan operasionalnya Bank Perkreditan Rakyat dilarang:

- a. Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran.
- b. Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing.
- c. Melakukan penyertaan modal.
- d. Melakukan usaha perasuransian.
- e. Melakukan usaha lain diluar kegiatan usaha sebagaimana dimaksud dalam pasal 13.⁵⁵

4. Kegiatan Usaha BPR

Kegiatan usaha Bank Perkreditan Rakyat meliputi:

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- b. Memberikan kredit.

⁵⁵ Irham Fahmi, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya: Teori Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 11-12

- c. Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan bank indonesia.
- d. Menempatkan dananya dalam bentuk sertifikat bank indonesia (SBI), deposito berjangka, sertifikat deposito, dan atau tabungan pada bank lain.⁵⁶

Perkembangan aktifitas dari Bank Perkreditan Rakyat begitu berkembang dengan pesat dan keberadaan mereka ada diberbagai wilayah mulai di perkotaan hingga di pedesaan. Masyarakat sudah merasa peran dan fungsi dari BPR begitu terasa termasuk dalam urusan kebutuhan dana dalam bentuk pengajuan bantuan pinjaman kredit. Artinya ketika bank umum dianggap tidak begitu mampu memberikan solusi maka BPR dapat dianggap sebagai alternatif solusi dalam memecahkan masalah.

⁵⁶ *Ibid*, h. 12

BAB III

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah

1. Sejarah Berdirinya PT BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah

Bank Tataarta merupakan sebuah Lembaga Keuangan Mikro yang Formal dalam bentuk Bank Perkreditan Rakyat dengan memanfaatkan kemudahan Deregulasi Perbankan dari Pemerintah yang beralamat di jalan Jend. Sudirman No. 555A Kota Gajah, Kabupaten Lampung Tengah. Gagasan pendirian PT. BPR Tataarta Swadaya dilakukan oleh Yayasan Bina Swadaya Jakarta untuk mengoptimalkan pengembangan sosial ekonomi pedesaan di Lampung dalam memberikan pelayanan permodalan kepada “Wong Cilik”.⁵⁷

Sesuai dengan pedoman dasar pendiri Yayasan Bina Swadaya " Melayani Orang Lain Merupakan Panggilan Luhur ", hadir sejak tahun 1993 untuk memberikan pelayanan khususnya kepada masyarakat diwilayah Lampung dengan berbagai produk dan layanan jasa Keuangan Mikro, dan sampai saat ini bank tetap setia dengan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat dan Bank Tataarta merupakan Bank yang memiliki predikat Bank Sehat.

⁵⁷ [http:// www.tataartaswadaya.co.id/](http://www.tataartaswadaya.co.id/) di unduh pada 11 Mei 2017

Pada awalnya gagasan pendirian PT. BPR Tataarta Swadaya dilakukan oleh Yayasan Bina Swadaya Jakarta, dengan maksud untuk mengoptimalkan pengembangan sosial ekonomi pedesaan di Lampung dengan pendekatan penumbuhan dan pendampingan Kelompok Swadaya Masyarakat. Kegiatan penumbuhan dan pendampingan kelompok tersebut telah dirintis oleh Yayasan Bina Swadaya di Lampung sejak tahun 1987 dengan pola pengelolaan proyek-proyek pengembangan kelompok usaha produktif yang dibiayai oleh Lembaga dana, baik dari dalam maupun Luar Negeri.⁵⁸

Dengan semakin berkembangnya usaha produktif kelompok-kelompok dampingan yang pernah dibina sementara jangka waktu proyek yang sudah habis dan semakin minimnya Lembaga dana yang sanggup membiayai usaha produktif kelompok, maka guna mempertahankan Visi dan Misi Yayasan Bina Swadaya dalam memberikan pelayanan permodalan kepada “Wong Cilik” melalui Divisi Bina Dana Yayasan Bina Swadaya pada waktu itu timbulah gagasan untuk mendirikan sebuah Lembaga Keuangan Mikro yang Formal dalam bentuk Bank Perkreditan Rakyat dengan memanfaatkan kemudahan Deregulasi Perbankan dari Pemerintah melalui “PAKTO 88”. Dengan ide tersebut maka terbentuklah sebuah

⁵⁸ [http:// www.tataartaswadaya.co.id/](http://www.tataartaswadaya.co.id/) di unduh pada 11 Mei 2017

Lembaga Keuangan Mikro secara Formal yaitu PT. BPR Tataarta Swadaya yang didirikan dengan Akte Notaris nomor : 79 tahun 1992.⁵⁹

2. Visi Dan Misi PT BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah

a. Visi

Menjadi BPR yang profesional, tangguh dan terpercaya dengan selalu mengutamakan kepuasan nasabah mewujudkan Bank Perkreditan Rakyat yang kompetitif dengan ranting sehat serta efisien, mendukung sektor usaha kecil dan mikro guna mencapai perekonomian yang berbasis kerakyatan.⁶⁰

b. Misi

Menjalankan aktifitas BPR yang unggul dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi rakyat kecil menuju terwujudnya Bank Perkreditan Rakyat yang tumbuh dan berkembang, berorientasi profit, memberikan kontribusi yang optimal kepada pemegang saham dan segenap karyawan kerja.⁶¹

⁵⁹ <http://www.tataartaswadaya.co.id/> di unduh pada 11 Mei 2017

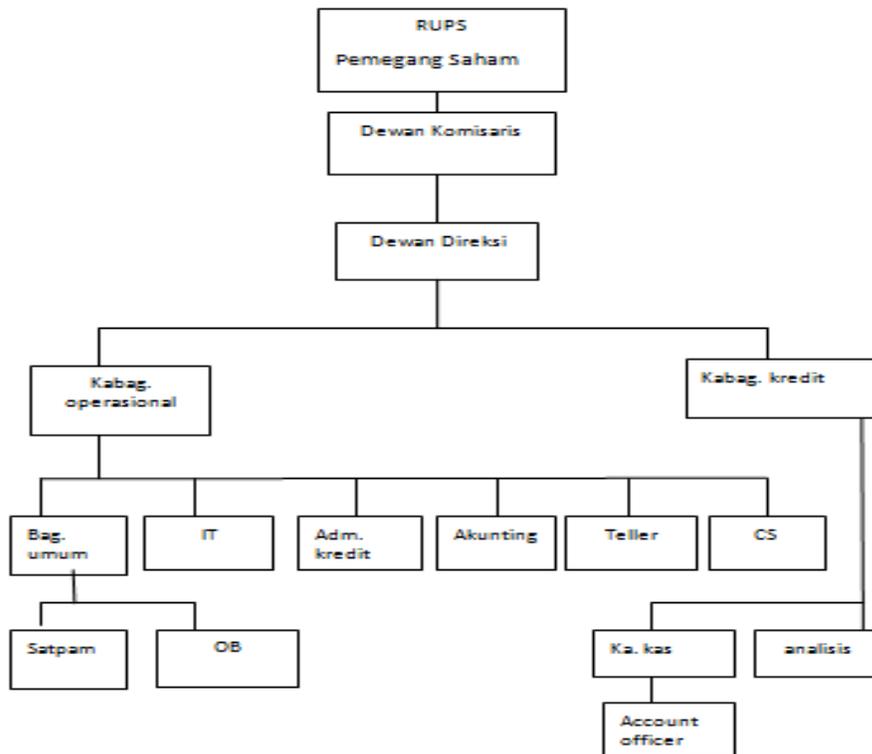
⁶⁰ Wawancara dengan Ibu Halimatu Sakdiyah sebagai Manajer BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah, pada tanggal 13 Mei 2017

⁶¹ Wawancara dengan Ibu Halimatu Sakdiyah sebagai Manajer BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah, pada tanggal 13 Mei 2017

3. Struktur Organisasi PT BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah

Gambar 3.1

Susunan Organisasi Pada PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah



Berikut adalah tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian (*Job Description*) PT BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah:

a. RUPS

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) adalah organ perseroan yang mempunyai wewenang yang tidak diberikan kepada Direksi atau Dewan Komisaris, yaitu hak untuk memberhentikan

Direksi dan Komisaris, membubarkan Perseroan, merubah anggaran dasar. Kewenangan RUPS, bentuk dan luasannya, ditentukan dalam Undang- Undang Perseroan Terbatas dan Anggaran Dasar Perseroan. Dalam bentuk kongkretnya RUPS merupakan sebuah forum, dimana para pemegang saham memiliki kewenangan utama untuk memperoleh keterangan-keterangan mengenai Perseroan, baik dari Direksi maupun Dewan Komisaris.

b. Dewan Komisaris

Dewan komisaris bertugas dalam pengawasan intern bank dan memberikan nasihat kepada Direksi. Tugas pengawasan dan pemberian nasihat itu dilaksanakan oleh Dewan Komisaris berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan. Pengawasan oleh Dewan Komisaris meliputi baik pengawasan atas kebijakan Direksi dalam melakukan pengurusan Perseroan maupun usaha Perseroan. Pengawasan dan nasihat yang dilakukan Dewan Komisaris harus bertujuan untuk kepentingan Perseroan dan sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan.

c. Dewan Direksi

Dewan Direksi merupakan manajemen puncak yang bertanggung jawab dalam pengelolaan perusahaan secara menyeluruh sebagaimana yang diamanatkan oleh Dewan Komisaris berdasarkan RUPS dan melakukan fungsi operasional manajemen. Direksi

bertanggung jawab langsung kepada Komisaris dan RUPS.

d. Teknik Informasi

Teknik Informasi bertugas untuk membuat usulan dan saran-saran penyesuaian program dan strategi dibidang sistem dan teknologi informasi yang dipandang perlu dengan cara menyampaikan hasil evaluasi dalam rangka pencapaian tujuan jangka panjang dan merencanakan manajemen sistem informasi dengan membuat strategi, metodologi sistem informasi agar dapat diaplikasikan, serta memiliki tanggungjawab dalam perencanaan dan pengembangan strategi sistem dan teknologi informasi sesuai kebutuhan perusahaan, penyusunan laporan unit kerja, dan pencapaian kinerja di unit kerjanya.

e. Administrasi Kredit Dan Legal

Merupakan unit yang mengatur, mengawasi dan melaksanakan kegiatan administrasi dan dokumentasi pemberian kredit serta melakukan kegiatan untuk mengamankan posisi bank dalam memberikan kredit sesuai dengan hukum yang berlaku. Tugas dan tanggung jawab administrasi kredit dan legal yaitu memeriksa kelengkapan data aspek yuridis setiap dokumen permohonan kredit, melakukan taksasi (taksiran) sesuai harga pasar, melakukan pengikatan atau akad kredit dengan calon nasabah, dan melakukan tugas-tugas yang diberikan kepala bagian direksi.

f. *Legal Officer*

Tugas dan tanggung jawab *legal officer* yaitu memeriksa dan mengurus kelengkapan dokumen-dokumen yang terkait dengan kredit yang akan dan telah diberikan, seperti dokumen agunan data lainnya, melakukan survei ke lapangan untuk melakukan pengecekan agunan calon nasabah, menilai secara hukum agunan kredit yang diajukan calon nasabah

g. *Accounting*

Accounting merupakan unit yang melaksanakan pencatatan transaksi, melakukan proses jurnal pengadministrasian dan penyimpanan laporan keuangan setiap kegiatan operasional perusahaan yang menjadi tanggung jawab unit akuntansi.

h. *Account officer*

Account officer memiliki tanggung jawab atas pelaksanaan pemberian kredit sejak pencairan nasabah potensial. Soliditas nasabah, proses permohonan, analisa sampai dengan pembinaan dan pengawasan serta pelunasannya, AO bertanggung jawab langsung kepada divisi *marketing*.

i. *Teller*

Teller memiliki tanggung jawab atas pelaksanaan penerimaan setoran dan pembiayaan tunai atau pemindah bukuan nasabah dan bertanggung jawab atas penyimpanan kas administrasi.

j. *Customer Service*

Customer Service memiliki tanggung jawab atas nasabah dan kepentingan pembukuan tabungan, deposito serta memberikan informasi berkaitan dengan produk yang dimiliki oleh perusahaan dengan mengutamakan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

k. *Office Boy*

Office Boy memiliki tugas membersihkan seluruh area *utility*, membersihkan furniture, lantai, karpet, kaca-kaca, pintu dan bingkainya, memelihara setiap perlengkapan atau peralatan yang digunakannya untuk bekerja, membuang sampah-sampah yang ada, melaporkan segala kerusakan, kehilangan, kejadian yang tidak semestinya kepada atasannya, menerima atau melaksanakan perintah atasan lainnya.⁶²

B. Produk-Produk Penghimpun Dana PT BPR Tataarta Swadaya Kota

Gajah

1. Tabungan BPR-SAVE

Tabungan BPR-SAVE merupakan sebuah produk tabungan yang dikeluarkan oleh Bank Tataarta sebagai salah satu produk andalan untuk menghimpun dana masyarakat. Tabungan BPR-SAVE ini adalah produk yang memiliki berbagai kelebihan, seperti persyaratan yang mudah,

⁶² Wawancara dengan Ibu Halimatu Sakdiyah sebagai Manajer Operasional BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah, pada tanggal 14 Mei 2017

keamanan tabungan terjamin, karena diikut sertakan dalam Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), selain itu suku bunganya bersaing dan berhadiah, dengan bunga sebesar 2% pertahun. Setiap kelipatan Rp. 25.000,- dalam satu periode (1 tahun) setiap bulannya akan diberikan 1 nomor undian. Adapun Syarat untuk membuka rekening Tabungan BPR-SAVE adalah :

- a. Menyetorkan Kartu Identitas (KTP, SIM, Dll) yang masih berlaku.
- b. Setoran awal Minimal Rp. 25.000,-⁶³

2. Tabungan Arisan Berhadiah

Tabungan Arisan Berhadiah merupakan sebuah produk tabungan yang dikeluarkan oleh Bank Tataarta sebagai salah satu produk tabungan untuk menghimpun dana masyarakat yang sifatnya memiliki jangka waktu yang relatif lama dan mengendap. Adapun Syarat untuk membuka rekening Tabungan Arisan Berhadiah adalah :

- a. Menyetorkan Kartu Identitas (KTP, SIM, Dll) yang masih berlaku.
- b. Setoran awal Rp. 50.000,-
- c. Bersedia melakukan penyetoran sebesar Rp. 50.000,- selama 36 Bulan.⁶⁴

Dalam Sistem kerja Tabungan Arisan Berhadiah, BPR Tataarta Swadaya memliki beberapa ketentuan yang harus dipenuhi oleh nasabah, diantaranya adalah:

⁶³ [http:// www.tataartaswadaya.co.id/](http://www.tataartaswadaya.co.id/) di unduh pada tanggal 11 Mei 2017

⁶⁴ [http:// www.tataartaswadaya.co.id/](http://www.tataartaswadaya.co.id/) di unduh pada tanggal 11 Mei 2017

- a. Jumlah peserta dalam 1 group adalah 200 orang.
- b. Jangka waktu arisan 36 bulan (tiga tahun).
- c. Jumlah setoran Rp. 50.000,- per bulan.
- d. Satu orang peserta dapat mengikuti lebih dari satu nomor rekening.
- e. Dalam setiap bulan diundi 1 orang pemenang dengan hadiah ssebesar Rp. 500.000,-
- f. Peserta yang menunggak tidak diikut sertakan dalam undian.
- g. Peserta tidak diperbolehkan mendapat hadiah yang sejenis.
- h. Pada bulan ke-37 peserta akan menerima kembali tabungan sebesar jumlah yang telah disetor.
- i. Bagi peserta yang belum pernah mendapatkan hadiah undian akan diberikan bonus sebesar Rp. 100.000,-
- j. Setiap 6 bulan diadakan undian besar dengan hadiah masing-masing:
 - 1) 1 (satu) orang pemenang dengan hadiah @ Rp. 2.000.000,-
 - 2) 4 (empat) orang pemenang dengan hadiah @ Rp. 1.000.000,-
 - 3) 15 (lima belas) orang pemenang dengan hadiah @ Rp. 200.000,-⁶⁵

3. Tabungan TASCANA

⁶⁵ <http://www.tataartaswadaya.co.id/> di unduh pada tanggal 11 Mei 2017

Tabungan TASCANA merupakan sebuah produk tabungan yang dikeluarkan oleh Bank Tataarta sebagai salah satu produk untuk menghimpun dana masyarakat, yang dapat digunakan sebagai sarana penyimpanan secara dini untuk pendidikan dan masa depan putra dan putri nasabah penabung dengan bunga sebesar 8% pebulan. Adapun beberapa prosedur yang berlaku untuk dapat bergabung menjadi nasabah TASCANA, yaitu :

- a. Nasabah harus siap melakukan penyetoran setiap bulan sesuai dengan tabel.
- b. Peserta “TASCANA” karena alasan yang sangat mendesak dapat menutup rekening, dan Tabungan dikembalikan sejumlah uang yang telah disetor (tanpa bunga).
- c. Apabila setoran tidak sesuai dengan jadwal, maka akan dilakukan koreksi bunga pada saat jatuh tempo.⁶⁶

4. Deposito Berjangka.

Deposito Berjangka merupakan sebuah produk tabungan yang dikeluarkan oleh Bank Tataarta sebagai salah satu produk andalan untuk menghimpun dana masyarakat. Berikut besaran bunga menurut jangka waktunya:

- a. Deposito Berjangka dalam jangka waktu 1 bulan dikenai bunga sebesar 4,5%.

⁶⁶ <http://www.tataartaswadaya.co.id/> di unduh pada tanggal 11 Mei 2017

- b. Deposito Berjangka dalam jangka waktu 3 bulan dikenai bunga sebesar 6%.
- c. Deposito Berjangka dalam jangka waktu 6 bulan dikenai bunga sebesar 7%.
- d. Deposito Berjangka dalam jangka waktu 12 bulan dikenai bunga sebesar 8%.

C. Strategi Kualitas Pelayanan BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah Dalam Usaha Menghimpun Dana Tabungan BPR-SAVE

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena berdampak pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Bagaimana tidak, jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap.

Salah satu cara perusahaan bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah yang sebanyak-banyaknya. Peningkatan jumlah nasabah merupakan aspek yang paling penting untuk dilakukan melalui pemberian pelayanan yang optimal karena dengan pelayanan yang optimal memberikan dampak yang positive bagi jumlah nasabah yang didapatkan. Perusahaan akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah banyak apabila perusahaan itu dinilai dapat memberikan kepuasan bagi nasabah tersebut. Selain

itu perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa serta kualitas pelayanan. Sejatinnya nasabah yang merasa benar-benar puas atas pelayanan yang diberikan akan mampu mempertahankan nasabah yang lama untuk tetap membeli produk yang ditawarkan. Dan juga nasabah yang lama dapat memberikan rekomendasi kepada orang lain serta akan mampu pula untuk menarik calon nasabah yang baru untuk mencobanya.

Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, dan keramahtamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen. PT BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah merupakan salah satu lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa, oleh karena itu dalam memberikan jasa bank juga perlu menerapkan dan mempunyai standar pelayanan yang baik pada karyawan bank yaitu dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah, dalam hal ini khususnya nasabah tabungan BPR-SAVE.

Strategi pelayanan yang mendasar yang dilakukan oleh *customer service* pada PT BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah dalam usaha menghimpun dana tabungan BPR-SAVE antara lain:

1. Bersikap ramah

Setiap Karyawan *customer service* BPR Tataarta Swadya Kota Gajah harus melayani nasabahnya dengan sikap yang ramah agar nasabah

tersebut merasakan kenyamanan ketika melakukan aktifitas yang berhubungan dengan perbankan seperti pembukaan rekening baru, konsultasi tentang produk, keluhan dan lain-lain. Dan mengawali komunikasi dengan memberikan salam yang hangat kepada nasabah.

2. Komunikatif

Customer service harus memiliki keahlian dalam bidang komunikasi, keahlian tersebut merupakan salah satu keahlian yang harus diperhatikan karena karyawan pada bidang *customer service* berhadapan langsung dengan nasabah yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Selain itu, penting juga diperhatikan gaya komunikasi yang jelas dan terarah agar tidak timbul kesalahpahaman.

3. *Name tag* yang selalu diperhatikan

Pada bagian ini merupakan hal kecil namun berdampak cukup besar bagi pelayanan yang diberikan. Tujuan seorang *customer service* memperlihatkan kartu identitas berupa *name tag* agar nasabah mengenali karyawan tersebut. Jika suatu saat pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang positif, maka nasabah bisa melaporkan karyawan *customer service* tersebut untuk mengevaluasi kinerjanya cukup dengan menyebutkan nama dari karyawan itu sendiri.⁶⁷

⁶⁷ Wawancara dengan Ibu Yuli Sugiarti sebagai Customer Service BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah pada tanggal 15 Mei 2017

Selain mewawancarai karyawan pada bagian staff *customer service*, peneliti juga mewawancarai beberapa nasabah yang menjadi nasabah aktif di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah. Adapun jumlah nasabah yang dilibatkan untuk memberikan jawaban atas pertanyaan sebanyak 3 orang. Hasil wawancara dengan dengan nasabah BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah sebagai berikut;

1. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh customer service BPR Tataarta Swadaya?

“Selama saya menjadi nasabah di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah ini saya merasa masih cukup puas dengan pelayananyang diberikan, terutama bagian customer service setiap saya bertanya saya mengerti dengan jawaban yang dijelaskan. Jadi saya merasakan kenyamanan menabung di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah”.⁶⁸

Dari pemaparan yang disampaikan oleh Ibu Nisa bahwa selama menjadi nasabah di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah ini saya merasa masih cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *customer service*. Petugas melayani dengan penuh kesabaran dan ketelatenan. Jika Ibu Nisa bertanya didengarkan baik-baik dan dijawab dengan baik-baik pula. Keterangan ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan *service excellent*.

⁶⁸ Wawancara dengan Ibu Nisa (Nasabah) BPR Tataarta Swdaya Kota Gajah pada tanggal 15 Mei 2017

2. Apakah customer service sudah memberikan pelayanan yang maksimal?

“Sudah, menurut saya customer service di BPR Tataarta Swadaya kota gajah ini sudah memberikan pelayanan yang maksimal untuk nasabahnya. Terutama saya membuka tabungan BPR-SAVE untuk kelangsungan jangka panjang keluarga saya. Selain persyaratan yang sangat mudah, pada tabungan ini diberikan nomor undian pada setiap satu bulan sekali. Namun kurang cepat proses yang dilakukan untuk pembukaan tabungan baru.”⁶⁹

Dari pemaparan ibu aliyah dapat ditarik kesimpulan bahwa customer service di BPR Tataarta Swadaya kota gajah memberikan pelayanan secara transparansi namun kurang cepat menangani pembukaan tabungan.

3. Bagaimana penyampaian informasi yang dilakukan oleh bagian customer service?

“Penyampaian informasi yang saya rasakan sangatlah baik. Tutur katanya yang sopan, dan mudah dipahami, serta penyampaian informasinya yang jelas”⁷⁰

⁶⁹ Wawancara dengan Ibu Aliyah (Nasabah) Di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah Pada 16 Mei 2017

⁷⁰ Wawancara dengan Bapak Ahmad (Nasabah) Di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah Pada 16 Mei 2017

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa bapak ahmad merasa informasi yang diberikan sudah baik dengan bahasa yang digunakan sopan dan mudah dipahami.

Ketiga hasil wawancara yang peneliti dapatkan bisa ditarik kesimpulan bahwa nasabah di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah sudah merasakan kenyamanan dengan pelayanan yang diberikan.

Sedangkan Kualitas Pelayanan PT BPR Tataarta Swadya Kota Gajah dapat dilihat melalui 5 dimensi diantaranya sebagai berikut:

1. Bentuk fisik (*tangibles*)

Bentuk fisik dapat diartikan kemampuan perusahaan (bank) dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan (bank) dan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (Bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior, gedung), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

Di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah memiliki bentuk bangunan yang sederhana, tata ruang yang rapih serta sarana operasional yang digunakan masih terbatas belum adanya fasilitas ATM dan ruangan belum ber Ac, dan penampilan pegawainya sudah cukup rapi.⁷¹ Dari hasil observasi dapat dilihat bahwa dari dimensi bentuk fisik seperti

⁷¹ Hasil Observasi di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah pada tanggal 16 Mei 2017

perlengkapan operasional bank berikut fasilitas yang digunakan masih kurang.

2. Keandalan (*reability*)

Keandalan merupakan kemampuan perusahaan (bank) untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

Karyawan BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, melakukan pelayanan pada saat pertama, menyediakan layanan pada waktu yang telah dijanjikan, dan kesiapan untuk menanggapi permintaan nasabah.⁷² Dari hasil observasi maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan dari *customer service* sudah cukup memuaskan dengan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan.

3. Ketanggapan (*responsiveness*)

Ketanggapan merupakan kemampuan bank untuk menolong pelanggan/ nasabah dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik. Di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah, petugas *frontliner* bersikap tanggap atas keinginan nasabah dengan kemauan membantu melayani

⁷² Hasil Observasi di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah pada tanggal 16 Mei 2017

dengan segera mungkin.⁷³ Dari hasil observasi dapat dilihat bahwa *customer service* sudah menjalankan tugasnya dengan baik dengan bersikap tanggap atas keinginan nasabah.

4. Jaminan (*assurance*)

Jaminan merupakan kemampuan pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah pada bank. Yang terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun. Karyawan BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah memiliki pengetahuan terhadap produk secara tepat, bersikap ramah, dan sopan dalam memberikan informasi serta mampu menanamkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan.⁷⁴ Dari hasil observasi dapat dipahami bahwa *customer service* memiliki sikap yang ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah.

5. Empati (*empathy*)

Empati merupakan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah. Dimana suatu bank diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi nasabah. Karyawan BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah selalu

⁷³ Hasil Observasi di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah pada tanggal 16 Mei 2017

⁷⁴ Hasil Observasi di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah pada tanggal 16 Mei 2017

memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah.⁷⁵ Dari hasil observasi dapat dilihat bahwa *customer service* sudah memberikan pelayanan dengan baik dengan memberikan perhatian dengan memahami keinginan nasabahnya.

Dari kelima dimensi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah sudah cukup baik, namun dilihat dari dimensi bentuk fisik/ Tangible masih kurang.

Adapun strategi meningkatkan *funding* tabungan BPR-SAVE PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah adalah:

1. Strategi sosialisasi

Strategi sosialisasi dapat diartikan dengan proses atau cara dalam melakukan pendekatan kepada masyarakat yang bersifat kekeluargaan. Tujuan dari strategi sosialisasi adalah agar mempermudah dalam berkomunikasi dengan masyarakat sebagai target dalam menarik konsumen. Strategi ini yang paling sering digunakan oleh pihak BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah karena strategi tersebut lebih mudah dibanding dengan strategi promosi, karena dengan strategi sosialisasi

⁷⁵ Hasil Observasi di BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah pada tanggal 16 Mei 2017

pihak BPR Tataarta Swadaya dapat berhadapan langsung dengan konsumen/calon nasabah.⁷⁶

Strategi sosialisasi yang digunakan oleh BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah yaitu:

- a. Mengadakan kunjungan silaturahmi dan sosialisasi kelembaga- lembaga pendidikan.
- b. Karyawan dengan maksimal mendatangi rumah-rumah, toko-toko dan pasar-pasar yang terutama yang berada didaerah kota gajah.⁷⁷

Hal tersebut diatas juga dijelaskan oleh pihak *marketing* bahwa dalam menggunakan strategi sosialisasi adalah strategi paling efektif untuk menarik konsumen. Akan tetapi untuk menetapkan strategi sosialisasi ini pihak BPR mengharuskan pihak *marketing* untuk siap mental menghadapi konsumen, dan diharuskan sanggup menguasai semua produk-produk yang akan dikenalkan kepada konsumen.⁷⁸

Dari hasil pemaparan diatas dapat dilihat strategi yang digunakan oleh BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah dalam meningkatkan *funding* menggunakan strategi sosialisasi seperti berkunjung untuk silaturahmi dan sosialisasi kelembaga-lembaga pendidikan dan

⁷⁶Wawancara dengan Bapak Frendi sebagai Account Officer BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah pada tanggal 16 Mei 2017

⁷⁷Wawancara dengan Bapak Frendi sebagai Account Officer BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah pada tanggal 16 Mei 2017

⁷⁸Wawancara dengan Bapak Frendi sebagai Account Officer BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah pada tanggal 16 Mei 2017

karyawan dengan maksimal mendatangi rumah-rumah, toko-toko dan pasar-pasar yang terutama yang berada didaerah kota gajah. Hal ini bertujuan untuk mempermudah dalam berkomunikasi dengan masyarakat sebagai target dalam menarik konsumen.

4. Strategi Promosi

Strategi promosi dapat diartikan dengan cara atau proses dalam memasarkan sebuah produk dengan menggunakan beberapa media cetak atau dengan media teknologi dengan cara menjelaskan secara umum gambaran dari produk yang dimiliki, sedangkan tujuan dari strategi promosi adalah mengenalkan produk-produk yang ada kepada konsumen melalui media cetak dan teknologi.

Walaupun strategi sosialisasi dirasa sangat efektif akan tetapi pihak BPR tetap menggunakan strategi promosi juga karena promosi akan membantu strategi sosialisasi sebab strategi promosi hanya menjelaskan secara umum apa saja produk yang dimiliki BPR kepada konsumen khususnya pada produk tabungan BPR-SAVE. Beberapa strategi promosi yang dimiliki BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan BPR-SAVE yaitu:

a. Media cetak

Media cetak yang dimaksud adalah media brosur yang didalamnya terdapat ulasan singkat mengenai sejarah dan

keterangan tentang produk-produk yang dimiliki BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah.

b. Media elektronik

BPR Tataarta Swadaya memiliki website tersendiri yang didalamnya terdapat keterangan tentang sejarah sampai produk BPR.⁷⁹

Selain strategi sosialisasi, strategi yang dilakukan BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah dalam meningkatkan *funding* menggunakan strategi promosi diantaranya melalui periklanan berupa media cetak seperti pembagian brosur-brosur kepada masyarakat. Tujuannya yaitu guna memperkenalkan BPR ke masyarakat secara luas dan promosi melalui media elektronik seperti website dengan begitu masyarakat secara luas dapat melihatnya melalui internet.

⁷⁹ Wawancara dengan Bapak Frendi sebagai Account Officer BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah pada tanggal 16 Mei 2017

Adapun jumlah nasabah tabungan BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah dari tahun 2014-2016 dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 2.1

Jumlah Nasabah Tabungan BPR-SAVE

BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah per 2014-2016

No	Tahun	Jumlah nasabah
1	2014	210
2	2015	268
3	2016	312

Dari data diatas dapat dilihat bahwa perkembangan produk Tabungan BPR-Save dari tahun 2014 sampai tahun 2016 mengalami peningkatan. Dalam setiap tahunnya jumlah nasabah tabungan BPR SAVE mengalami peningkatan yang cukup signifikan.⁸⁰ Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang diterapkan BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah secara keseluruhan sudah berjalan dengan baik, adanya peningkatan jumlah nasabah menjadi tanda bahwa pihak bank telah berhasil dalam menerapkan strategi yang digunakan. Hanya saja perlu diperhatikan lagi dalam segi kualitas pelayanannya agar BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah semakin berkembang dan mampu bersaing dengan bank-bank lainnya.

⁸⁰ Wawancara dengan Ibu Yuli Sugiarti sebagai Customer Service BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah pada tanggal 16 Mei 2017

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan pada hasil penelitian di PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah, maka dapat peneliti simpulkan bahwa Strategi pelayanan yang mendasar yang dilakukan oleh *customer service* yaitu harus bersikap ramah, komunikatif, dan *name tag* yang selalu diperlihatkan. Sedangkan kualitas pelayanan pada bank dapat dilihat melalui bentuk fisik (*tangible*) berupa failitas bank yang masih kurang, kehandalan (*reability*), ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*empathy*). Adapun strategi meningkatkan *funding* tabungan BPR-SAVE yaitu strategi promosi dan strategi sosialisasi.

Secara keseluruhan strategi pelayanan yang diterapkan oleh PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah sudah baik, adanya peningkatan jumlah nasabah menjadi tanda bahwa pihak bank telah berhasil dalam menerapkan strategi yang digunakan. Hanya saja perlu diperhatikan lagi dalam segi kualitas pelayanannya agar BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah semakin berkembang dan mampu bersaing dengan bank-bank lainnya.

B. Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, penulis dapat mengemukakan saran bahwa pihak bank harus meningkatkan kualitas pelayanan dalam segi penyediaan sarana dan prasarana serta perlengkapan operasional bank agar dalam kegiatannya dapat berjalan lancar dan maksimal. Selain itu, bank juga tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan saja akan tetapi dapat meningkatkan kualitas produk tabungan yang ditawarkan kepada nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ismail, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- Adiwarman A Karim., *Bank Islam analisis fiqih dan keuangan*, Jakarta: PT Rajagrafindo persada, 2009
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari teori ke praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001
- Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Ed. Revisi, Cet.30, Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2012
- Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- Denis Walker, *Mendahulukan Kepuasan Pelanggan: Strategi Untuk Memberikan Pelayanan Terbaik*, Penerjemah: Anton Adiwitoyo, Tangerang: Binarupa Askara, 2011
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014
- M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2012
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dan Operasi*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1993)
- Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001)
- Http:// www.tataartaswadaya.co.id/ di unduh pada 13 Mei 2017
- Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI_PRESS, 1986
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R dan D*. Bandung: Alfabeta, 2011
- W. Gulo. *Metode penelitian*, Jakarta: Grasindo, 2005
- Sugiyono, *Metode Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009
- Hadi Sutrisno, *Metodologi Research Jilid 1*, Yogyakarta: Andi Officer, 1994

- Winardi, *Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, Jakarta: Kencana, 2004
- Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi Dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonisia Yogyakarta, 2012
- .N Mubun, *Kamus Manajemen* Jakarta: pustaka sinar harian, 2003
- Fahmi Irham, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya: Teori Dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*: Jakarta:Ghalia Indonesia, 2010
- Retno, Dikutip Dari Tesis: *Analisis Tingkat Layanan Pelanggan Pada Bank BRI Dan Bank BPD Jateng Cabang Karanganyar*, Surakarta; Progra Pascasarjana Univ. Muhamadiyah Surakarta, 2005
- Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta:Rajawali, 20014
- Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Jakarta: Ghalia Ilmu, 2008),
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta:Prenada Media Group, 2008
- Charles W. Lamb. Dan Joseph F. Hair, *Pemasaran Buku 2*, Jakarta:Salemba Empat, 2001

OUT LINE

STRATEGI KUALITAS PELAYANAN DALAM USAHA MENGHIMPUN DANA TABUNGAN BPR-SAVE DI PT. BPR TATAARTA SWADAYA KOTA GAJAH

Halaman Sampul

Halaman Judul

Halaman Persetujuan

Halaman Pengesahan

Halaman Abstrak

Halaman Orisinalitas Penelitian

Halaman Motto

Halaman Persembahan

Halaman Kata Pengantar

Daftar Isi

Daftar Tabel

Daftar Gambar

Daftar Lampiran

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah**
- B. Rumusan Masalah**
- C. Tujuan penelitian**
- D. Manfaat Penelitian**
- E. Metode Penelitian**

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi Pelayanan Bank
- B. Strategi Meningkatkan *Funding*
- C. Produk Penghimpunan Dana Pada Perbankan
- D. Bank Perkreditan Rakyat

BAB III PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah
 - 1. Sejarah Berdirinya PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah
 - 2. Visi Dan Misi PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah
 - 3. Struktur Organisasi PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah
- B. Produk-Produk Penghimpun Dana PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah
- C. Strategi Kualitas Pelayanan PT. BPR Tataarta Swadaya Kota Gajah Dalam Usaha Menghimpun Dana Tabungan BPR-SAVE

BAB IV PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Metro, 23 Juli 2017

Mengetahui
Dosen Pembimbing


Elfa Murdiana, M.Hum
NIP. 19801206 200801 2 010

Mahasiswa Ybs,


Yuliana
NPM. 14123628



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1055/In.28/S/OT.01/10/2017**

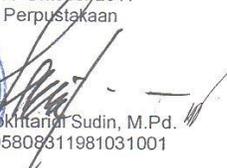
Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : YULIANA
NPM : 14123628
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / D3 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2017 / 2018 dengan nomor anggota 14123628.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 16 Oktober 2017
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokintaril Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-483/In.28/FEBl/PP.00.9/07/2017
Lampiran :-
Perihal : Pembimbing Tugas Akhir

03 Mei 2017

Kepada Yth:
Elfa Murdiana, M.Hum
di - Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Tugas Akhir, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Tugas Akhir mahasiswa :

Nama : Yuliana
NPM : 14123628
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)
Judul : Strategi Kualitas Pelayanan Dalam Usaha Menghimpun Dana Tabungan

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan sampai selesai Tugas Akhir:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Tugas Akhir maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Tugas Akhir antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan \pm 2/6 bagian.
 - b. Isi \pm 3/6 bagian.
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Elfa Murdiana, M.Hum
197209232000032002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Yuliana
NPM : 14123628

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS
Semester/TA : VII/2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	13 Sept 2017	✓	Atas BAB III Lanjutan BAB II dan Abstrak	
	20/2017 Sept	✓	Atas BAB II & Abstrak	
	17/2017 Okt	✓	Atas U/ di Masyarakat tentang Anggane & Pangusi	

Dosen Pembimbing I

Elfa Murdiana, M.Hum.
NIP. 19801206 200801 2 010

Mahasiswa Ybs,

Yuliana
NPM. 14123628



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Yuliana
NPM : 14123628

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS
Semester/TA : VII/2017/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
✓	23/10/18 Agst	✓	Pembahasan And komponen dgn tem	

Dosen Pembimbing I

Elfa Mardiana, M.Hum.
NIP. 19801206 200801 2 010

Mahasiswa Ybs,

Yuliana
NPM. 14123628



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Yuliana
NPM : 14123628

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS
Semester/TA : VII/2017/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	19/ MHS	✓	Ata BAB III lanjut pd BAB IV	
	22/ MHS 2017	✓	Kerapa teori yang hrs Masukkan dlm pembal instru dan Inkrne ↓ Korelasikan dng kerangka Teori yang sdh ada tulis dlm BAB II Kombinasikan juga dlt primer Ando dng dlt sekunder	

Dosen Pembimbing I

Elfa Mardiana, M.Hum.
NIP. 19801206 200801 2 010

Mahasiswa Ybs,

Yuliana
NPM. 14123628



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syahiah.metrouniv.ac.id; e-mail: syahiah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Yuliana
NPM : 14123628

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS
Semester/TA : VII/2017/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	14/08/2019		Atas BAB II Lanjutan APD dan Lungung BAB III	

Dosen Pembimbing I

Elfa Murdiana, M.Hum.
NIP. 19801206 200801 2 010

Mahasiswa Ybs,

Yuliana
NPM. 14123628



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syahiah.metrouniv.ac.id; e-mail: syahiah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Yuliana
NPM : 14123628

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS
Semester/TA : VI/2016/2017

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	6 April 2017	✓	Ada BAB I lainnya pd BAB I	
	8 April 2017	✓	Coba Susunlah Lagi Substansi BAB II dng BuRue. ↓ Terkait dng Produk Pengumpulan Dana pd perbankan. ↓ Urutkan secara komprehensif Baru kaitan dng produk pd PR Konvensional	

Dosen Pembimbing

Elfa Mardiana, M.Hum
NIP. 19801206 200801 2 010

Mahasiswa Ybs,

Yuliana
NPM. 14123628



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Yuliana
NPM : 14123628

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS
Semester/TA : VI/2016/2017

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	27 Juli 2017	2	<p>UBM jangan di bolak balik dari khusus ke umum lalu ke khusus lagi</p> <p>↓</p> <p>Rangkailah Agar UBM Anda sistematis</p> <p>- Amali dengan hal-hal umum biasanya bersifat teoritis</p> <p>- Amali penelitian di UBM dari pemahan tny BANK dan Perkembangannya</p> <p>↓</p> <p>Kaitandng Kualitas Pelayanan BANK km dng Kualitas layanan Bank akan berpengaruh pd jumlah Nasabah</p>	

Dosen Pembimbing

Elfa Murdiana, M.Hum
NIP. 19801206 200801 2 010

Ceritakan tny Tabungan, Allokasi Perchi
Mahasiswa Ybs,

Yuliana
NPM. 14123628



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syahiah.metrouniv.ac.id; e-mail: syahiah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Yuliana
NPM : 14123628

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS
Semester/TA : VI/2016/2017

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	19/2017 27	✓	Dimana lokasi Magang? ↳ Knp gurun Metode field Research ↳ Perbaikan Outline sesuai dgn format jurnal Ind	
	25/2017 2017	✓	Ass Outline lanjutan pd BAB I	

Dosen Pembimbing

Elfa Mardiana, M.Hum
NIP. 19801206 200801 2 010

Mahasiswa Ybs,

Yuliana
NPM. 14123628

BUKTI OBSERVASI LANGSUNG



NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Dimunaqosyah

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 skripsi saudara:

Nama : Yuliana
NPM : 14123628
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah
Judul : STRATEGI KUALITAS PELAYANAN DALAM USAHA
MENGHIMPUN DANA TABUNGAN BPR-SAVE DI PT.
BPR TATAARTA SWADAYA KOTA GAJAH

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

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Metro, 10 Desember 2017

Pembimbing



Elfa Murdiana M. Hum

NIP. 19801206 200801 2 010

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama penulis Yuliana dilahirkan di Desa banjar kertahayu, pada tanggal 06 juli 1995, merupakan anak ke enam dari lima bersaudara. Dilahirkan dari pasangan pernikahan (Alm.) Ayahanda Waltom dan Ibunda Misrah. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SDN 3 Banjar Kertahayu dan berijazah tahun 2008.

Penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang SMP/MTs dan menyelesaikan pendidikannya di SMP Bina Bhakti, berijazah pada tahun 2011, selama menempuh pendidikan di SMP Bina Bhakti, penulis mendapat prestasi di bidang akademik.

Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang SMA/MA dan menyelesaikan pendidikan di SMAN 1 Way Pengubuan, berijazah pada tahun 2013, selama menempuh pendidikan di SMAN 1 Way pengubuan, penulis aktif dalam mengikuti kegiatan Ekstrakurikuler, seperti Pramuka dan menjadi bendahara, serta mengikuti ROHIS (Rohani Islam).

Pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan dan terdaftar sebagai Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Fakultas ekonomi dan bisnis islam, Jurusan Perbankan syariah dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2017.