

SKRIPSI

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN
KARYAWAN BRI-LINK
(Studi Pada BRI-Link Pasar Tanggul Angin)**

**Oleh:
SHOKHIB BUL UMAM
NPM. 1502100215**



**Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H / 2022 M**

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN KARYAWAN
BRI-LINK
(Studi Pada BRI-Link Pasar Tanggul Angin)**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh:
SHOKHIB BUL UMAM
NPM. 1502100215

Dosen Pembimbing:
Dliyaul Haq, M.E.I.

Jurusan Perbankan Syari'ah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H / 2022 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Shokhib Bul Umam**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _____
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **SHOKHIB BUL UMAM**
NPM : 1502100215
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN
KARYAWAN BRI-LINK (Studi Pada BRI-Link Pasar Tanggul
Angin)**

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.
Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, Mei 2022
Pembimbing,



Dliyaul Haq, M.E.I
NIP. 19812101 201503 1 002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN
KARYAWAN BRI-LINK (Studi Pada BRI-Link Pasar Tanggul
Angin)**

Nama : **SHOKHIB BUL UMAM**

NPM : 1502100215

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Mei 2022
Pembimbing,



Diyaul Haq, M.E.I
NIP. 19812101 201503 1 002



PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-2642 / In-20-3 / D / PP-009 / 07 / 2022

Skripsi dengan Judul: PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN KARYAWAN BRI-LINK (Studi Pada BRI-Link Pasar Tanggul Angin), disusun Oleh: SHOKHIB BUL UMAM, NPM: 1502100215, Jurusan: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Selasa/17 Mei 2022.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Dliyaul Haq, M.E.I

(.....)

Penguji I : Dr. Dri Santoso, M.H.

(.....)

Penguji II : Nizaruddin, S.Ag., M.H.

(.....)

Sekretaris : Ananto Triwibowo, M.E

(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil, M.Hum

NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN KARYAWAN BRI-LINK (Studi Pada BRI-Link Pasar Tanggul Angin)

Oleh
SHOKHIB BUL UMAM
NPM. 1502100215

Masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah pelayanan BRI-Link Pasar Tanggul Angin kurang baik, diantaranya bersikap cuek dan kurang sopan, tidak saling antri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap pelayanan karyawan BRI-Link di Pasar Tanggul Angin dengan titik kajian pada faktor-faktor pembentukan persepsi masyarakat Pasar Tanggul Angin, kualitas pelayanan berdasarkan syari'ah islam, dan prinsip pelayanan bisnis menurut syariah islam.

Penelitian ini menggunakan metode *Field Research* dengan menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk mengakat fakta-fakta, fenomena yang terdapat dilapangan. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, teknik kuesioner, teknik wawancara, dan teknik dokumentasi. Informan berjumlah 15 yang terdiri dari 3 pemilik BRI-Link, 6 Karyawan/Karyawati, dan 6 Nasabah/Pelanggan. Sedangkan analisa data dilakukan dengan menggunakan Metode berfikir *induktif*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi masyarakat terhadap BRI-Link Pasar Tanggul Angin ditinjau dari beberapa titik kajian yakni: *Pertama*, Faktor-faktor pembentukan persepsi yakni Pengalaman, Pengetahuan, Penalaran dan Kepercayaan. Hasil menunjukkan bahwa BRI-Link bernilai seimbang antara positif dan negative. *Kedua*, persepsi masyarakat terhadap BRI-Link berdasarkan Kualitas Pelayanan Menurut Syari'ah Islam. Hasil menunjukkan bahwa BRI-Link Tanggul Angin berkualitas kurang baik. Dua dimensi yakni Jaminan (*Assurance*) dan Bukti Fisik (*Tangibles*) dipersepsikan positif (baik) sedangkan tiga dimensi lainnya yakni Dimensi Reabilitas (*Reability*), Daya Tanggap (*Responseveness*), dan Empati (*Empathy*) dipersepsikan negatif (kurang baik). *Ketiga*, Persepsi masyarakat didasarkan pada Prinsip Pelayanan Bisnis Menurut Syari'ah Islam. Hasil menunjukkan bahwa empat prinsip dipersepsikan negatif yakni Prinsip Tolong Menolong (*Ta'awun*), Kesamaan (*Musawah*), Lemah Lembut (*Al-Layin*), dan Kekeluargaan (*Ukhuwah*), satu prinsip dipersepsikan positif yakni Prinsip Kemudahan (*At-Taysir*) dan satu prinsip lainnya dipersepsikan netral yakni Prinsip Mencintai (*Muhabbah*).

Kata Kunci: persepsi masyarakat, bri-link, dan kualitas pelayanan.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shokhib Bul Umam

NPM : 1502100215

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, 03 Mei 2022
Yang menyatakan



Shokhib Bul Umam
NPM. 1502100215

MOTTO

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَن هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Artinya: “Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya”.¹

(Q.S. Al Israa’ : 84)

¹ Q.S. Al Israa’ (17) : 84

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya dan ucapan *Alhamdulillahirobbil'alamin*, peneliti mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ibu Tri Rahayu dan Bapak Tugi Yanto yang telah mengasuh, membimbing, mendidik dan membesarkanku serta senantiasa mendo'akan demi keberhasilanku.
2. Adik ku Muhamad Nur Azis yang memberikan semangat demi keberhasilanku.
3. Saudara ku Eka Purnama Sari dan Arif Novi Arman yang telah memberi bantuan berupa pemikiran dan canda tawa dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Pembimbing skripsi Bapak Dliyaul Haq, M.E.I yang telah banyak membantu dan memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabatku Aji Mandala Nugroho, Helmi Rafido, Bagus Setiawan yang telah berjuang bersama dalam meraih kesuksesan.
6. Rekan-rekan terbaikku S1 Perbankan Syariah angkatan 2015 yang selalu memberikan semangat dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Almamaterku IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

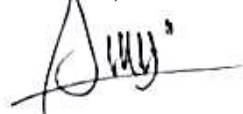
Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT., berkat rahmat dan karunia-Nya maka peneliti berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN KARYAWAN BRI-LINK (Studi Pada BRI-Link Pasar Tanggul Angin)” sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Skripsi ini peneliti susun guna disidangkan dalam sidang Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Metro. Atas persetujuan skripsi ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Dr. Mat Jalil, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
3. Muhammad Ryan Fahlevy, M.M., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Metro.
4. Dliyaul Haq, M.E.I., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Rekan-rekan Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2015 yang telah memberi motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Atas segala bantuan dan bimbingan dari semua pihak, peneliti ucapkan terimakasih semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan dan jasa-jasa mereka. Amin.

Metro, 03 Mei 2022
Peneliti,



Shokhib Bul Umam
NPM. 1502100215

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Penelitian Relevan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Persepsi	14
1. Pengertian Persepsi	14
2. Proses Terjadinya Persepsi.....	15
3. Bentuk-bentuk Persepsi.....	17
4. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi	18
5. Sebab Terjadinya Persepsi	19
B. Pelayanan	20
1. Pengertian Pelayanan.....	20
2. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan.....	22
3. Indikator Kualitas Pelayanan.....	23
4. Kualitas Pelayanan Menurut Syariah	26
5. Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan	31

C. BRI Link.....	34
1. Pengertian BRI Link	34
2. Fungsi BRI-Link	35
3. Kelebihan BRI-Link.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Sumber Data.....	37
1. Sumber Primer	38
2. Sumber Sekunder.....	39
C. Teknik Pengumpulan Data.....	39
1. Wawancara	39
2. Dokumentasi	41
D. Teknik Analisis Data.....	42
E. Teknik Keabsahan Data	43
1. Perpanjangan Keikutsertaan	43
2. Ketekunan Pengamatan	43
3. Triangulasi	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Penelitian	45
1. Gambaran Umum Desa Tanggul Angin, Kec. Punggur.....	45
2. BRI-Link Pasar Tanggul Angin	47
3. Persepsi Masyarakat Terhadap Pelayanan BRI-Link Pasar Tanggul Angin	50
B. Pembahasan	59
1. Persepsi Masyarakat Terhadap Pelayanan BRI-Link Pasar Tanggul Angin Berdasarkan Faktor Pembentuk Persepsi....	59
2. Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan BRI Link Tanggul Angin Menurut Syariah Islam.....	62
3. Persepsi Masyarakat Terhadap Pelayanan BRI-Link Ditinjau dari Pelayanan Bisnis Menurut Syariah Islam	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR LAMPIRAN

1. Sk Pembimbing Skripsi
2. Outline
3. APD
4. Izin Reserch
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka Jurusan
8. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Sripsi
10. Dokumentasi Wawancara

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manajemen merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian dan pengelolaan staf, kepemimpinan, dan pengawasan dalam organisasi yang dilakukan secara sistematis guna mencapai tujuan tertentu.¹ Manajemen adalah ilmu dan seni merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, mengkoordinasikan, serta mengawasi tenaga manusia dengan bantuan alat-alat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.²

Untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada pelanggannya, Karyawan BRI-Link seharusnya membuat nyaman para nasabahnya serta memberikan pelayanan yang maksimal. Ketika ada masyarakat yang ingin menggunakan jasa BRI-Link maka kualitas pelayanan yang baik merupakan sarana untuk membina hubungan yang erat antara Karyawan BRI-Link dan masyarakat sekitar.

Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.³ Dengan kualitas pelayanan

¹ Buchari Alma, Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2014), 115

² Ahmad Hassan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wat Tamwil* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 111

³ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 152

yang baik maka akan tercipta hubungan yang solid berdasarkan keadilan dan persaudaraan, yang dijelaskan Qur'an surat AL- Hujarat ayat 13.

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ اِنَّا خَلَقْنٰكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَّاُنْثٰى وَجَعَلْنٰكُمْ شُعُوْبًا وَّقَبَاۤىِٕلٍ لِتَعَارَفُوْۤا
 اِنَّ اَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللّٰهِ اَتْقٰىكُمْ اِنَّ اللّٰهَ عَلِيْمٌ حٰخِيْمٌ ﴿١٣﴾

Artiya : *“Wahai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersukuku-suku supaya kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang opaling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling takwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah maha mengetahui dan Maha mengenal.sesungguhnya yang paling muia di antara kamu di sisi allah ialah orang yang paling bertakwa, sesungguhnya allah maha mngetahui, maha teliti.”*(QS. Al-Hujarat :13)⁴

Serta di jelaskan pula dalam Hadist Rasulullah sebagai berikut:

وَعَنْ أَبِي ذَرٍّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: لَا تُحْقِرَنَّ مِنَ الْمَعْرُوفِ شَيْئًا، وَلَوْ أَنْ تَلْقَى أَخَاكَ بِوَجْهِهِ طَلْقٍ

Artinya : *Diriwayatkan dari Abu Dzar, ia berkata: Rasulullah SAW bersabda: Janganlah kamu menganggap remeh apa saja dari kebaikan meski hanya engkau bertemu saudaramu dengan muka manis* (HR. Muslim)⁵

Berdasarkan ayat dan hadist di atas dapat dilihat bahwa dalam Islam perintah untuk selalu memberi yang terbaik terhadap orang lain sangatlah ditekankan. Jika dihubungkan dengan aktifitas suatu lembaga keuangan terutama BRI-Link hendaklah senantiasa memberi pelayanan yang memuaskan

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2010), 517.

⁵ Ibnu Hajar al-Asqalani, *Bulughul Maram & Dalil-dalil Hukum*, ter. Khalifaturrahman & Haeruddin (Jakarta: Gema Insani, 2013), 652

bagi setiap pengunjungnya. Selalu mengutamakan kenyamanan dalam setiap pelayanan di dalamnya, dengan demikian selain untuk memberikan pelayanan yang maksimal, juga agar mendapatkan pahala ibadah karena telah memuliakan terhadap pengunjung.

Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau yang tersirat dalam diri pelanggan. Proses ini pada akhirnya akan memberikan keuntungan bagi pihak bank atau timbal balik dari pelayanan maksimal yang diberikan oleh pengguna jasa BRI-Link serta memberikan kepuasan kepada pengunjung.

Berdasarkan hasil penelitian awal peneliti memperoleh beberapa temuan diantaranya: 1) BRI-Link Pasar Tanggul Angin dalam memberikan pelayanan terkadang Karyawan bersikap cuek dan kurang sopan. Saat ada pelanggan yang datang pun terkadang Karyawan BRI-Link tidak menyapa dan nada bicaranya agak ketus. 2) Karyawan BRI-Link biasanya lebih banyak berbincang dengan salah satu pelanggan yang sedang ditangani dan tidak segera menyelesaikan transaksi, padahal sudah ada pelanggan lain yang menunggu antrian. 3) Pelanggan juga sering mengeluhkan terkadang adanya gangguan saat transaksi walaupun jarang terjadi tetapi pelanggan pernah saat transaksi terjadi gangguan jaringan ⁶

⁶ Survey Awal terhadap pelayanan BRI-Link Pasar Tanggul Angin Lampung Tengah pada tanggal 03 Agustus 2021

Beberapa pelayanan di atas menurut peneliti tidak seharusnya terjadi karena kurang sesuai apabila dikaitkan dengan konsep pelayanan dalam etika bisnis Islam. Sebagai acuan perlu diketahui bahwa ada beberapa konsep pelayanan dalam Islam, yaitu 1) prinsip tolong menolong (*ta'awun*), 2) prinsip memberi kemudahan (*at-taysir*), 3) prinsip persamaan (*musawah*), 4) prinsip saling mencintai (*muhabbah*), 5) prinsip lemah lembut (*al-layin*), dan 6) prinsip kekeluargaan (*ukhuwah*).⁷

Ketentuan yang diatur dalam etika pelayanan secara umum adalah sebagai berikut:

1. Sikap dan perilaku. Sikap dan perilaku merupakan bagian terpenting dalam etika pelayanan. Dalam praktiknya sikap dan perilaku harus menunjukkan kepribadian seseorang dan citra perusahaan.
2. Penampilan. Arti penampilan secara keseluruhan adalah mulai dari cara berpakaian, berbicara, gerak gerik, sikap dan perilaku.
3. Cara berpakaian. Disini petugas harus menggunakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian necis dan tidak kumal. Gunakan pakaian seragam jika petugas telah diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang ditetapkan.
4. Cara berbicara. Cara berbicara artinya cara berkomunikasi dengan konsumen. Hal ini penting karna karyawan harus berbicara tentang apaapa yang diinginkan konsumen, berbicara harus jelas, singkat dan tidak bertele-tele.

⁷ Nurhadi, "Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah", *EkBis*, 2, No. 2, tt., 44-47

5. Gerak-gerak. Gerak-gerak meliputi mimik wajah, pandangan mata, pergerakan tangan, anggota atau badan atau kaki.
6. Cara bertanya. Karyawan harus kreatif untuk berbicara sehingga membuat konsumen mau berbicara. Kemudian sebaliknya bagi konsumen yang banyak bertanya karyawan sebaiknya dapat mendengarkan dengan baik.⁸

Menurut Parasuraman sebagaimana dikutip oleh Syamsi bahwa pelayanan dikatakan baik apabila terdapat beberapa indikator berikut:

1. Tangible, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan Karyawannya.
2. Reliability, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan 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.
3. Responsiveness, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan

⁸ *Ibid.*, 43

konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.

4. Assurance, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para Karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence), dan sopan santun (courtesy).
5. Empathy, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.⁹

Dari hasil penelitian, ada salah satu BRI-Link Pasar Tanggul Angin juga terlihat jarang buka yang akhirnya nasabah yang ingin menggunakan jasanya menjadi kecewa dan secara otomatis akan berdampak pada asset Bank BRI. Padahal dalam ketentuan perjanjian disebutkan bahwa “Agen BRI-Link wajib menjaga jumlah transaksi per bulan sesuai dengan target transaksinya yaitu minimal sebanyak 200 transaksi finansial, baik yang menghasilkan *fee*

⁹ Syamsi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen”, *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 5, No. 1 (April 2008), 24.

atau tidak". Jika melihat jarang nya Agen BRI-Link beroperasi, maka sudah pasti transaksi selama satu bulan tidak akan mencapai target yakni 200 transaksi.¹⁰

Berkaitan dengan tarif yang berbeda-beda dari masing-masing BRI-Link tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Tarif Tarik Tunai dan Tarif Transfer BRI-Link Pasar Tanggul Angin

No	Pemilik BRI-Link	Jenis Rekening	Tarif	
			Tarik Tunai (Rp)	Transfer (Rp)
1	Ibu Rizki	Sesama BRI	5.000,-	7.000,-
		Bank Lain		15.000,-
2	Bapak Rahmad	Sesama BRI	3.000,-	5.000,-
		Bank Lain		10.000,-
3	Ibu Ria	Sesama BRI	5.000,-	10.000,-
		Bank Lain		20.000,-

Sumber: Observasi Awal pada Transaksi BRI-Link Pasar Tanggul Angin

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa di Tanggul Angin ada beberapa BRI-Link yang sekarang beroperasi. Banyak masyarakat yang merasa terbantu dengan adanya BRI-Link tersebut karena tidak harus repot-repot datang ke kantor untuk melakukan transfer ataupun tarik tunai. Namun permasalahannya yakni, tiap BRI-Link berbeda-beda dalam menetapkan tarif atas transaksi yang dilakukan. Untuk tarif tarik tunai misalkan, ada yang memasang tarif Rp.3.000,- dan ada juga yang memasang tarif Rp.5.000,-. Sedangkan untuk tarif transfer biasanya memiliki batas minimal yakni per/satu

¹⁰ Survey Awal terhadap pelayanan BRI-Link Pasar Tanggul Angin Lampung Tengah pada tanggal 03 Agustus 2021

juta. Tarif transfer ke sesama rekening BRI dan rekening selain BRI pun berbeda. Untuk transfer ke rekening sesama BRI ada yang Rp.5.000,-, Rp.7.000,- dan bahkan ada yang Rp.10.000,-. Sedangkan untuk transfer ke rekening selain BRI, ada yang memasang tarif Rp.10.000,-, Rp.15.000,- hingga Rp.20.000,-.¹¹

Hal yang sama juga diutarakan oleh Bapak Agung yang mengaku bahwa beliau sering mengirim uang untuk orang tuanya. BRI-Link langganan beliau ada dua, akan tetapi menurut beliau untuk tarif transfer berbeda dari tiap BRI-Link tersebut. Untuk BRI-Link yang ada di pojok Timur pasar, tarif transfer sesama BRI yang dibebankan kepada Bapak Agung adalah sebesar Rp.5.000,-, sedangkan untuk tarif transfer ke lain BRI adalah sebesar Rp.7.000,-. Adapun pada BRI yang berada di sebelah Barat pasar, tarif transfer sesama BRI adalah sebesar Rp.7.000,-, sedangkan untuk tarif transfer ke lain BRI adalah sebesar Rp.10.000,-.¹²

Demi memperkuat keterangan saudari Ibu Tutik dan Bapak Agung, peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Rahmad, salah satu pemilik BRI-Link yang ada di Tanggul Angin. Menurut keterangannya, BRI-Link miliknya sudah beroperasi sekitar 3 tahun. Mengenai tarif yang berlakukan berbeda-beda, baik tarif tarik tunai ataupun transfer. Selain itu, tarif transfer antara sesama BRI dengan Bank lain juga berbeda-beda. Untuk tarif tarik tunai, BRI-Link miliknya menetapkan sebesar Rp.5.000,-. Adapun untuk tarif transfer ke rekening sesama

¹¹ Wawancara dengan Ibu Martinah selaku Nasabah Pengguna Jasa BRI-Link Pasar Tanggul Angin pada tanggal 5 Agustus 2021

¹² Wawancara dengan Bapak Maulana selaku Nasabah Pengguna Jasa BRI-Link Pasar Tanggul Angin pada tanggal 8 Agustus 2021

BRI, Ibu Rizki menetapkan tarif sebesar Rp.7.000,-, sedangkan untuk tarif transfer ke selain BRI, ia menetapkan tarif sebesar Rp.15.000,-.¹³

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi mengenai pelayanan BRI-Link tersebut dengan melakukan penelitian yang berjudul “Persepsi Masyarakat Terhadap Pelayanan Karyawan Bri-Link (Studi Pada BRI-Link Pasar Tanggul Angin Lampung Tengah)”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian yakni sebagai berikut: Bagaimana persepsi masyarakat terhadap pelayanan karyawan BRI-Link Pasar Tanggul Angin?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisa mengenai persepsi masyarakat terhadap pelayanan karyawan BRI-Link Pasar Tanggul Angin Kabupaten Lampung Tengah.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoretis

Sebagai upaya memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang hukum Islam terutama terkait masalah persepsi masyarakat terhadap pelayanan karyawan BRI-Link Pasar Tanggul Angin Kabupaten Lampung Tengah.

¹³ Wawancara dengan Ibu Anggi selaku Nasabah Pengguna Jasa BRI-Link Pasar Tanggul Angin pada tanggal 5 Agustus 2021

b. Secara Praktis

Diharapkan dapat berguna untuk masyarakat sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui persepsi masyarakat terhadap pelayanan karyawan BRI-Link Pasar Tanggul Angin.

D. Penelitian Relevan

Hasil kegiatan penelitian, perlu mencari perbedaan antara penelitian satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu, peneliti berupaya mengungkapkan perbedaan antara penelitian sebelumnya, dengan penelitian ini. Berikut disajikan beberapa kutipan hasil penelitian yang sebelumnya di antaranya:

1. Penelitian Endah Nur Rahmawati, Nur Kafid dan Taufiq Wijaya yang berjudul “Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Pada BRI-Link Pasar Tanggul Angin”. Fokus dalam penelitian ini adalah lebih banyak yang memilih menggunakan produk pembiayaan di Bank Konvensional dibanding Agungng BRI-Link Pasar Tanggul Angin. Hasil penelitian menunjukkan ada beberapa faktor yang menjadi penyebabnya, seperti lingkungan, biaya, produk, proses, pesaing, *personal trait (People)*, *promotion*, *margin*, minat individu.¹⁴

Berdasarkan penelitian tersebut, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang minat nasabah terhadap BRI-Link. Adapun perbedaannya, terletak pada

¹⁴ Endah Nur Rahmawati, et. al., “Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah”, dalam *Jurnal ‘Anil Islam*, Vol. 10, No. 1, 2017, 1.

aspek penekanan pembahasannya. Dalam penelitian tersebut lebih kepada analisis faktor penyebabnya, sedangkan pada penelitian ini lebih kepada persepsi masyarakat serta pelayanan karyawan BRI-Link. Jenis penelitiannya pun berbeda. Pada penelitian tersebut merupakan penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian ini merupakan penelitian kualitatif.

2. Penelitian Novia Nengsih yang berjudul “Peran Perbankan Syariah dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif di Indonesia”. Fokus masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah tentang peran perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbankan syariah memiliki potensi besar dalam mengimplementasikan *financial inclusion*, ditunjukkan dengan pertumbuhan yang signifikan pada *funding* dan *financing* tahun 2010-2014 dan hasil analisis rasio keuangan juga menunjukkan kinerja dan kondisi keuangan perbankan syariah baik.¹⁵

Berdasarkan penelitian tersebut, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang BRI-Link. Persamaan lainnya yakni jenis penelitiannya sama-sama penelitian kualitatif lapangan. Adapun perbedaannya, pada penelitian tersebut lebih fokus pada bagaimana BRI-Link Pasar Tanggul Angin menerapkan keuangan inklusif, sedangkan pada penelitian ini lebih fokus pada persepsi masyarakat terhadap pelayanan karyawan BRI-Link.

¹⁵ Novia Nengsih, *Peran Perbankan Syariah dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif di Indonesia*, (Jakarta: Jurnal Etikonomi UIN SyBapak Maulana Hidayatullah, Vol. 14, No. 2, 2015)

3. Penelitian Muhammad Hanafi Zuardi dan Rita Rahim yang berjudul “Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan BRI Link”. Fokus dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan apa yang menjadi pertimbangan dominan nasabah dalam memutuskan menggunakan layanan atau produk BRILink. Hasil penelitian menjelaskan bahwa pertimbangan yang dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk BRILink di 38 B Banjarrejo Lampung Timur adalah dengan persentase 47,9% yang didukung oleh pertimbangan hasil wawancara yaitu pelayanan yang cepat, pelayanan tepat waktu dan pelayanan yang tidak dibatasi jam kerja. Pertimbangan kedua adalah product dengan persentase 26,0% yang didukung oleh pertimbangan hasil wawancara yaitu mengenai terpenuhinya kebutuhan transaksi perbankan yang dibutuhkan nasabah. Pertimbangan ketiga adalah place dengan persentase 19,3% yang didukung oleh pertimbangan hasil wawancara mengenai lokasi BRILink yang dekat dengan tempat tinggal, aman dan strategis. Pertimbangan keempat adalah price dengan persentase 6,8% yang didukung oleh pertimbangan hasil wawancara mengenai biaya administrasi dan biaya transportasi pada saat ingin melakukan transaksi di BRILink.¹⁶

Berdasarkan penelitian tersebut, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang BRI-Link BRI-Link. Adapun perbedaannya, pada penelitian tersebut

¹⁶ Muhammad Hanafi Zuardi dan Rita Rahim, “Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan BRI Link”, *Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, Vol. 08, No. 1, (Juni 2020), 93-94

merupakan penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. selain itu, penelitian tersebut lebih fokus pada pengukuran keputusan nasabah pengguna BRI-Link, sedangkan pada penelitian ini lebih fokus pada persepsi masyarakat dalam penggunaan BRI-Link.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan pengamatan (penyusunan dorongan-dorongan dalam kesatuan-kesatuan) hal mengetahui, melalui indera (tanggapan atau daya memahami).¹ Persepsi adalah proses yang digunakan individu untuk mengelola dan menafsirkan kesan indera mereka dalam rangka memberikan makna kepada lingkungan mereka. Meski demikian, apa yang dipersepsikan seseorang dapat berbeda dari kenyataan obyektif. Tidak selalu berbeda, namun sering terdapat ketidaksepakatan.²

Persepsi adalah proses saat seseorang memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus sensori yang ia dapatkan menjadi makna yang bisa ia pahami.³ Persepsi adalah suatu proses pengamatan seseorang yang berasal dari suatu kognisi secara terus menerus dan dipengaruhi oleh informasi baru dari lingkungannya. Persepsi sebagai proses kognitif baik lewat penginderaan, pandangan, penciuman dan perasaan yang kemudian ditafsirkan.⁴

¹ Nina Siti SS., "Persepsi Orang Tua Terhadap Pentingnya Pendidikan Bagi Anak", *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik*, Vol. 1, No. 1 (2013), 12

² Sito Meiyanto, *Persepsi, Nilai, dan Sikap*, Modul 3.0 (Yogyakarta: Minat Utama Manajemen Rumahsakit, tt.), 3

³ Ujang Sumarwan, Aldi NoviBapak Agung, Kirbrandoko, "Analisis Proses Keputusan Pembelian, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Beras Organik di Jabotabek", *Artikel Pangan*, Vol. 22, No. 2 (Juli 2013), 24

⁴ Nina Siti Salmaniah Siregar, "Persepsi Orang.", 13

Persepsi (*Perception*) adalah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Namun, apa yang diterima seseorang pada dasarnya bisa berbeda dari realitas obyektif. Walaupun seharusnya tidak perlu ada, perbedaan tersebut sering timbul.⁵

Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa persepsi adalah sebuah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Persepsi merupakan suatu proses dari hasil pengamatan dan kejadian pada saat tertentu baik lewat penginderaan, pandangan, penciuman dan perasaan yang kemudian ditafsirkan.

Persepsi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah persepsi masyarakat. Masyarakat/Nasabah sebagai pengguna jasa BRI-Link sehingga persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan karyawan BRI-Link kepada nasabah adalah focus utama penelitian. Persepsi tersebut dapat berupa persepsi bernilai positif dapat juga bernilai negatif.

2. Proses Terjadinya Persepsi

Persepsi adalah proses kognitif aktif yang berupa pengalaman individual tentang lingkungan yang dipengaruhi dari dalam diri individu dan dari luar diri individu. Persepsi dapat dirumuskan sebagai suatu proses

⁵ Shobikin Amin, "Pengaruh Karakteristik Individu, Sikap dan Persepsi Terhadap Perilaku Kewirausahaan", *Media Mahardhika*, Vol. 15, No. 3 (Mei 2017), 308

penerimaan, pemilihan, pengorganisasian, serta pemberian arti terhadap rangsang yang diterima.⁶

Persepsi memiliki empat indikator penting yakni pengalaman, pengetahuan, penalaran dan kepercayaan.⁷ Proses terbentuknya persepsi dipengaruhi oleh pengalaman, sosialisasi, cakrawala dan pengetahuan. Pengalaman dan sosialisasi memberikan bentuk dan struktur terhadap objek yang dilihat sedangkan pengetahuan dan cakrawala memberi arti pada objek psikologis.⁸

Proses persepsi melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a. Penerimaan rangsang, pada proses ini, individu menerima rangsangan dari berbagai sumber. Seseorang lebih senang memperhatikan salah satu sumber dibandingkan dengan sumber lainnya, apabila sumber tersebut mempunyai kedudukan yang lebih dekat atau menarik baginya.
- b. Proses menyeleksi rangsang, setelah rangsang diterima kemudian diseleksi disini akan terlibat proses perhatian. Stimulus itu diseleksi untuk kemudian diproses lebih lanjut.
- c. Proses pengorganisasian, rangsang yang diterima selanjutnya diorganisasikan dalam suatu bentuk,
- d. Proses penafsiran, setelah rangsangan atau data diterima dan diatur, si penerima kemudian menafsirkan data itu dengan berbagai cara. Setelah data tersebut dipersepsikan maka telah dapat dikatakan sudah terjadi

⁶ Nina Siti Salmaniah Siregar, "Persepsi Orang., 13

⁷ Shobikin Amin, "Pengaruh Karakteristik., 310

⁸ Nina Siti Salmaniah Siregar, "Persepsi Orang., 13

persepsi. Karena persepsi pada pokoknya memberikan arti kepada berbagai informasi yang diterima,

- e. Proses pengecekan, setelah data ditafsir si penerima mengambil beberapa tindakan untuk mengecek apakah yang dilakukan benar atau salah. Penafsiran ini dapat dilakuakn dari waktu ke waktu untuk menegaskan apakah penafsiran atau persepsi dibenarkan atau sesuai dengan hasil proses selanjutnya.
- f. Proses reaksi, lingkungan persepsi itu belum sempurna menimbulkan tindakan-tindakan itu biasanya tersembunyi atau terbuka.⁹

3. Bentuk-bentuk Persepsi

Sunaryo mengatakan bahwa dari proses terjadinya persepsi munculah dua macam persepsi yaitu:

- a. *External perception*, yaitu persepsi yang rangsangannya berasal dari luar individu
- b. *Self- perception*, yaitu persepsi yang rangsangannya berasal dari dalam diri individu, dalam hal ini diri sendiri yang menjadi objek.¹⁰

Proses pembentukan persepsi dijelaskan sebagai pemaknaan hasil pengamatan yang diawali dengan adanya stimuli. Setelah mendapat stimuli, pada tahap selanjutnya terjadi seleksi yang berinteraksi dengan "interpretation", begitu juga berinteraksi dengan "closure". Proses seleksi terjadi pada saat seseorang memperoleh informasi, maka akan berlangsung

⁹ Nina Siti Salmaniah Siregar, "Persepsi Orang., 13

¹⁰ Sunaryo, *Psikologi Untuk Perawat* (EGC: Jakarta, 2004), 94.

proses penyeleksian pesan tentang mana pesan yang dianggap penting dan tidak penting.¹¹

4. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Sejumlah faktor berperan dalam membentuk dan kadang memutar balik persepsi. Faktor-faktor ini dapat berada dalam pihak pelaku persepsi, dalam obyek atau target yang dipersepsikan, atau dalam konteks situasi dimana persepsi itu dibuat. Adapun rinciannya adalah sebagai berikut:¹²

- a. Faktor dalam pemersepsi yakni: 1) Sikap; 2) Motif; 3) Kepentingan; 4) Pengalaman; 5) pengharapan
- b. Faktor dalam situasi meliputi: 1) Waktu; 2) Keadaan/tempat; dan 3) Keadaan sosial
- c. Faktor pada target yang meliputi: 1) Hal baru; 2) Gerakan; 3) Bunyi; 4) Ukuran; 5) Latar belakang; dan 6) Kedekatan.

Walgito dalam Nina menyatakan ada dua faktor yang mempengaruhi terjadinya persepsi yaitu:

- a. Keadaan individu sebagai perseptor, yang merupakan faktor dari dalam individu sendiri seperti pikiran, perasaan, sudut pandang, pengalaman masa lalu, daya tangkap, taraf kecerdasan serta harapan; dan

¹¹ Nina Siti Salmaniah Siregar, "Persepsi Orang., 14

¹² Sito Meiyanto, *Persepsi, Nilai, dan Sikap*, 3-4

- b. Dugaan perseptor dan keadaan objek yang dipersepsi yaitu karakteristik-karakteristik yang ditampilkan oleh objek, baik bersifat psikis, fisik ataupun suasana.¹³

5. Sebab Terjadinya Persepsi

Perbedaan persepsi dapat disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut:

- a. Perhatian

Penangkapan rangsangan disekitar biasanya kita tidak sekaligus dapat menangkapnya, tetapi kita memfokuskan perhatian pada suatu objek. Perbedaan fokus anata individu menyebabkan perbedaan persepsi.

- b. Set

Set adalah harapan seseorang tentang rangsang yang akan timbul. Misalnya, pada seorang pelari yang siap digaris start terhadap set bahwa akan terdengar bunyi pistol disaat ia harus mulai berlari. Perbedaan set dapat menyebabkan perbedaan persepsi.

- c. Kebutuhan

Kebutuhan-kebutuhan sesaat maupun yang menetap pada diri seseorang, mempengaruhi persepsi orang tersebut. Setiap manusia mempunyai kebutuhan tapi tidak semua kebutuhan manusia tersebut sama, melaikan banyak perbedaan sesuai dengan keinginan dan yang dibutuhkan masing-masing orang.

- d. Sistem nilai

¹³ Nina Siti Salmaniah Siregar, "Persepsi Orang., 13

Sistem nilai yang berlaku dalam suatu masyarakat berpengaruh pula terhadap persepsi.

e. Ciri kepribadian

Ciri kepribadian akan mempengaruhi persepsi.

f. Gangguan kejiwaan

Gangguan kejiwaan dapat menimbulkan kesalahan persepsi yang disebut halusinasi. Perbedaan dari ilusi, halusinasi bersifat individual, jadi hanya dialami oleh penderita yang bersangkutan saja.¹⁴

B. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah perihal atau melayani, usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang) jasa kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual-beli barang atau jasa¹⁵. Pelayanan adalah produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dengan menggunakan alat atau tidak menggunakan peralatan.¹⁶

Goronross menjelaskan pelayanan yang dikutip oleh Zainal Mukarom, Muhibudin Wijaya Laksana dalam bukunya, pelayanan adalah aktifitas atau serangkaian aktivitas yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat interaksi antara konsumen dan kariawan atau hal-hal lain yang

¹⁴ Ahmad Fauzi, *Psikologi Umum* (Bandung: Pustaka Setia, 1997), 43-44

¹⁵ Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar.*, 646

¹⁶ Zainal Mukarom, Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan.*, 80

disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen¹⁷.

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa dengan baik. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu interaksi antara apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pelayanan yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi jasa.¹⁸

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat dipahami bahwa pelayanan adalah kegiatan yang tidak kasat mata, tau bisa juga dilakukan dengan memperlakukan konsumen dengan istimewa, memenuhi kebutuhan dengan keramah tamahan agar konsumen yang datang merasa puas. Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang di berikan kepada konsumen yang diikuti dengan sikap keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan, pelayanan diberikan sebagai tindakan atau sikap seorang atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Penelitian berfkus pada pelayanan BRI-Link terhadap nasabah BRI. Pelayanan meliputi kualitas pelayanan dan jenis pelayanan yang diberikan sesuai dengan indikator dan kategori pelayanan. Pelayanan yang diberikan pada penelitian pendahuluan memberikan bukti bahwa adanya pelayanan yang kurang baik diantaranya karyawan yang cuek, kurang sopan, telalu lama dengan satu pelanggan/nasabah, dan tarif yang berbeda-beda.

¹⁷ *Ibid.*, 80

¹⁸ Dwi Aliyyah Apriyani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 51, No. 2 (2017), 2

2. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan

Dalam suatu pelayanan dapat terjadi suatu kekurangan dalam memberikan pelayanan, kejadian seperti itu disebabkan beberapa faktor antara lain:¹⁹

- a. Ketidak komitmenan manajemen
- b. Ketidak mampuan aparatur mengubah kultur yang mempengaruhi kualitas manajemen pelayanan pelanggan.
- c. Ketidak pengetahuan manajemen kualitas bagi aparaturnya yang melayani
- d. Ketidaktepatan perencanaan yang dijadikan pedoman dalam pelayanan
- e. Pendidikan dan pelatihan yang berkelanjutan belum dioptimalkan
- f. Ketidak mampuan membangun *learning organization, learning by the individuals* dalam organisasi
- g. Ketidak sesuai antara struktur organisasi dan kebutuhan
- h. Ketidak cukupan sumberdaya dan dana
- i. Ketidak tepatan sistem penghargaan dan balas jasa bagi karyawan
- j. Ketidak tepatan mengadopsi prinsip manajemen kualitas kedalam organisasi.²⁰

Selain sepuluh faktor diatas ada beberapa faktor yang menyebabkan buruknya pelayanan, yaitu sebagai berikut:

- a. Perusahaan tidak berfokus pada pasar dan tidak digerakkan oleh pelanggan pada tingkat yang memadai

¹⁹ Zainal Mukarom, Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan.*, 113

²⁰ *Ibid.*, 113

- b. Perusahaan tidak sepenuhnya memahami pelanggan sasarnya
- c. Perusahaan perlu menentukan dan memantau pesaingnya dengan lebih baik
- d. Perusahaan belum mengelola hubungan dengan pemangku kepentingannya secara benar.
- e. Perusahaan kurang lihai dalam menemukan peluang-peluang baru²¹

Hal ini disebabkan oleh tindakan terbiasanya seorang pemimpin bahwa kritik hanya menghancurkan kepemimpinannya. Oleh karena itu, pemimpin seperti itu harus banyak berlatih berbesar hati untuk menerima kritik. Hal itu dapat diperparah jika seorang pemimpin tidak memiliki pikiran yang positif. Pemimpin yang baik memang harus berfikir positif. Siapapun yang mengkritik, hendaknya ia tetap berfikiran positif.

3. Indikator Kualitas Pelayanan

Dalam kehidupan sehari-hari kita sering mendengarkan istilah indikator, arti dari indikator dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah alat pemantau (sesuatu) yang dapat memberikan petunjuk atau keterangan.²²

Kualitas jasa adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas

²¹ Philip Kotler, Gary Armstrong, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 21

²² Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar.*, 430

jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk.²³

Fandy tjiptono fandy Tjiptono menyebutkan bahwa ada lima dimensi utama yang bisa dikatakan suatu pelayanan baik yakni:

- a. Reliabilitas (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- b. Daya tanggap (*responseveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- c. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- d. Empati (*empathy*) meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- e. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, Karyawan dan sarana komunikasi.²⁴

Menurut Parasuraman sebagaimana dikutip oleh Syamsi bahwa pelayanan dikatakan baik apabila terdapat beberapa indikator berikut:

²³ Untung Sriwidodo, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah", *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Vol. 10, No. 2 (2010), 166

²⁴ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayumedia Publishing 2006), 204

- a. Tangible, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan Karyawannya.
- b. Reliability, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan 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.
- c. Responsiveness, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.
- d. Assurance, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para Karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence), dan sopan santun (courtesy).

- e. Empathy, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.²⁵

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa ada beberapa indikator pelayanan yang mana ketika indikator tersebut terlaksana maka pelayanan tersebut bisa dikategorikan sebagai pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik meliputi eksistensi diri, keandalan atau prima, ketanggapan dalam melayani konsumen, jaminan dan kepastian, serta perhatian.

4. Kualitas Pelayanan Menurut Syariah

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

Imam Ibnu Kasir dalam Tafsirnya menjelaskan:

Ibnu Abbas mengatakan bahwa Allah memerintahkan kepada mereka untuk berinfak dari sebagian harta mereka yang baik, yang paling disukai dan paling disayang. Allah melarang mereka mengeluarkan sedekah

²⁵ Syamsi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen", *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 5, No. 1 (April 2008), 24.

dari harta mereka yang buruk dan jelek serta berkualitas rendah; karena sesungguhnya Allah itu Maha Baik, Dia tidak mau menerima kecuali yang baik.²⁶

Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur dalam menilai kualitas pelayanan yaitu standarisasi syari'ah. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktifitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Didalam Islam tidak mengenal kebebasan berakidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seseorang telah memeluk Islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka baginya wajib untuk terikat dengan seluruh syariat Islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah Swt. Sesuai dengan cara yang sudah ditetapkan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan.. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan.²⁷

Oleh karena itu, bermacam-macam hal yang diuji tidaklah murni menggunakan teori konvensional saja. Namun menjadikan syariah juga sebagai standar penilaian atas teori. Seperti teori yang sudah di jelaskan di

²⁶ Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Kasir Ad-Dimasyqi, *Tafsir Ibnu Kasir*, terj. Bahrun Abu Bakar, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2000), 97

²⁷ Ni Made Arie Sulistyawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 8 (2015), 2319

atas maka akan di jelaskan kembali sesuai dengan standar penilaian syari'ah. Yang dapat di jelaskan sebagai berikut:

- a. *Reliability* (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan dipercaya. Allah SWT berfirman:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ
الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Artinya: *Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak mengingat Allah.*²⁸(Q.S Al-Ahzab : 21)

Asy-Syuyuthi dan Al-Mahalliy menafsirkan dalam Kitab Tafsir

Jalalain sebagai berikut:

*(Sesungguhnya telah ada pada diri Rasulullah itu suri teladan bagi kalian) dapat dibaca iswatun dan uswatun (yang baik) untuk diikuti dalam hal berperang dan keteguhan serta kesabarannya, yang masing-masing diterapkan pada tempat-tempatnya (bagi orang) lafal ayat ini berkedudukan menjadi badal dari lafal lakum (yang mengharap rahmat Allah) yakni takut kepada-Nya (dan hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah) berbeda halnya dengan orang-orang yang selain mereka.*²⁹

Artinya pelayanan yang di berikan handal dan tanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Jika ini dijalankan dengan baik maka konsumen akan merasa dihargai. Sebagai seorang muslim telah ada

²⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2010), 237.

²⁹ Jalaluddin Asy-Syuyuthi, Jalaluddin Muhammad Ibn Ahmad Al-Mahalliy, *Tafsir Jalalain*, terj. Dani Hidayat (Tasikmalaya: Pesantren Persatuan Islam 91 Tasikmalaya, 2010)

contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan/muamalah

- b. *Tangibles* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik. Salah satu catatan penting bagi pelaku lembaga keuangan syariah, bahwa dalam menjalankan operasional perusahaannya harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika dan syar'i.

Asy-Syuyuthi dan Al-Mahalliy menafsirkan dalam Kitab Tafsir

Jalalain sebagai berikut:

(Hai anak Adam! Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian) Kami telah menciptakannya untuk kamu (untuk menutupi) guna menutupi (auratmu dan pakaian perhiasan) pakaian yang digunakan sebagai perhiasan. (Dan pakaian takwa) yakni amal saleh dan akhlak yang baik; dengan dibaca nashab karena diathafkan kepada lafal libaasan, dan dibaca rafa' sebagai muftada sedangkan khabarnya ialah jumlah berikut ini (itulah yang lebih baik. Yang demikian itu adalah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah) bukti-bukti yang menunjukkan kekuasaan-Nya (mudah-mudahan mereka selalu ingat) kemudian mau beriman; di dalam jumlah ini terkandung iltifat atau kata sindiran terhadap mukhathab atau orang yang diajak bicara.³⁰

- c. *Responsiveness* (daya tanggap) adalah suatu respon/ atau kesinggapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

Asy-Syuyuthi dan Al-Mahalliy menafsirkan dalam Kitab Tafsir

Jalalain sebagai berikut:

(Hai orang-orang yang beriman, penuhilah olehmu perjanjian itu) baik perjanjian yang terpatri di antara kamu dengan Allah maupun dengan sesama manusia. (Dihalalkan bagi kamu binatang ternak) artinya halal memakan unta, sapi dan kambing setelah hewan itu disembelih (kecuali

³⁰ Jalaluddin Asy-Syuyuthi, Jalaluddin Muhammad Ibn Ahmad Al-Mahalliy, *Tafsir Jalalain*.

apa yang dibacakan padamu) tentang pengharamannya dalam ayat, "Hurimat `alaikumul maitatu..." Istitsna` atau pengecualian di sini munqathi` atau terputus tetapi dapat pula muttashil, misalnya yang diharamkan karena mati dan sebagainya (tanpa menghalalkan berburu ketika kamu mengerjakan haji) atau berihram; ghaira dijadikan manshub karena menjadi hal bagi dhamir yang terdapat pada lakum. (Sesungguhnya Allah menetapkan hukum menurut yang dikehendakinya) baik menghalalkan maupun mengharamkannya tanpa seorang pun yang dapat menghalangi-Nya.³¹

Dalam Islam kita harus menepati komitmen seiring dengan promosi yang di lakukan dalam perusahaan. Apabila perusahaan tidak bisa menepati komitmen dalam rangka pelayanan yang baik, maka resiko yang akan ditinggalkan oleh pelanggan.

- d. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Asy-Syuyuthi dan Al-Mahalliy menafsirkan dalam Kitab Tafsir

Jalalain sebagai berikut:

(Sempurnakanlah takaran) genapkanlah (dan janganlah kalian termasuk orang-orang yang merugikan) yakni mengurangi hak-hak orang lain. (Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus) timbangan yang baik dan tidak berat sebelah.³²

Dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi, supaya tidak melakukan manipulasi dan berbicara bohong pada waktu menawarkan produk.

³¹ Jalaluddin Asy-Syuyuthi, Jalaluddin Muhammad Ibn Ahmad Al-Mahalliy, *Tafsir Jalalain*.

³² Jalaluddin Asy-Syuyuthi, Jalaluddin Muhammad Ibn Ahmad Al-Mahalliy, *Tafsir Jalalain*.

- Sehingga perusahaan teap mendapatkan kepercayaan dari konsumen dan yang terpenting adalah tidak melanggar syariat dalam bermuamalah
- e. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi para konsumennya. Perhatian yang di berikan kepada konsumen haruslah dilandasi atas dasar keimanan.

Asy-Syuyuthi dan Al-Mahalliy menafsirkan dalam Kitab Tafsir

Jalalain sebagai berikut:

(Sesungguhnya Allah menyuruh kalian berlaku adil) bertauhid atau berlaku adil dengan sesungguhnya (dan berbuat kebaikan) menunaikan fardu-fardu, atau hendaknya kamu menyembah Allah seolah-olah kamu melihat-Nya sebagaimana yang telah dijelaskan oleh hadis (memberi bantuan (kepada kaum kerabat) famili; mereka disebutkan secara khusus di sini, sebagai pertanda bahwa mereka harus dipentingkan terlebih dahulu (dan Allah melarang dari perbuatan keji) yakni zina (dan kemungkaran) menurut hukum syariat, yaitu berupa perbuatan kekafiran dan kemaksiatan (dan permusuhan) menganiaya orang lain. Lafal al-baghyu disebutkan di sini secara khusus sebagai pertanda, bahwa ia harus lebih dijauhi; dan demikian pula halnya dengan penyebutan lafal al-fahsyaa (Dia memberi pengajaran kepada kalian) melalui perintah dan larangan-Nya (agar kalian dapat mengambil pelajaran) mengambil pelajaran dari hal tersebut. Di dalam lafal tadzakkaruuna menurut bentuk asalnya ialah huruf ta-nya diidghamkan kepada huruf dzal. Di dalam kitab Al-Mustadrak disebutkan suatu riwayat yang bersumber dari Ibnu Masud yang telah mengatakan, bahwa ayat ini yakni ayat 90 surah An-Nahl, adalah ayat yang paling padat mengandung anjuran melakukan kebaikan dan menjauhi keburukan di dalam Alquran.³³

4. Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan

Upaya peningkatan pelayanan dijelaskan dalam buku Buchori Alma peningkatan kualitas dalam pelayanan dapat di lakukan dengan berbagai

³³ Jalaluddin Asy-Syuyuthi, Jalaluddin Muhammad Ibn Ahmad Al-Mahalliy, *Tafsir Jalalain*.

cara hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Buatlah suasana persahabatan yang intim
- b. Bearkanlah hati konsumen agar merasa dirinya itu adalah orang penting.
- c. Tanamkanlah kepercayaan kepada dirinya agar ia mempunyai ilham atau inspirasi/pikiran
- d. Berikanlah jalan untuk mempermudah pembelian dalam menentukan keputusan.³⁴

Setiap perusahaan selalu ingin di anggap yang terbaik di mata pelanggannya. Pelanggan pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Berikut beberapa ciri pelayanan yang baik

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik
- b. Tersedia karyawan yang baik
- c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal sampai selesai.
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
- e. Mampu berkomunikasi
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
- h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.³⁵

Dalam upaya meningkatkan pelayanan, pihak perusahaan atau lembaga harus melaksanakan asas-asas dalam pelayanan antara laian:

112 ³⁴ Buchori Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta 20107),

³⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Pranada Media Grup, 2004), 186-187

- a. Empati dengan masyarakat/konsumen. Disini Karyawan perusahaan harus dapat berempati terhadap konsumen
- b. Pembatasan prosedur. Prosedur di buat sependek mungkin untuk mempermudah proses pelayanan bagi konsumen
- c. Kejelasan tata cara pelayanan. Pelayanan harus di disain nsesederhana mungkin dan dikomunikasikan kepada masyarakat/ konsumen
- d. Meminimalisir persyaratan pelayanan.
- e. Kejelasan kewenangan
- f. Transparasi biaya
- g. Kepastian jadwal dan durasi pelayanan
- h. Meminimalisir folmulir atau brosur
- i. Efektifitas penanganan keluhan.³⁶

Aspek-aspek di atas merupakan tahapan paling menentukan tercapai atau tidaknya maksud dan tujuan perusahaan. Dengan memperhatikan beberapa aspek untuk mempertahankan kualitas pelayanan dan produk di atas maka perusahaan dapat menawarkan produk dengan terus menjaga kualitas pelayanan maupun mengembangkan dan memodivikasi sesuai permintaan pasar pada tahun-tahun selanjutnya.

³⁶ Zainal Mukarom, Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan.*, 109-111

C. BRI Link

1. Pengertian BRI-Link

BRI-Link adalah salah satu konsep perluasan delivery channel BRI yang diharapkan dapat meningkatkan transaksi dan pelayanan kepada nasabah. Dengan konsep kerjasama berupa pemanfaatan biller BRI oleh agen BRI-Link, baik melalui sistem BRI atau sistem agen (pihak ketiga) BRI-Link dengan konsep sharing fee yang disepakati.³⁷

Agen BRI-Link merupakan layanan agen Laku Pandai milik Bank BRI. Dengan menggandeng pihak ketiga dalam hal ini nasabah BRI sebagai agen, agen BRI-Link memberikan berbagai layanan perbankan bagi masyarakat, baik nasabah BRI maupun non-nasabah BRI melalui pemanfaatan teknologi digital.³⁸

Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa BRI-Link merupakan unit lembaga keuangan yang berada di bawah naungan Bank Rakyat Indonesia (BRI). BRI-Link bertugas sebagai pihak yang dipercaya oleh BRI untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat melalui transaksi tunai maupun non-tunai. BRI-Link yang dimaksud adalah BRI Link yang berada di Pasar Tanggul Angin, Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur yang memiliki beberapa permasalahan pelayan yang perlu dikaji sebagaimana dikemukakan pada bab sebelumnya.

³⁷ Herman Ahmadi, "Analisis Penerapan BRI-Link di Bank BRI Kota Madiun Sebagai Upaya Mendorong *Financial Inclusion*", *Inventory: Jurnal Akuntansi*, Vol. 1, No. 2 (April 2018), 238

³⁸ Jeane Elisabeth Lelengboto, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Agen Brilink PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Bitung", *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5, No. 4 (2017), 459

2. Fungsi BRI-Link

BRI-Link adalah perluasan *delivery channel* yaitu salah satu fasilitas yang dapat melayani transaksi tunai maupun non tunai untuk fitur-fitur milik BRI atau pihak ke-III melalui Channel BRI dengan menggunakan konsep sharing fee. Dalam BRI-Link, BRI menjalin kerjasama dengan nasabah BRI untuk menjadi agen yang dapat melayani transaksi perbankan kepada masyarakat menggunakan sistem dan perangkat milik BRI maupun milik agen sendiri.³⁹

Melalui BRI-Link, BRI menyediakan layanan keuangan nirkantor hingga ke pelosok desa dan wilayah perbatasan. BRI-Link tidak hanya memberikan manfaat efisiensi operasional, namun juga memberikan kemudahan dalam bertransaksi masyarakat, baik yang sudah menjadi nasabah BRI maupun yang belum menjadi nasabah BRI.⁴⁰

Berdasarkan uraian di atas dapat dijelaskan bahwa fungsi adanya BRI-Link adalah sebagai sarana mempermudah bagi masyarakat yang ingin melakukan transaksi perbankan seperti setor dan tarik tunai/non-tunai ataupun transfer. BRI-Link ini tidak hanya bisa digunakan oleh nasabah BRI saja, masyarakat yang belum menjadi nasabah pun bisa memanfaatkan BRI-Link.

³⁹ Rosa Kumalasari, et. al., “Perlindungan Hukum Nasabah Pengguna Layanan Agen Brilink Pada Kegiatan Perbankan di Kantor Cabang BRI Parakan”, *Jurnal Law Reform*, Vol. 14, No. 1 (2018), 45

⁴⁰ Herman Ahmadi, “Analisis Penerapan BRI-Link di Bank BRI Kota Madiun Sebagai Upaya Mendorong *Financial Inclusion*”, 215

3. Kelebihan BRI-Link

Ada beberapa kelebihan yang bisa dirasakan oleh masyarakat, khususnya nasabah dengan adanya BRI-Link. Kelebihan tersebut diantaranya:

- a. Menghimpun dana murah melalui rekening dana agen.
- b. Meningkatkan *fee based income* dengan peningkatan perangkat BRI atau utilitas EDC BRI.
- c. Mengurangi *cost of transaction* BRI dengan mengalihkan transaksi yang ada di unit kerja BRI ke *e-channel* BRI.
- d. Memberikan kemudahan, kenyamanan, kecepatan dan keamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan baik bagi nasabah yang telah memiliki nomor rekening maupun yang belum memiliki nomor rekening.
- e. Memperluas jaringan mikro dan menambah jumlah nasabah (*customer based*).⁴¹

Pendapat di atas menggambarkan bahwa BRI-Link dalam operasionalnya memiliki kelebihan-kelebihan sebagaimana tersebut di atas. Kelebihan-kelebihan tersebut bisa dirasakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat karena di dalamnya mengandung unsur-unsur yang bersifat memudahkan masyarakat untuk bertransaksi.

⁴¹ Herman Ahmadi, "Analisis Penerapan BRI-Link di Bank BRI Kota Madiun Sebagai Upaya Mendorong *Financial Inclusion*", 239

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang dalam upaya menjawab pertanyaan yang timbul tentang gejala yang dilihat, dirasakan dan dialami. Jenis penelitian yang digunakan dalam menyusun skripsi ini adalah *Field Research* atau penelitian lapangan, yaitu penelitian yang “menggunakan informasi yang diperoleh dari sasaran penelitian yang selanjutnya disebut informan atau responden melalui instrumen pengumpulan data seperti angket, wawancara dan observasi”.⁴²

Penelitian ini mendeskripsikan informasi sebagaimana adanya sesuai dengan variabel yang diteliti. Dalam hal ini, peneliti akan mendeskripsikan tentang persepsi masyarakat Tanggul Angin, Lampung Tengah terhadap pelayanan Karyawan BRI-Link.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah semua data atau seorang yang memberikan informasi (informan) dan keterangan yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Adapun sumber data tersebut ialah:

⁴² Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam*, ed. rev (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 173.

1. Sumber Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data⁴³. Sumber data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Sumber informasi digali dari orang yang dianggap sangat mengetahui tentang persepsi masyarakat terhadap pelayanan Karyawan BRI-Link yang ada di Tanggul Angin. Sumber primer dalam penelitian ini mencakup:

- a. Pemilik BRI-Link; Pemilik agen merupakan pemilik sekaligus pendiri BRI-Link yang sudah semestinya memiliki persepsi terhadap pemberian pelayanan;
- b. Karyawan BRI-Link; Karyawan merupakan sumber data primer selanjutnya. Karyawan merupakan orang yang kesehariannya bertemu dan berinteraksi dengan nasabah/pelanggan; dan
- c. Nasabah/Pelanggan BRI-Link. Pelanggan merupakan seorang yang menggunakan layanan jasa BRI-Link yang dapat memberikan persepsi terhadap pelayanan yang dirasakan.

Berdasarkan tiga sumber data tersebut telah dapat memberikan persepsi terhadap pelayanan agen BRI-Link di Pasar Tanggul Angin, Punggur, Lampung Tengah yang terpadu dan terperinci sehingga dapat memberikan deskripsi terkait objek penelitian.

⁴³ *Ibid.*, 225.

2. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁴⁴ Sumber dari bahan bacaan bisa juga disebut sumber sekunder.⁴⁵

Adapun sumber sekunder yang peneliti gunakan di antaranya:

- a. *Fiqh Muamalah* (Hendi Suhendi)
- b. *Manajemen Perbankan* (Kasmir)
- c. *Undang-Undang RI No. 17 Tahun 2012 Tentang Perkoperasian*
- d. Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*
- e. Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode diantaranya sebagai berikut:

1. Wawancara

Interview merupakan proses pengumpulan data dimulai tanya jawab dengan orang yang dimintai keterangan yang diperlukan. Menurut Suharsimi, “*interview* adalah “sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (*interviewee*)”⁴⁶.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 137

⁴⁵ Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, 143.

⁴⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 198

Berdasarkan pendapat di atas dapat diambil pengertian bahwa *interview* adalah suatu teknik pengambilan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan terhadap orang yang dimintai untuk memberikan informasi dalam penelitian.

Penelitian ini memperoleh tiga informan yaitu:

- a. 3 orang pemilik BRI-Link salah satu dari ke 3 pemilik salah satunya sekaligus pengelola.
- b. 2 orang Karyawan BRI-Link
- c. 6 orang pengguna jasa BRI-Link

Banyaknya informan yang diwawancara secara keseluruhan 11 orang. Wawancara dihentikan pada angka tersebut didasarkan oleh jawaban informan yang cenderung jenuh. Satu BRI-Link dimiliki oleh satu orang agen/nasabah BRI. Setiap BRI-Link dijaga oleh satu atau dua orang Karyawan yang berjaga secara bergantian. Selain itu para nasabah kurang dan lebih merespon pertanyaan dengan jawaban yang cenderung sama. Dengan demikian sumber data dianggap telah mencapai titik jenuh dan wawancara dihentikan.

Penelitian ini menggunakan teknik *insidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai

sumber data.⁴⁷ Hal ini dilakukan sesuai dengan jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian lapangan, sehingga informan yang diwawancara adalah sumber data utama yang ditemukan saat penelitian.

Penelitian ini menggunakan bentuk interview bebas terpimpin, yaitu kombinasi dari *interview* bebas dan *interview* terpimpin. Dalam melaksanakan *interview*, pewawancara membawa pedoman yang hanya merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data yang akurat mengenai masalah yang diteliti, wawancara dilakukan secara langsung dengan informan yakni 3 Pemilik BRI-Link satu dari ke 3 pemilik salah satunya sekaligus sebagai pengelola, 2 Karyawan BRI-Link dan 6 nasabah pengguna jasa BRI-Link.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.⁴⁸

Berdasarkan pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa metode dokumentasi merupakan alat-alat untuk mendapatkan bukti-bukti sebagai hasil pengamatan dan pencatatan sistematis dari fenomena yang dapat diselidiki. Metode dokumentasi menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku panduan, lembaga, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 197

⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 274.

Peneliti diberi dokumentasi oleh pihak BRI-Link Pasar Tanggul Angin Lampung Tengah, dalam bentuk buku panduan, form-form terkait. Peneliti mencatat tentang profil BRI-Link Pasar Tanggul Angin Lampung Tengah, yang meliputi sejarah berdirinya, struktur organisasi beserta produk-produknya.

D. Teknik Analisis Data

Pencatatan data dilakukan di lapangan dengan pengumpulan data dan dicatat sebagaimana adanya. Dari data yang diperoleh, baik data lapangan maupun data kepustakaan yang dikumpulkan dan diolah dapat ditarik suatu kesimpulan. Teknik analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan cara berfikir induktif. Metode berfikir *induktif*, yaitu: “analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan.”⁴⁹

Metode *induktif* adalah metode yang “berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori”.⁵⁰ Teori induktif merupakan “suatu rangkuman tertulismengenai suatu kelompok hukum yang diperoleh secara empiris dalam suatu bidang tertentu. Di sini orang mulai dari data yang diperoleh dan dari data yang diperoleh itu datang suatu konsep yang teoritis”.⁵¹

Penelitian dengan metode *induktif* menganalisis persepsi masyarakat terhadap pelayanan Karyawan BRI-Link. Berdasarkan data-data mengenai

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 245

⁵⁰ *Ibid.*, 9.

⁵¹ *Ibid.*, 53.

data-data yang diperoleh yang sifatnya khusus, dianalisis menggunakan teori konsep ekonomi syariah.

E. Teknik Keabsahan Data

Teknik yang digunakan untuk menentukan keabsahan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Perpanjangan Keikutsertaan

Dilakukan dengan memperpanjang waktu penelitian. Perpanjangan keikutsertaan dalam penelitian memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan karena perpanjangan keikutsertaan, peneliti lebih banyak mempelajari dan dapat menguji ketidakbenaran informasi.

2. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan bertujuan untuk memenuhi kedalaman data. Ini berarti bahwa penelitian hendaknya mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap faktor-faktor yang menonjol.

3. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembentuk terhadap data itu.

Teknik Triangulasi dalam penelitian ini merupakan suatu teknik mencari data dalam sumber data yang sama dengan menggunakan teknik yang

berbeda yaitu wawancara dan dokumentasi. Teknik triangulasi yang digunakan yakni 1) Triangulasi data yakni “Triangulasi data diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu”.⁵² Beberapa pendapat yang diperoleh, peneliti cek ulang informasi yang didapat, berawal dari data hasil wawancara serta studi dokumentasi, dan 2) Triangulasi waktu yang dilakukan dengan cara “Melakukan pengecekan ulang wawancara dalam waktu atau situasi yang berbeda, sehingga akan memberikan data yang lebih valid dan lebih kredibel”.⁵³

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.*, hlm. 125.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.*, hlm. 128.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur

Kecamatan Punggur terdiri dari 15 Desa yakni, Desa 1) Mojopahit, 2) Ngestirahayu, 3) Astomulyo, 4) Tanggul Angin, 5) Tanggul Rejo, 6) Totokaton, 7) Badransari, 8) Saptomulyo, 9) Sritejo Kencono, 10) Nambahrejo, 11) Sidomulya, 12) Sumberrejo, 13) Srisawahan, 14) Purworejo, dan 15) Kota Gajah. Desa Tanggul Angin berbatasan langsung dengan desa Sidomulyo, Totokaton dan Pujodadi. Secara geografis dapat dilihat pada gambar berikut:¹

Gambar 4.1

Lokasi Desa Tanggul Angin, Kecamatan Punggur, Lampung Tengah



Sumber: Website Resmi kampung Tanggul Angin

¹ Website Resmi Kampung Tanggul Angin. <https://www.openstreetmap.org/#map=14/-5.0374/105.2280&layers=YNDG>

Desa Tanggul Angin secara resmi menjadi sebuah nama wilayah yang dihuni oleh para transmigran pada tahun 1955 namun berganti menjadi Kampung Tanggul Angin pada tahun 2000 sesuai dengan PP No. 72 tahun 2005 dan Perkab Lampung Tengah No. 20 tahun 2000. Kemudian pembangunan dan pengembangan desa terus dilakukan hingga tahun 1993 desa ini mendapat penghargaan sebagai Desa Swasembada. Artinya Desa Tanggul Angin telah berhasil mengembangkan wilayahnya sebagaimana tujuan pembangunan. Desa Tanggul Angin telah mampu mengoptimalkan potensi desa baik sumber daya alam maupun sumber daya manusianya. Desa memiliki tingkat perekonomian maju, fasilitas cukup memadai, dan keamatan tradisi sudah mulai berganti dengan keragaman.

Desa Tanggul Angin atau Kampung Tanggul Angin dahulu merupakan lahan hutan yang kemudian dibuka dan dihuni oleh para transmigran dari Pulau Jawa sekitar tahun 1954. Para transmigran tersebut antara lain berasal dari Jawa Tengah yakni Banyumas dan Solo sebanyak 73 Kepala Keluarga terdiri dari sekitar 300 jiwa, dan transmigran lainnya berasal dari Banyuwangi, Jawa Timur yang berjumlah 80 Kepala Keluarga atau sebanyak 350 jiwa. Dengan demikian penduduk awal desa Tanggul Angin berjumlah 650 jiwa.² Saat ini (2022) penduduk Desa Tanggul Angin

² Website Resmi Kampung Tanggul Angin. <https://tanggulangin.id/artikel/2016/8/26/sejarah-desadiunduh> 7 Mei 2022

berjumlah 4.941 jiwa yang terdiri dari 2.519 jiwa penduduk laki-laki dan 2.421 jiwa penduduk perempuan dan terdiri dari 1.466 Kepala Keluarga.³

Desa Tanggul Angin memperoleh predikat Desa Swasembada sebagai buah hasil dari warga desa dalam mengelola desanya. Kerjasama masyarakat dan pemerintah desa yang baik sehingga menjadikan perekonomian di Desa Tanggul Angin menjadi maju dan sangat baik. Hal ini terlihat pada keberhasilan desa dalam membangun fasilitas umum diantaranya:

- a. Pasar, yakni Pasar Taman Wisata Kuliner Kampung Tanggul Angin, dan Pasar Kambing.
- b. Sekolah, yakni SDN 1 Tanggul Angin, SDN 3 Tanggulangun, TK Pertiwi, dan Paud Kartini.
- c. Rumah Isolasi MBapak Agungri
- d. Bantuan, yakni BPNT, PKH, dan Bedah Rumah.

2. BRI-Link Pasar Tanggul Angin

BRI-Link merupakan hasil kerjasama Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan nasabah BRI sebagai agen perbankan. BRI-Link merupakan perluasan layanan BRI dimana BRI menjalin kerjasama dengan nasabah BRI sebagai Agen yang dapat melayani transaksi perbankan bagi

³ Website Resmi Kampung Tanggulangun. <https://tanggulangin.id/data-wilayah> diunduh 7 Mei 2022

masyarakat secara *real time online* menggunakan fitur EDC mini ATM BRI dengan konsep *sharing fee*.⁴

BRI-Link Tanggul Angin terletak di Desa Tanggul Angin, Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung. Desa Tanggul Angin memiliki tiga agen BRI-Link yang merupakan nasabah BRI sendiri. Ketiga agen tersebut yakni:

- a. BRI-Link I, milik Ibu Rizki
- b. BRI-Link II, milik Bapak Rahmad
- c. BRI-Link III, milik Ibu Ria

Fasilitas yang disediakan oleh BRI-Link dikelompokkan menjadi tiga kegiatan diantaranya:⁵

- a. Lakupandai, yakni pelayanan perbankan dan keuangan yang dilakukan tanpa melalui jaringan kantor. Fasilitas dalam pelayanan ini terdiri dari: *Cash In and Out, Report, Setoran Uang, Tarik Tunai, Isi Ulang Pulsa, dan Belanja Merchant*.
- b. Tunai, yakni pelayanan keuangan secara tunai yang terdiri dari pelayanan Setoran Pinjaman, Setoran Simpanan, dan Tark Tunai.
- c. Mini ATM BRI, yakni pelayanan keuangan non-tunai yang menggunakan *Electronic Data Capture (EDC)* yang berfungsi untuk melakukan transaksi sebagaimana bekerjanya mesin ATM

⁴ BRI. BRILink. <https://bri.co.id/brilink>. diunduh 7 Mei 2022

⁵ BRI. BRILink. <https://bri.co.id/brilink> diunduh 7 Mei 2022

pada umumnya. Pelayanan ini mencakup beberapa fasilitas diantaranya Registrasi Mobile Banking, Registrasi Internet Banking, Informasi Rekening, Transfer, Pembayaran, Isi Ulang Pulsa, dan Setor-Pasti.

a. Visi dan Misi BRI-Link Tanggul Angin

VISI : Bermanfaat bagi masyarakat dan memberi pelayanan terbaik serta bekerja secara professional.

MISI :

- 1) Menciptakan agen BRI-Link yang mampu memberi layanan perbankan kepada masyarakat sekitar secara santun, jujur dan professional
- 2) Membangun hubungan baik dan harmonis antar sesama agen BRI-Link dan agen BRI-Link dengan BRI
- 3) Menciptakan agen BRI-Link yang jujur, kreatif, inovatif dan professional
- 4) Meningkatkan kesejahteraan agen BRI-Link dari segi pendapatan melalui *fee* yang di dapat dari usaha agen BRI-Link.

b. SOP Pendirian BRI-Link dan Penentuan Tarif Transaksi

Pendirian Agen BRI-Link dilakukan oleh nasabah Bank BRI dengan memenuhi beberapa syarat dan ketentuan diantaranya:

- 1) Ada pembekuan uang sebesar Rp.3.000.000,- untuk digunakan sebagai saldo awal. Jumlah ini harus secara penuh (100%) untuk

transaksi yang nanti akan dilakukan. Hal ini dimaksudkan karena tidak ada talangan dari Bank BRI sehingga saldo yg dimiliki harus cukup untuk transaksi.

- 2) Adanya usaha utama. BRI-Link akan menjadi usaha kedua. Sering kita temui BRI-Link bersama atau bersampingan dengan usaha lain seperti toko, warung, *counter handphone* atau unit usaha lainnya.
- 3) Adanya lokasi/bangunan. Lokasi tidak ditentukan atau bebas didirikan dimana saja. Hal ini berkaitan dengan point kedua yang artinya sudah ada usaha, lokasi dan bangunan usahanya terlebih dahulu sebelum menjadi agen BRI-Link
- 4) Adanya pembagian hasil keuntungan sebesar 50% dari tarif transaksi. Tarif maksimal yang ditetapkan adalah Rp.3000,- untuk tarik tunai dan transfer ke sesama BRI dan Rp. 15.000-20.000,- untuk tarik tunai dan transfer antar bank.⁶

3. Persepsi Masyarakat Terhadap Pelayanan BRI-Link Pasar Tanggul Angin

Persepsi masyarakat terhadap BRI Pasar Tanggul Angin didasarkan pada hasil observasi dan wawancara pada informan (narasumber) yang telah ditentukan. Persepsi masyarakat dibentuk dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni, Pengalaman, Pengetahuan, Penalaran, dan Kepercayaan. Persepsi

⁶ Hasil Wawancara Iwal Diansah Petugas Agen BRI-Link (PAB) kantor Cabang Metro Juni 2022

juga diulas dan dikaji melalui dua pembahasan yakni 1) Kualitas Pelayanan Menurut Syari'ah Islam dan 2) Prinsip Pelayanan Bisnis Menurut Syari'ah Islam.

a. Pemaparan Hasil Wawancara BRI-Link Tanggul Angin

Berdasarkan hasil wawancara terhadap para informan yang berjumlah 11 orang yang terdiri dari enam orang nasabah BRI-Link dan tiga orang pemilik BRI-Link dan salah satu sari pemilik ia juga sebagai pengelola dan dua orang Karyawan BRI-Link di Pasar Tanggul angina, Kecamatan Punggu, Kota Metro. Adapun karakteristik informan dan hasil wawancara dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.1.
Karakteristik Informan

No.	Nama	Usia	Pekerjaan
1.	Rizki	29	Pemilik BRI-Link I
2.	Eka	23	Karyawan BRI-Link I
3.	Rahmad	28	Pemilik sekaligus pengelola BRI-Link II
4.	Ria	48	Pemilik BRI-Link III
5.	Anggi	25	Karyawan BRI-Link III
6.	Agung	28	Pedagang Pasar/pelanggan BRI-Link I
7.	Martinah	45	Pedagang/ pelanggan BRI-Link III
8.	Win	35	Karyawan Swasta/pelanggan BRI-Link I
9.	Diana	43	Ibu Rumah Tangga/pelanggan BRI-Link II
10.	Tutik	36	Pedagang Pasar/pelanggan BRI-Link III
11.	Maulana	43	Karyawan Swasta / pelanggan BRI-Link II

Sumber: Hasil Wawancara pada 7 April 2022

Karyawan BRI-Link rata-rata berusia antara 23-25 tahun dan pemilik BRI-Link rata-rata berusia antara 28-48 tahun. Dua pemilik

berjenis kelamin perempuan dandan satu pemilik berjenis kelamin laki-laki dan karyawan BRI-Link dua orang berjenis kelamin perempuan. Karyawan BRI-Link rata-rata memiliki latar belakang pendidikan jenjang SMA/MA sederajat. Karyawan BRI-Link yang telah menjadi Karyawan selama kurang dari satu tahun berjumlah satu orang dan satu orang lainnya sudah bekerja lebih dari satu tahun sedang BRI-Link yang kedua dikelola oleh pemiliknya langsung.

Sementara itu, nasabah BRI-Link yang peneliti temui sebagian besar merupakan pedagang (sekitar 50%). Para pedagang tersebut menggunakan jasa BRI-Link secara rutin minimal 2-3 kali dalam seminggu. Sedangkan informan lainnya merupakan warga sekitar yang melakukan kegiatan ekonomi di Pasar Tanggul Angin, Kecamatan Punggur. Mereka adalah seorang guru, Ibu rumah tangga dan Karyawan swasta. Informan tersebut tidak secara rutin menggunakan BRI-Link namun telah beberapa kali menggunakan jasa BRI-Link Pasar Tanggul Angin.

1) Hasil Wawancara Pemilik BRI-Link Pasar Tanggul Angin.

a) Point 1 - Pelaksanaan pelayanan di BRI-Link

Ketiga pemilik mengatakan bahwa pelayanan telah dilaksanakan sesuai dengan pedoman pelayanan BRI-Link.

b) Point 2 - Karyawan melaksanakan tugas sesuai dengan SOP

Satu orang pemilik mengatakan memiliki panduan (SOP) dalam melaksanakan pelayanan yang dilakukan oleh para Karyawan sedangkan dua pemilik lainnya tidak memiliki panduan (SOP)

dalam mengoperasikan BRI-Link yang dikelolanya. Pelaksanaan hanya dilakukan sebagaimana BRI-Link lainnya. Pemilik hanya memberikan arahan dan penjelasan tugas yang harus dilakukan oleh para Karyawan.

- c) Point 3 - Kinerja Karyawan sesuai prinsip pelaksanaan bisnis syari'ah.

Ketiga pemilik menjawab bahwa pelaksanaan BRI-Link tidak sesuai dengan prinsip pelayanan syari'ah. Ketiganya melaksanakan pengelolaan BRI-Link sebagaimana yang telah ditentukan dan diarahkan oleh Bank Induknya yakni Bank Rakyat Indonesia (BRI).

- d) Point 4 - Karyawan menanggapi keluhan para nasabah.

Ketiga pemilik menjawab bahwa Karyawan menanggapi keluhan dari nasabah/pelanggan. Baik berupa keluhan pelayanan, kesalahan dalam transaksi dan lain-lain. Setiap keluhan ditampung dan diatasi oleh Karyawan jika tidak terselesaikan maka akan dilaporkan kepada atasan yang dalam hal ini adalah pemilik. Salah satu pemilik menyampaikan bahwa “Dulu sempat terjadi gangguan, seorang nasabah itu melakukan tarik tunai dan tertarik sebanyak dua kali tapi uang *cash* yang disaldo sudah terpotong cuma ya satu kali transaksi. Nah Karyawanku bingung jadi nelpon ke saya dan saya minta buat nunggu setengah jam sampai satu jam kalau nggak kembali uangnya bisa diganti cash satu kali transaksi lagi”

- e) Point 5 - Upaya peningkatan kualitas pelayanan BRI-Link

Pelayanan diupayakan untuk ditingkatkan kualitasnya. Salah satu pemilik mengatakan bahwa melakukan pengecekan setiap hari senin dan kamis, satu orang lainnya mengatakan jarang melakukan pengecekan dan satu yang lainnya jarang terjun langsung ke lokasi tetapi selalu memantau dari cctv dan chat whatsapp.

2) Hasil Wawancara Karyawan BRI-Link Pasar Tanggul Angin.

a) Point 1 - Sistem pelayanan di BRI-Link Tanggul Angin.

dua informan yakni mengatakan bahwa Karyawan melayani sebagaimana pelanggan membutuhkan pelayanan. Pelayanan tersebut diantaranya tarik tunai, transfer, atau menabung. Dua informan lainnya mengatakan tidak ada sistem baku di BRI-Link yang datang dilayani.

b) Point 2 - Pedoman pelayanan di BRI-Link Tanggul Angin

Satu Karyawan mengatakan ada pedoman pelayanan. Pedoman tersebut merupakan pedoman umum yang disampaikan oleh pemilik BRI-Link (Agen), sedangkan satu Karyawan lainnya mengatakan tidak ada pedoman dalam pelayanan secara tertulis hanya diberi pengarahan sebelum memulai bekerja.

c) Point 3 - Jumlah pengguna jasa BRI-Link Tanggul Angin

Para Karyawan keseluruhan menjawab sama yakni banyak dengan jumlah yang bervariasi rata-rata berkisar antara 10-25 transaksi setiap hari. BRI-Link harus mencapai target 200 transaksi per bulan dan target tersebut alhamdulillah selalu tercapai.

d) Point 4 - Pengelolaan BRI-Link dalam upaya kepuasan pelanggan
Para Karyawan BRI-Link mengupayakan untuk membuka gerai tepat waktu yakni pada pukul 08.00 dan menyediakan tempat yang nyaman (bersih) untuk para pelanggan.

e) Point 5 - Evaluasi diri Karyawan terhadap pelayanan
Para Karyawan secara keseluruhan sepakat melakukan evaluasi diri jika diprotes atau dikomplain oleh pelanggan, tetapi jika tidak ada yang mengkritik maka Karyawan tidak melakukan evaluasi karena pelayanan dinilai sudah bagus.

f) Point 6 - Tindakan Karyawan jika terdapat pelanggan memberi penilaian kurang baik terhadap pelayanan yang dilakukan oleh BRI-Link Tanggul Angin.

Ke dua karyawan dan ke tiga pemilik (informan) menyampaikan menerima kritik pengunjung karena sadar diri manusia pasti memiliki kesalahan sehingga adakalanya perlu menerima kritik dan saran. Salah satu Karyawan mengatakan bahwa pernah ada pelanggan yang marah dan kesal karena pelayanannya saat tarik tunai. “Karena jaringan sempat ngadat jadi ibu itu ketarik dua kali jadi marah-marah. Kemudian saya menelfon Ibu (pemilik) dan memberikan saran untuk menunggu 30 menit maka akan otomatis kembali, namun jika tidak kembali ke rekening akan kami berikan tunai lagi sebanyak Rp.300.000

g) Langkah 7 - Langkah perbaikan dan peningkatan perbaikan pelayanan BRI-Link Tanggul Angin.

Kelima informan akan terus mencoba meningkatkan pelayanan. Adakalanya kesalahan bukan bersal dari kami tetapi pelanggan yang tidak sabar, tidak antri, atau jaringan yang tidak stabil sehingga pelayanan menjadi tidak berjalan baik. (Sumber: Hasil Wawancara 07 April 2022)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, diketahui bahwa pelaksanaan BRI-Link Tanggul Angin tanpa pedoman atau panduan secara tertulis. Pedoman hanya diberikan sesaat sebelum mulai bekerja (kontrak kerja). Para Karyawan merasa telah melakukan sesuai yang dianjurkan atau diperintahkan oleh pemilik BRI-Link (Agen) namun para Karyawan tidak melakukan evaluasi diri akan pelayanannya kecuali jika terdapat kritik (protes) dari pelanggan. Hal ini dikarenakan pelayanan dinilai telah memenuhi standard dan berjalan dengan baik sehingga tidak membutuhkan evaluasi.

3) Hasil Wawancara Nasabah Pengguna Jasa BRI-Link Pasar Tanggul Angin

a) Point 1 - Pengguna jasa BRI-Link Tanggul Angin

Tiga informan mengatakan bahwa banyak sekali pengguna jasa BRI-Link terutama pedagang-pedagang yang ada di Pasar Tanggul Angin. Baik yang berdagang di dalam Pasar maupun

pedagang yang sekedar berbelanja. Tiga Informan lainnya mengatakan kurang mengetahuinya siapa saja yang menggunakan jasa BRI-Link di Pasar. “Saya kurang tahu mas, biasanya saya kalau ke BRI sini keseringan ketemu sama orang-orang pasar. Kalau seperti saya kurang tahu”

- b) Point 2 - Sambutan Karyawan BRI-Link Tanggul Angin terhadap pelanggan

Para nasabah mengatakan bahwa mereka tidak disambut tetapi langsung ditanyakan keperluannya. “Ya, nggak disambut, langsung ditanya mau apa? tarik atau transfer? Gitu. Kalau di Bank BRI kan disambut selamat datang/siang ada yang bisa dibantu ibu”

- c) Point 3 - Pelayanan yang biasa diberikan oleh BRI-Link Tanggul Angin

Informan menyebutkan pelayanan yang biasa digunakan adalah tarik tunai, transfer, dan menyimpan uang.

- d) Point 4 - Pelayanan yang baik seharusnya dilakukan oleh BRI-Link Tanggul Angin.

Menurut informan mengatakan berbeda-beda. Empat diantanya mengatakan penanganan yang cepat. “Ya, kalau saya yang penting cepat saja penanganannya biar nggak antri mas”. Dua informan lainnya mengatakan sebaiknya pelayanan ditingkatkan terutama

pada sikap Karyawan yang kurang ramah dan penarikan tarif yang sangat besar.

- e) Point 5 - Sikap pelanggan terhadap Karyawan BRI-Link yang kurang sopan

Informan menyampaikan bahwa mereka bersikap kecewa, dan kesal. “Kalau saya ya kecewa mba, mungkin akan kesal” sedang lainnya berkata “Saya males mba ke BRI-Link itu lagi mba”

- f) Point 6 - Tarif yang dibebankan oleh BRI-Link Tanggul Angin

Informan secara keseluruhan menyampaikan bahwa tarifnya berbeda-beda diantaranya dimulai dari tariff Rp.3000,- s/d Rp.5.000,- untuk tarik tunai dan Rp.7.000,- s/d Rp.20.000,- untuk keperluan transfer.

- g) Point 7 - Alasan BRI-Link Tanggul Angin menetapkan tariff tersebut.

Keenam nasabah (informan) sepakat tidak mengetahui dasar penetapan tarif tersebut. “Saya tidak tau ya mas apa dasar mereka menetapkan tarif itu. Kalau Rp.3.000 amanlah tapi kalau sudah Rp.5.000 seperti BRI-Link yang disana ya lumayan mas”. Lainnya mengatakan tarif transfer antar bank yang sangat besar. “Ya, masak transfer bisa sampai Rp.20.000 ya besar banget to mas. Kalau nggak kepepet saya juga males mas”

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa para nasabah (pelanggan) menyampaikan bahwa pelayan di BRI-Link

kurang baik karena tidak disambut dengan ramah melainkan langsung ditanyakan keperluannya. Saat obesrvasi peneliti juga mendapati bahwa dua dari tiga BRI-Link melayani dengan raut wajah yang kurang ramah terutama pada pelanggan atau nasabah yang bukan pelanggan tetap (orang tidak dikenal). Karyawan juga mendahulukan orang yang dikenal saat para pelanggan sangat ramai.

Para pelanggan merasakan kekecewaannya saat terjadi kesalahan maupun ketidak adila pelayanan Karyawan BRI-Link. Para pelanggan berharap bahwa pelayanan sebaiknya cepat namun tepat (gesit). Kemudian penarikan tarif jasa agar tidak terlalu besar terutama pada jasa transfer meskipun demikian jasa ini sebenarnya jarang digunakan. Harapannya BRI-Link dapat memberi pelayan yang lebih baik dan memuaskan para pelanggan (nasabah).

B. Pembahasan

1. Persepsi Masyarakat Terhadap Pelayanan BRI-Link Tanggul Angin Berdasarkan Faktor Pembentuk Persepsi

Persepsi adalah proses manusia dalam menginterpretasikan, memberi makna terhadap apa yangyang terjadi dilingkungan sekitar. Menurut Asrori Proses individu dalam menginterprestasikan, mengorganisasikan dan memberi makna terhadap stimulus yang berasal dari lingkungan dimana

individu itu berada yang merupakan hasil dari proses belajar dan pengalaman.⁷

Persepsi terjadi bukan serta merta dan seketika melainkan telah karena telah melalui proses. Proses tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor yakni: Pengalaman, Pengetahuan, Penalaran, Kepercayaan.

a. Faktor-Faktor Pembentukan Persepsi Masyarakat Pasar Tanggul Angin

1) Pengalaman

Para pelanggan telah memiliki pengalaman berbeda-beda. Satu nasabah baru sekali itu menggunakan layanan BRI-Link Pasar Tanggul Angin. Dua nasabah telah lebih dari 3 kali melakukan transaksi di BRI-Link Pasar Tanggul Angin sedangkan tiga lainnya selalu menggunakan BRI-Link dalam melakukan transaksi keuangan. Hal ini dikarenakan nasabah merupakan pedagang di Pasar Tanggul Angin dan sering membutuhkan pelayanan BRI-Link.

2) Pengetahuan

Para nasabah/pelanggan keseluruhan telah mengetahui tata kelola, sistem kerja BRI-Link, serta tarif yang ditetapkan sebelum melakukan transaksi. Nasabah yang mengetahui hal tersebut secara langsung maupun diberitahu oleh pihak BRI-Link Pasar Tanggul Angin

⁷ Asrori, Mohammad. Psikologi Pembelajaran. Bandung: CV Wacana Prima. 2009

3) Penalaran

Tiga pelanggan/Nasabah tetap menggunakan BRI-Link Pasar Tanggulangin karena kebutuhan meskipun sedikit lebih mahal atau berbeda-beda. Sedangkan tiga nasabah lainnya belum tentu menggunakan karena pengalaman yang kurang baik.

4) Kepercayaan

Tiga pelanggan/Nasabah memiliki kepercayaan terhadap BRI-Link Pasar Tanggulangin. Tiga lainnya kurang memiliki kepercayaan karena pengalaman yang kurang baik.

(Sumber: Wawancara, 15 April 2022)

Berdasarkan penggambaran pelanggan/nasabah tentang persepsinya terhadap pelayanan BRI-Link di Pasar Tanggulangin. Hasil wawancara di atas mendeskripsikan pengetahuan dan pengalaman pelanggan/nasabah bersama BRI-Link Pasar Tanggulangin. Pengetahuan dan pengalaman tersebut menjadi dasar pelanggan/nasabah dalam melakukan penalaran. Penalaran yang dimaksud adalah pemikiran dalam upaya penarikan kesimpulan. Kesimpulan yang dimaksud adalah keputusan untuk kembali menggunakan atau berhenti menggunakan pelayan.

Faktor terakhir yakni faktor kepercayaan. Pelanggan/nasabah yang memiliki kepercayaan akan terus melanjutkan transaksi di BRI-Link Pasar Tanggul Angin. Artinya pelanggan memiliki persepsi positif, namun pelanggan yang tidak memiliki kepercayaan maka akan menghentikan

kerjasama atau berhenti menggunakan layanan dari BRI-Link. Dengan demikian dapat diartikan bahwa persepsi para pelanggan tersebut merupakan persepsi negatif.

Berdasarkan uraian dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa tiga pelanggan memiliki persepsi positif dan tiga pelanggan lainnya memiliki persepsi negative terhadap BRI-Link Pasar Tanggul Angin, Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah. Untuk memperoleh hasil lain persepsi masyarakat Pasar Tanggul Angin maka pengkajian dilanjutjan melalui indikator lainnya yakni: a. Kualitas Pelayanan Menurut Syari'ah Islam dan b. Prinsip Pelayanan Bisnis Menurut Syari'ah Islam.

2. Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Menurut Syari'ah Islam

Kualitas pelayanan merupakan mutu atau keunggulan suatu lembaga dalam upaya memberikan pelayanan jasa. Menurut beberapa sumber diantaranya Fandy Tjiptono, Syamsi, kajian Syari'ah Islam terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yakni: 1) Reliabilitas (*Reability*), 2) Daya Tanggap (*Responseveness*), 3) Jaminan (*Assurance*), 4) Empati (*Empathy*), dan 5) Bukti Fisik (*Tangibles*).

1) Reabilitas (*Reability*)

BRI-Link Tanggul Angin memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan yang akurat terutama pada penarikan tunai, transfer, dan tabungan jumlah/nilai uang disampaikan secara akurat dan sesuai. Selain itu reabilitas dilihat dari sikap simpati Karyawan terhadap

pelanggan. Hal ini kurang terlihat karena Karyawan terkadang memberi sikap cuek dan terburu-buru dalam melayani nasabah. Qur'an Surah Al-Ahzab ayat 21 dengan jelas menerangkan bahwa pelayanan harusnya diberikan secara baik (handal) dan penuh tanggung jawab, sikap karyawan yang sopan dan ramah dalam melaksanakan aktivitas perdagangan termasuk jasa.

Masyarakat berharap diberikan pelayanan dan simpati yang sama sebagaimana pelayanan yang seharusnya diberikan oleh karyawan BRI-Link.

2) Daya Tanggap (*Responseveness*)

Daya tanggap atau respon Karyawan BRI-Link Tanggul Angin termasuk tidak konsisten hal ini terlihat saat melayani para konsumen (pelanggan/nasabah) berbeda-beda. Ketika melayani nasabah yang dikenal maka sikapnya baik namun pelayann juga terkesan lebih lama karena mereka banyak berbincang. Sedangkan pada pelanggan yang tidak merupakan orang dikenal atau pelanggan tetap cenderung dilayani dengan cepat dan kurang sopan (cuek).

Masyarakat berharap bahwa pelayan seharusnya dilakukan dengan cepat dan tanggap tanpa membeda-bedakan pelanggan (nasabah). Boleh beramah tamah dan dekat namun tetap tanggap dan cepat, serta tepat. Asy-Syuyuthi dan Jalaluddin Muhammad Ibn Ahmad Al-Mahalliy dalam Kitab Tafsir-nya mengemukakan bahwa pelayanan suatu perusahaan juga harus menepati komitmennya dalam melakukan

pelayanan atau beresiko ditinggalkan pelanggan. Hal ini harusnya menjadi perwujudan slogan BRI yakni “Melayanu Setulus Hati”

3) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan merupakan kemampuan Karyawan dalam menyakinkan pelanggan bahwa dirinya menguasai tipe dan cara kerja setiap produk (layanan) yang disediakan. Produk (layanan) yang berkualitas, sikap ramah tamah, tutur sopan dan santun, terampil dalam memberikan informasi dan menanamkan kepercayaan konsumen terhadap BRI-Link. Jaminan (*assurance*) yang diberikan oleh BRI-Link Tanggul Angin tidak terlihat dengan nyata. Karyawan memang memiliki kemampuan dan pengetahuan produk dengan penguasaan yang sangat baik, namun jaminan lain seperti tutur sapa sopan seperti yang disampaikan sebelumnya serta kurangnya dalam pemberian informasi kepada pelanggan karena pelayanan yang sering terburu-buru dan komunikasi yang kurang baik antara Karyawan dan pelanggan. Hal ini tidak sesuai dengan apa yang disampaikan dalam Kitab Tafsir Asy-Syuyuthi dan Jalaluddin Muhammad Ibn Ahmad Al-Mahalliy yang berisi bahwa pelayan konsumen hendaknya selalu memperhatikan etika komunikasi dan tidak melanggar syari’ah Islam.

4) Empati (*Empathy*)

Empati adalah kemampuan memberikan perhatian dari Karyawan BRI-Link kepada pelanggan. BRI-Link Tanggul Angin memang memberikan perhatian (empati) kepada pelanggan namun tidak

diberikan secara adil. Hal ini terlihat pada proses transaksi ketika penelitian serta keterangan para pelanggan bahwa empati banyak diberikan kepada pelanggan tetap atau pelanggan yang dikenal. Tindakan ini sangat baik karena memberikan perhatian secara individual (pribadi) namun hal ini menjadi kurang baik karena mengganggu proses transaksi pelanggan lainnya. Kitab Tafsir Asy-Syuyuthi dan Jalaluddin Muhammad Ibn Ahmad Al-Mahalliy juga menerangkan bahwa empati (perhatian) sebaiknya diberikan dengan berlandaskan keimanan. Dengan kata lain empati diberikan secara adil kepada setiap pelanggan baik yang dikenal maupun tidak dikenal sesuai dengan syari'ah Islam sebagaimana slogan BRI yang telah dikemukakan yakni "Melayani setulus hati"

5) Bukti Fisik (*Tangibles*)

BRI-Link Tanggul Angin memiliki bukti fisik yakni kenampakan fisik gedung agen yang digunakan dalam melakukan pelayanan. Gedung mulai dibuka pada pukul 08.00-18.00. waktu ini dapat berubah sesuai dengan Karyawan BRI-Link yang menjaga adakanya dibuka dan ditutup lebih awal atau lebih akhir. Pemilik Agen BRI-Link diberikan kebebasan untuk membuat usahanya dimanapun. "Prosedur pembuatan harus memiliki usaha lain, tidak hanya BRi-Link. Artinya brilink harus

menjadi usaha yang ke-2. Sementara lokasi tidak ada penentuan lokasi bebas dimana saja”⁸

Investasi bukti fisik yang dimiliki lainnya adalah mesin atm mini yang digunakan untuk bertransaksi. Dalam satu agen BRI-Link terdapat minimal satu mesin namun ada juga BRI-Link B Pasar Tanggul Angin memiliki dua mesin atm mini. Bukti fisik lainnya yakni adalah penampilan pengelola BRI-Link dan Karyawannya yang berpenampilan rapih dan sopan sesuai dengan Kitab Tafsir Asy-Syuyuthi dan Jalaluddin Muhammad Ibn Ahmad Al-Mahalliy bahwa Allah mengajarkan untuk berpakaian yang menutup aurat sebagaimana pakaian orang bertaqwa, serta berakhlak baik.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di BRI-Link Tanggul Angin, Kecamatan Punggur dikategorikan berkualitas kurang baik. Hal ini dilihat dari lima dimensi utama penilaian kualitas pelayanan yakni Reabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti fisik. Dua dari lima dimensi (indikator) penilaian memiliki nilai positif (baik) yakni Dimensi Jaminan (*Assurance*) dan Bukti Fisik (*Tangibles*) sedangkan tiga dimensi (indikator) lainnya memiliki nilai negative (kurang baik) yakni Dimensi Reabilitas (*Reability*), Daya Tanggap (*Responseveness*), dan Empati (*Empathy*). Dengan kata lain

⁸ Hasil Wawancara Iwal Diansah Petugas Agen BRI-Link (PAB) kantor Cabang Metro Juni 2022

persepsi masyarakat Pasar Tanggul Angin terhadap pelayan BRI-Link adalah persepsi negatif. Dengan kata lain, masyarakat yang merasa tidak diperlakukan dengan adil sehingga pelayanan dipersepsikan secara negatif. Masyarakat pada umumnya berharap dipelakukan sama dan dilayani dengan baik, cepat tepat dan penuh ramah tamah serta kesopanan.

3. Persepsi Masyarakat Terhadap Pelayanan BRI-Link Ditinjau dari Prinsip Pelayanan Bisnis Menurut Syari'ah Islam

1) Tolong menolong (*Ta'awun*)

Prinsip tolong menolong (*ta'awun*) memiliki prinsip negative. BRI-Link tidak menerapkan prinsip tolong menolong secara gratis, melainkan merupakan bisnis. Prinsip tolong menolong yang dilakukan yakni saling membantu dalam melancarkan kegiatan transaksi. Karyawan membantu pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya yakni keperluan tarik tunai saat pelanggan membutuhkan uang tunai, transfer ketika pelanggan membutuhkan bantuan untuk mengizinkan uang dan terakhir membantu pelanggan untuk menyimpan uangnya tanpa harus mengantri ke Bank Rakyat Indonesia (BRI) pusat atau kantor cabang.

Tolong menolong (*Ta'awun*) tertuang dalam Al-Qur'an Surah Al-Maidah ayat 2 yakni:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تُحِلُّوْا شَعِيْرَ اللّٰهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ
وَلَا الْقُلَيْدَ وَلَا ءَامِيْنَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُوْنَ فَضْلًا مِّنْ رَّبِّهِمْ
وَرِضْوَانًا ۗ وَاِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوْا ۗ وَلَا تَجْرِمَنكُمْ سَهْوًا ۗ قَوْمٍ اَنْ
صَدُوْكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ اَنْ تَعْتَدُوْا ۗ وَتَعَاوَنُوْا عَلٰى الْبِرِّ
وَالْتَقْوٰى ۗ وَلَا تَعَاوَنُوْا عَلٰى الْاِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ
شَدِيْدُ الْعِقَابِ ﴿٥٦﴾

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qala'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya," (Q.S Al-Maidah: 2)⁹

Dalam surah lainnya Allah Ta'alah juga menyampaikan:

اِنَّمَا الْمُؤْمِنُوْنَ اِخْوَةٌ فَاَصْلِحُوْا بَيْنَ اٰخْوَانِكُمْ ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ
تُرْحَمُوْنَ ﴿١٠﴾

"Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah antara kedua saudaramu (yang berselisih) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu mendapat rahmat," (Al-Hujurat: 10)¹⁰

⁹ Al-Qu'an Online. Kementerian Agama Republik Indonesia <https://quran.kemenag.go.id>.
Diunduh 15 Mei 2022

¹⁰ Al-Qu'an Online. Kementerian Agama Republik Indonesia <https://quran.kemenag.go.id>.
Diunduh 15 Mei 2022

Berdasarkan prinsip yang pertama yakni tolong menolong atau *ta'awun* kedua belah pihak pelanggan dan Karyawan menerapkan prinsip ini dengan baik. Hal ini terlihat pada kerjasama yang terjadi dalam keseharian. BRI-Link membantu masyarakat untuk melakukan transaksi keuangan seperti tarik tunai, simpanan, sertoran dan kebutuhan akan listrik dan pulsa. Kemudian masyarakat membantu para agen BRI untuk menjalankan bisnis dan usahanya. Meskipun dalam pelaksanaannya terdapat unsur jual beli karena adanya biaya (tarif) yang harus dibayarkan pelanggan sebagai biaya pengguna jasa BRI-Link.

Prinsip tolong menolong (*ta'awun*) dengan tanpa pamrih untuk zaman modern seperti sekarang akan sulit diterapkan mungkin baiknya dilaksanakan dengan prinsip kerelaan dalam pemberian dan penerimaan tarif. Tarif yang ditetapkan pun berbeda-beda mulai dari Rp.3.000 hingga Rp.5.000 untuk tarik tunai dan Rp.10.000 hingga Rp.20.000 untuk satu kali transaksi transfer. Peneliti pernah menggunakan BRI-Link di daerah lampung timur yang memiliki tariff yang lebih rendah yakni antara Rp.2000 hingga Rp.3.000. sedangkan untuk transfer mulai dari Rp.10.000 hingga Rp.12.000.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu Petugas Agen BRI-Link (PAB) Kantor Cabang Metro, Bapak Iwal terkait penetapan tarif dalam pengelolaan BRI-Link sebagai berikut:¹¹

1. Penentuan Tarif Transfer Sesama BRI

Pemilik Agen BRI-Link diberikan kebebasan untuk menentukan tarif yang diberlakukan. Bank BRI hanya memberikan batas kerjasama yakni Rp.3000,- sebagaimana “Untuk batas maksimal penetapan harga untuk tiap transaksi tidak ada batasan dari BRI-Link. Teknisnya semua tergantung pemilik BRI-Link. Dari Bank BRI untuk transfer kesesama dan tarik kesesama Rp.3000/transaksi dengan pembagian 50% per transaksi. Jadi, hanya Rp.1.500,- untuk Bank. Kalau teknis di lapangan biasanya berbeda-beda harga dan perhitungannya nggak per transaksi tetapi per Rp. 1.000.000,-“

2. Penentuan Tarif Transfer Antar Bank

Pemilik Agen BRI-Link juga diberikan kewenangan untuk menentukan tarif transfer dan tarik tunai antar bank. “Untuk tarif transfer kelain bank dikenakan tarif dari BRI sekitar Rp.15.000-Rp.25.000,; Kalau teknisnya tergantung dari pemilik BRI-Linknya. Potongannya 50% sesuai harga yang ditentukan Bank BRI bukan dari harga yang diberikan oleh pemilik BRI-Link”

¹¹ Hasil Wawancara Iwal Diansah Petugas Agen BRI-Link (PAB) kantor Cabang Metro Juni 2022

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa penentuan besaran tarif sepenuhnya diserahkan oleh pemilik Agen BRI-Link. Agen BRI-Link memberikan tarif antara Rp.5000-7000,- namun keuntungan yang diberikan kepada Bank tetap 50% dari batas maksimum yang diberikan yakni Rp.3000,- sehingga dari tarif yang ditarik dari nasabah sebesar Rp.1.500,- akan diberikan kepada bank sedangkan sisanya menjadi keuntungan pemilik BRI-Link. Demikian pula dengan tariff antar bank yang ditetapkan adalah anantara Rp.15.000-20.000,- Keuntungan tersebut dibagi dengan Bank sebesar 50% yakni antara Rp. 7500-10.000,- Adakalanya BRI-Link menarik tarif sebesar Rp.25.000,- dengan tujuan untuk menambah keuntungan mereka. Sebagaimana kita ketahui bersama bahwa transfer antar bank baik di Agen BRI, ATM maupun Bank jika antar Bank akan dikenakan biaya transfer sebesar Rp.6.500 maka dengan demikian Bank tetap menarik Rp.1.500,- dari BRI-Link sebagaimana tarik dan transfer kesama BRI.

2) Kemudahan (*At-Taysir*)

Prinsip pelayanan yang kedua yakni kemudahan yang memiliki persepsi positif bagi masyarakat dan netral bagi agen BRI. Prinsip ini terlihat dalam transaksi BRI-Link Tanggul Angin. Karyawan dan pelanggan saling memberikan kemudahan karena terjadi perputaran uang dalam aktivitas keseharian BRI-Link Tangguangin. Pelanggan yang melakukan tarik tunai mengambil uang dari agen sementara agen

mendapatkan uang dari pelanggan yang menyimpan uang. Kemudahan lainnya tidak membutuhkan syarat khusus seperti yang dilakukan di Bank (kantor pusat/cabang) seperti membawa buku tabungan atau antri lebih lama.

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ ۚ فَمَن شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ ۖ وَمَن كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ ۗ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُم ۖ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿١٨٥﴾

Artinya: “Bulan Ramadan adalah (bulan) yang di dalamnya diturunkan Al-Qur'an, sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang benar dan yang batil). Karena itu, barangsiapa di antara kamu ada di bulan itu, maka berpuasalah. Dan barangsiapa sakit atau dalam perjalanan (dia tidak berpuasa), maka (wajib menggantinya), sebanyak hari yang ditinggalkannya itu, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, agar kamu bersyukur” (Q.S. Al-Baqarah:185)¹²

Prinsip kemudahan (*At-Taysir*) terlaksana dengan baik. Hal ini terlihat pada kemudahan yang diberikan BIR-Link kepada pelanggan dalam mengambil uang, menyimpan uangnya tanpa perlu antri panjang seperti di Bank Kantor Cabang maupun Kantor Pusat. BRI-Link terdapat di beberapa jumlahnya dalam satu tempat

¹² Al-Qu'an Online. Kementerian Agama Republik Indonesia <https://quran.kemenag.go.id> diunduh 15 Mei 2022

sebagaimana di Pasar Tanggulangin yang memiliki tiga buah BRI-Link. Meskipun demikian prinsip kemudahan belum nampak secara nyata yang dirasakan oleh Agen atau pemilik BRI-Link.

3) Persamaan (*Musawah*)

Prinsip persamaan (*musawah*) memiliki persepsi negative. Persamaan dalam pelayanan bisnis harusnya diindahkan oleh para penyedia jasa dan menjadi salah satu dasar dalam menjalankan bisnisnya. BRI-Link Pasar Tanggul Angin tidak melaksanakan prinsip persamaan atau *musawah*. Hal ini terlihat dari pelayanan nasabah yang terlihat berbeda ketika melayani peggan yang dikenal dengan pelanggan yang tidak dikenal atau pelanggan baru. Pelanggan/nasabah yang dikenal akan lebih diramah tamah, dan dilayani lebih lama karena berbincang-bincang. Beda halnya dengan pelanggan baru atau pelanggan yang tidak dikenal akan dilayani alakadarnya (sesuai keperluan) dan terkesan cuek juga terburu-buru. Allah subhanahu wata'ala berfirman dalam Qu'an Surah Al-Hujurat ayat ke 14 yang berbunyi sebagai berikut:

قَالَتِ الْأَعْرَابُ ءَأَمْنَا ۗ قُلْ لَمْ تُؤْمِنُوا وَلَكِنْ قُولُوا أَسْلَمْنَا وَلَمَّا
 يَدْخُلِ الْإِيمَانُ فِي قُلُوبِكُمْ ۗ وَإِنْ تُطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ لَا يَلِتْكُمْ مِنْ
 أَعْمَالِكُمْ شَيْئًا ۗ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿١٤﴾

Artinya: “Wahai manusia! Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu

saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Maha teliti” (Q.S. Al-Hujurat: 14)¹³

Selain pengamalan prinsip syari’ah dalam berbisnis, prinsip kesamaan atau *musawah*, dalam kenegaraan pun telah tertuang dalam Lima Dasar Negara yang dikenal dengan Pancasila yakni Sila ke Tiga yang berbunyi “Kemanusiaan yang Adil dan Beradab” Artinya sebagai sesama manusia kita harus berperilaku adil yang berarti tanpa membedakan dan sesuai dengan porsinya. Pelayanan sebaiknya dilakukan dengan adil tanpa membedakan. Kemudian kata yang selanjutnya beradab, artinya dalam melakukan pelayanan sebaiknya dengan menggunakan adab yang sebagaimana mestinya.

Hal ini juga selayaknya ungkapan bahwa “Pembeli adalah Raja” sebagaimana semestinya pelayan melayani rajanya atau Karyawan terhadap pelanggannya. Pelanggan/Nasabah adalah pengguna (pembeli) jasa sehingga harusnya dilayani dengan sangat baik.

4) Mencintai (*Muhabbah*)

Pinsip mencintai (*muhabbah*) memiliki persepsi positif. Prinsip mencintai adalah fitrahnya manusia. Pelanggan adalah manusia, Karyawan juga merupakan manusia yang artinya bahwa sudah selayaknya sesama manusia saling mencintai. Terutama dalam hal

¹³ Al-Qu’an Online. Kementerian Agama Republik Indonesia <https://quran.kemenag.go.id>.
Diunduh 15 Mei 2022

bisnis. Seseorang yang akan memulai sebuah bisnis pada dasarnya telah mencintai dunia bisnis yang akan dimulai, karena dengan mencintai bisnisnya seseorang akan mencurahkan waktu, tenaga dan pikirannya pada bisnis yang dicintainya.

Prinsip saling mencintai juga baiknya diterapkan pula oleh Karyawan kepada pelanggan hal ini menjaga hubungan antar keduanya agar tidak saling berselisih paham atau bahkan menghina karena pelayanan yang tidak baik. Allah berfirman dalam Quran Surah Al-Maidah ayat 112 yang berbunyi:

إِذْ قَالَ الْحَوَارِثُوتُ يٰعِيسَى ابْنَ مَرْيَمَ هَلْ يَسْتَطِيعُ رَبُّكَ أَنْ
يُنزِلَ عَلَيْنَا مَائِدَةً مِنَ السَّمَآءِ ۗ قَالَ اتَّقُوا اللَّهَ إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ



Artinya: “Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka (berpegang) pada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia. Mereka mendapat murka dari Allah dan (selalu) diliputi kesengsaraan. Yang demikian itu karena mereka mengingkari ayat-ayat Allah dan membunuh para nabi, tanpa hak (alasan yang benar). Yang demikian itu karena mereka durhaka dan melampaui batas” (Q.S. Al-Maidah: 112)¹⁴

Prinsip saling mencintai (*muhabbah*) memiliki persepsi positif bagi Karyawan, karena keberadaan BRI-Link menjadi suatu kebaikan dalam masyarakat. Seorang Karyawan yang memiliki cita-cita menjadi Banker namun tidak dapat digapai dengan jenjang pendidikan yang dimilikinya setidaknya dapat menjadi Karyawan BRI-Link yang

¹⁴ Al-Qu’an Online. Kementerian Agama Republik Indonesia <https://quran.kemenag.go.id>.
Diunduh 15 Mei 2022

sejatanya mirip. Kecintaan Karyawan akan lembaganya membawa kebermanfaatan dan semangat dalam menumbuh kembangkan usaha. Sementara para pelanggan/nasabah mencintai dengan cara membangun komunikasi dan kerjasama dengan BRI-Link Pasar Tanggul Angin dan team yang tergabung di dalamnya.

5) Lemah Lembut (*Al-Layin*)

Pinsip lemah lembut (*al-layin*) dalam penyedia jasa BRI-Link Pasar Tanggul Angin dipersepsikan negative oleh masyarakat. Hal ini terlihat dari hasil wawancara dan observasi pada ke-tiga agen BRI yang menunjukkan bahwa pelayanan terkesan buru-buru dan cuek. Artinya prinsip lemah lembut dan penerapan slogan BRI “Melayani dengan setulus Hati” tidak diindahkan oleh para Karyawannya. Pelayanan akan nampak baik ketika Karyawan mengenal dekat pelanggan/nasabah namun ada kalanya karena terlalu dekat akhirnya menjadikan kedekatan terlihat tidak sopan/tidak lembut.

Allah SWT berfirman dalam Qur'an Surah Ali-Imran ayat 159 tentang kelemahan lembutan sebagai berikut:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّهُمْ[ۙ] وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ[ۙ] وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ[ۙ] وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ[ۙ]
فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ[ۙ] إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka

dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal (Q.S. Ali-Imran:159)¹⁵

6) Kekeluargaan (*Ukhuwah*)

Prinsip kekeluargaan (*ukhuwah*) dipersepsikan negative. Hal ini berdasarkan ulasan atau pembahasan-pembahasan seblumnya yang kurang mencerminkan kekeluargaan dalam melaksanakan bisnis BRI-Link Pasar Tanggul Angin. Prinsip kekeluargaan sebenarnya telah banyak Allah jelaskan dalam Al-Qur'an salah satunya yakni Q.S Al-Hujurat ayat ke 10 berikut:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah antara kedua saudaramu (yang berselisih) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu mendapat rahmat” (Q.S. Al-Hujurat: 10)¹⁶

Berdasarkan pembahasan persepsi masyarakat terhadap BRI-Link Pasar Tanggul Angin yang ditinjau dari Prinsip Pelayanan Bisnis Menurut Syari'ah Islam bernilai Negatif. Terdapat enam prinsip pelayanan bisnis syari'ah empat diantaranya dipersepsikan negatif yakni Prinsip Tolong Menolong (*Ta'awun*), Kesamaan (*Musawah*), Lemah Lembut (*Al-Layin*), dan Kekeluargaan (*Ukhuwah*), satu

¹⁵ Al-Qu'an Online. Kementerian Agama Republik Indonesia <https://quran.kemenag.go.id>, diunduh 15 Mei 2022

¹⁶ Al-Qu'an Online. Kementerian Agama Republik Indonesia <https://quran.kemenag.go.id>, diunduh 15 Mei 2022

dipersepsikan positif yakni Prinsip Kemudahan (*At-Taysir*) dan satu lainnya dipersepsikan netral yakni Prinsip Mencintai (*Muhabbah*).

Masyarakat mempersepsikan negatif pelayanan BRI-Link melalui tinjauan prinsip-prinsip pelayanan bisnis. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan beberapa prinsip pelayanan, sehingga masyarakat merasa tidak dilayani dengan baik. Pada prinsipnya masyarakat hanya ingin disamakan tanpa dibedakan dengan pelanggan lainnya, dilayani dengan lemah lembut, adanya unsur kekeluargaan sebagai sesama nasabah BRI.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Persepsi masyarakat terhadap BRI-Link Pasar Tanggul Angin ditinjau dari beberapa kajian berikut: *Pertama*, Faktor-faktor pembentukan persepsi yakni Pengalaman, Pengetahuan, Penalaran dan Kepercayaan. Hasil menunjukkan bahwa BRI-Link bernilai seimbang antara positif dan negative. *Kedua*, persepsi masyarakat terhadap BRI-Link berdasarkan Kualitas Kualitas Pelayanan Menurut Syari'ah Islam. Hasil menunjukkan bahwa BRI-Link Tanggul Angin berkualitas kurang baik. Dua dimensi yakni Jaminan (*Assurance*) dan Bukti Fisik (*Tangibles*) dipersepsikan positif (baik) sedangkan tiga dimensi lainnya yakni Dimensi Reabilitas (*Reability*), Daya Tanggap (*Responseveness*), dan Empati (*Empathy*) dipersepsikan negatif (kurang baik). *Ketiga*, Persepsi masyarakat didasarkan pada Prinsip Pelayanan Bisnis Menurut Syari'ah Islam. Hasil menunjukkan bahwa empat prinsip dipersepsikan negatif yakni Prinsip Tolong Menolong (*Ta'awun*), Kesamaan (*Musawah*), Lemah Lembut (*Al-Layin*), dan Kekeluargaan (*Ukhuwah*), satu prinsip dipersepsikan positif yakni Prinsip Kemudahan (*At-Taysir*) dan satu prinsip lainnya dipersepsikan netral yakni Prinsip Mencintai (*Muhabbah*).

B. Saran

Berdasarkan simpulan di atas maka diperlukan adanya peningkatan kualitas pelayanan dan penerapan prinsip pelayanan yang lebih baik oleh Karyawan BRI-Link Pasar Tanggul Angin. Pemilik/Agen BRI diharapkan dapat mempertahankan kinerja baik yang telah dilaksanakan. Kemudian memberikan pelatihan atau pemantauan rutin terhadap kinerja para Karyawan BRI-Link dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan terciptanya lingkungan kerja yang nyaman dan menyenangkan sesuai dengan slogan BRI-Link yakni Melayani dengan Setulus Hati.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Shaleh, Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Asrori, Mohammad. *Psikologi Pembelajaran*. Bandung: CV Wacana Prima. 2009.
- BRI. *BRILink*. <https://bri.co.id/brilink>. 2022
- Daniel Ortega & Anas Alhifni, “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah”, dalam *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 1, 2017
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2010.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2008.
- Djasman Adimiharja, *Psikologi Umum Pusat Pengembangan Penataran Guru Tertulis Bandung, 1987-1988*.
- Endah Nur Rahmawati, et. al., “Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah”, dalam *Jurnal 'Anil Islam*, Vol. 10, No. 1, 2017
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Prilaku Konsumen Pendekatan Prakti*, Yogyakarta: CV Bapak Agung Offset, 2013.
- Gerry Tri V.H., *Teknik Pengambilan Sampel dalam Metodologi Penelitian*, dalam googleweblight.com, diakses pada 13 Mei 2013, didownload pada 20 Juli 2017
- Helena Fitria, “Strategi Service Pelayanan Prima) Bank Syariah Terhadap Nasabah Non-Muslim Studi Kasus Pada Bpr Syariah Amanah Ummah)”, *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq*, Bogor: Program Studi Ekonomi Islam FAI-UIKA, Volume 3, Nomor 1, 2012.
- Ida Lailatul Qodriyah, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Muamalat Cabang Madiun”, dalam *The 7th FIPA Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, FPIPS IKIP PGRI Madiun, Maret 2016
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- Isriani Hardini, Muh. Giharto, *Kamus Perbankan Syariah*, Bandung: Penerbit Marja, 2007.

- Junaidi, “Persepsi Masyarakat untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)”, dalam *Jurnal Fokus Bisnis*, Vol. 14, No. 02, Desember 2015
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014.
- _____, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qu’an Online*. KEMENAG RI. <https://quran.kemenag.go.id>. 2022
- Megawati, “Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah”, dalam Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari, 2019
- Melen Sterendisa, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Produk Gadai *Rahn*) di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang”, dalam *Jurnal Tugas Akhir*, Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah, 2017
- Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*), Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Novia Nengsih, *Peran Perbankan Syariah dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif di Indonesia*, Jakarta: Jurnal Etikonomi UIN SyBapak Maulana Hidayatullah, Vol. 14, No. 2, 2015
- Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2006.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Ratna Suminar, dan Mia Apriliawati, Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa di Sempoa SIP TC Paramount Summarecon, *Jurnal Sekretsri*, Pamulang: Universitas Pamulang, Volume 4, Nomor 2, 2017.
- Roni Andespa, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah”, dalam *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol. 2, No. 1, Padang: Universitas Islam Negeri Imam Bonjol, 2017
- Santy Andriyani, “Minat Kerja Mahasiswa”, dalam *Jurnal Kerja Mahasiswa*, Vol. 1, No. 1, 2013, FPTK Universitas Pendidikan Indonesia.
- Setia Budhi Wilardjo, *Pengertian, Peranan dan Perkembangan Bank Syari’ah di Indonesia*, Semarang: Jurnal Unimus, Vol. 2, No. 1, 2005

- Sisca Damayanti, “Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah MBapak Agungri Cabang X”, dalam *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol. 9, No. 1, 2016, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti.
- Siti Maisaroh, “Pengaruh Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah pada Pembiayaan Murabahah”, dalam Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, 2017
- Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010.
- Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali press, 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- TBapak Agung Larasati Putri, “Pengaruh Lokasi, Produk, dan Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Salatiga dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah”, dalam Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2017
- Veithzal Rivai Zainal, et. al., *Islamic Marketing Management*, Jakarta: Bumi Aksara, 2017
- Website Resmi Kampung Tanggul Angin. Sejarah Desa Tanggul Angin. <https://tanggulangin.id/artikel/2016/8/26/sejarah-desa>. 2016
- _____ . Data Wilayah. <https://tanggulangin.id/data-wilayah>. 2022
- Wida Ainina, “Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah MBapak Agungri Yogyakarta”, dalam *Jurnal Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, 2018

LAMPIRAN



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website. www.metrouniv.ac.id, e-mail: iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2726/In.28.3/D.1/TL.00/9/2021 Metro, 13 September 2021
Lampiran : -
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**
Kepada Yth.,
Dliyaul Haq, M.E.I.
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Shokhib Bul Umam
NPM : 1502100215
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1 PBS)
Judul : Persepsi Masyarakat Terhadap Pelayanan Karyawan BRI-Link
(Studi Pada BRI-Link Pasar Tanggul Angin)

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan \pm 1/6 bagian
 - b. Isi \pm 2/3 bagian
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan FEBI

Siti Zulaikha

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN
KARYAWAN BRI-LINK
(Studi Pada BRI-Link Pasar Tanggul Angin)**

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi
2. Proses Terjadinya Persepsi
3. Bentuk-bentuk Persepsi
4. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi
5. Sebab Terjadinya Persepsi

B. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan
2. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan
3. Indikator Kualitas Pelayanan
4. Kualitas Pelayanan Menurut Syariah
5. Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan

C. BRI Link

1. Pengertian BRI Link
2. Fungsi BRI-Link
3. Kelebihan BRI-Link

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data
- E. Teknik Keabsahan Data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum BRI-Link Pasar Tanggul Angin

1. Desa Tanggul Angin, Kecamatan Punggur
 2. Fasilitas Desa Tanggul Angin
 3. BRI-Link Pasar Tanggul Angin
- B. Persepsi Masyarakat Terhadap Pelayanan BRI-Link Pasar Tanggul Angin
1. Pemaparan Hasil Wawancara BRI-Link Tanggul Angin
 2. Persepsi Masyarakat Terhadap Pelayanan BRI-Link Tanggul Angin

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Pembimbing



Dliyaul Haq, M.E.I.
NIP. 19810121 201503 1 002

Metro, Januari 2022
Peneliti



Shokhib Bul Umam
NPM. 1502100215

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN KARYAWAN BRI-LINK (Studi Pada BRI-Link Pasar Tanggul Angin)

A. WAWANCARA

1. Wawancara dengan Pemilik BRI-Link

- 1) Bagaimana pelaksanaan pelayanan di BRI-Link yang anda kelola?
- 2) Apakah Karyawan melaksanakan tugas sesuai dengan SOP yang telah ditentukan?
- 3) Apakah kinerja Karyawan telah sesuai dengan prinsip pelaksanaan bisnis?
- 4) Apakah para Karyawan menanggapi keluhan para nasabah dengan baik?
- 5) Bagaimana upaya anda dalam peningkatan kualitas pelayanan BRI-Link?

2. Wawancara dengan Karyawan BRI-Link

- 1) Bagaimana sistem pelayanan yang berlaku di BRI-Link ini?
- 2) Apakah ada pedoman dalam pelayanan di BRI-Link?
- 3) Apakah banyak masyarakat Desa Tanggul Angin yang menggunakan Jasa BRI-Link?
- 4) Bagaimana anda mengelola BRI-Link ini agar tercipta pelayanan yang memuaskan bagi nasabah?
- 5) Apakah anda selalu mengevaluasi diri terhadap pelayanan yang diberikan kepada nasabah?

- 6) Bagaimana tindakan anda apabila ternyata pelayanan yang anda berikan tidak baik dan dinilai kurang oleh pengunjung?
- 7) Apa saja langkah yang dilakukan untuk memperbaiki pelayanan dan meningkatkan pelayanan di BRI-Link yang anda jalankan?

3. Wawancara dengan Nasabah Pengguna Jasa BRI-Link

- 1) Apakah banyak masyarakat Desa Tanggul Angin yang menggunakan jasa BRI Link seperti anda?
- 2) Apakah setiap anda datang pihak BRI Link menyambut dengan baik?
- 3) Seperti apakah pelayanan yang biasa diberikan kepada anda?
- 4) Menurut anda bagaimanakah pelayanan yang baik yang seharusnya diterapkan di BRI Link?
- 5) Bagaimana sikap anda ketika karyawan BRI Link berlaku tidak sopan kepada anda?
- 6) Berapa tarif yang dibebankan kepada anda setiap kali transaksi?
- 7) Apakah tarif tiap BRI Link di Pasar Tanggul Angin sama?
- 8) Apa alasan BRI Link menetapkan tarif tersebut?

B. Dokumentasi

1. Brosur BRI Link Pasar Tanggul Angin

- a. Sejarah berdirinya BRI Link Pasar Tanggul Angin
- b. Visi, Misi BRI Link Pasar Tanggul Angin
- c. Produk-produk BRI Link Pasar Tanggul Angin

2. Arsip BRI Link Pasar Tanggul Angin

- a. Standar Operasional (SOP) BRI Link Pasar Tanggul Angin
- b. Pendapatan BRI Link Pasar Tanggul Angin
- c. Manajemen Keuangan BRI Link Pasar Tanggul Angin

Pembimbing



Dliyaul Haq, M.E.I.
NIP. 19810121 201503 1 002

Metro, April 2022
Peneliti



Shokhib Bul Umam
NPM. 1502100215



**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.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1541/In.28/D.1/TL.00/05/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN BRI-Link Pasar Tanggul
Angin
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1542/In.28/D.1/TL.01/05/2022, tanggal 20 Mei 2022 atas nama saudara:

Nama : **SHOKHIB BUL UMAM**
NPM : 1502100215
Semester : 14 (Empat Belas)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BRI-Link Pasar Tanggul Angin, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN KARYAWAN BRI-LINK (Studi Pada BRI-Link Pasar Tanggul Angin)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 20 Mei 2022
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**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.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1542/In.28/D.1/TL.01/05/2022

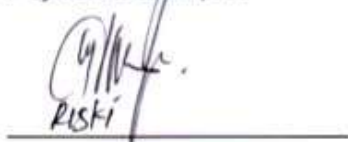
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **SHOKHIB BUL UMAM**
NPM : 1502100215
Semester : 14 (Empat Belas)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BRI-Link Pasar Tanggul Angin, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN KARYAWAN BRI-LINK (Studi Pada BRI-Link Pasar Tanggul Angin)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Riski

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 20 Mei 2022

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**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.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1542/In.28/D.1/TL.01/05/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **SHOKHIB BUL UMAM**
NPM : 1502100215
Semester : 14 (Empat Belas)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BRI-Link Pasar Tanggul Angin, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN KARYAWAN BRI-LINK (Studi Pada BRI-Link Pasar Tanggul Angin)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Rahmad

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 20 Mei 2022

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**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.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1542/In.28/D.1/TL.01/05/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **SHOKHIB BUL UMAM**
NPM : 1502100215
Semester : 14 (Empat Belas)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

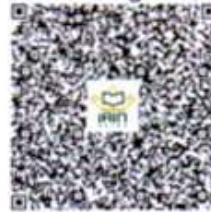
- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BRI-Link Pasar Tanggul Angin, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN KARYAWAN BRI-LINK (Studi Pada BRI-Link Pasar Tanggul Angin)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 20 Mei 2022

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-601/In.28/S/U.1/OT.01/05/2022

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

Nama : Skhohib bul Umam
NPM : 1502100215
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1502100215

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 02 Juni 2022
Kepala Perpustakaan



Asad
Dr. Asad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP. 19750505 200112 1 002



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.metrouniv.ac.id;E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA

Yang bertanda tangan di bawah ini. Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro menerangkan bahwa:

Nama : SHOKHIB BUL UMAM
NPM : 1502100215
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Telah menyelesaikan administrasi peminjaman buku pada jurusan/Prodi S1 Perbankan Syariah.

Demikian surat keterangan ini di buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 09 Juni 2022
Ketua Jurusan S1 PBS



Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 19920829 201903 1 007



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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Shokhib Bul Umam
NPM : 1502100215
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Persepsi Masyarakat Terhadap Pelayanan Karyawan BRI-Link (Studi pada BRI-Link Pasar Tanggul Angin)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 15%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 7 Jun 2022
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi
NIP.199208292019031007



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 SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Shokhib Bul Umam Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS

NPM : 1502100215 Semester/TA : XIV / 2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	12-4-2022	Acc APD Lanjutkan ke pembahasan	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs.

Dliyaul Haq, M.E.I.

NIP. 19810121 201503 1 002

Shokhib Bul Umam

NPM: 1502100215



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail:
iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Shokhib Bul Umam Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah
NPM : 1502100215 Semester/ TA : XIV / 2021-2022

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	15-4-2022		Acce pendalaman Skripsi bab 1-3	

Pembimbing,

Dlivaal Haq, M.E.I.

NIP. 19810121 201503 1 002

Mahasiswa Ybs,

Shokhib Bul Umam

NPM. 1502100215





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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Shokhib Bul Umam
NPM : 1502100215

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah
Semester/ TA : XIV / 2021-2022

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	20-Mei-2022		Menambah Teori pada bab 4 dan menjabarkan teori-teori yang digunakan	
	23-Mei-2022		Memperbaiki penulisan pada bab 4	

Pembimbing,



Divaul Haq, M.E.I.
NIP. 19810121 201503 1 002

Mahasiswa Ybs,



Shokhib Bul Umam
NPM. 1502100215





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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Shokhib Bul Umam Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah
NPM : 1502100215 Semester/ TA : XIV / 2021-2022

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	25-Mei-2022		Memperbaiki format penulisan sesuai buku Panduan Skripsi	
	27-Mei-2022		Memperbaiki kesalahan pada bab 5	

Pembimbing,



Divaul Haq, M.E.I.
NIP. 19810121 201503 1 002

Mahasiswa Ybs,



Shokhib Bul Umam
NPM. 1502100215



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0726) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Shokhib Bul Umam
NPM : 1502100215

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah
Semester/ TA : XIV / 2021-2022

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	30-Mei-2022		Aca skripsi bab 1-5 lanjut unmagorngah.	

Pembimbing,

Dliyaul Haq, M.E.I.
NIP. 19810121 201503 1 002

Mahasiswa Ybs,

Shokhib Bul Umam
NPM. 1502100215

DOKUMENTASI



Gambar 1. Wawancara dengan Ibu Ria selaku pemilik BRI-Link III



Gambar 2. Wawancara dengan Ibu Rizki selaku pemilik BRI-Link I dan Ibu Eka selaku Karyawan BRI-Link I



Gambar 3. Wawancara dengan Bapak Rahmad selaku pemilik sekaligus pengelola
BRI-Link II



Gambar 4. Wawancara dengan Ibu Anggi selaku Karyawan BRI-Link III



Gambar 5. Wawancara dengan Ibu Martinah selaku pelanggan BRI-Link III



Gambar 6. Wawancara dengan Bapak Maulana selaku pelanggan BRI-Link II



Gambar 7. Wawancara dengan Ibu Win selaku pelanggan BRI-Link I



Gambar 8. Wawancara dengan Bapak Agung selaku pelanggan BRI-Link I



Gambar 9. Wawancara dengan Ibu Tutik selaku pelanggan BRI-Link III



Gambar 10. Wawancara dengan Ibu Diana selaku pelanggan BRI-Link II

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Shokhib Bul Umam, merupakan anak pertama dari dua bersaudara pasangan Bapak Tugi Yanto dan Ibu Tri Rahayu. Lahir di Banjarrejo, 01 Januari 1997.

Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di SD Negeri 1 Banjarrejo lulus pada tahun 2009, SMP N 3 Batanghari lulus pada tahun 2012, dan MAN 1 N Lampung Timur lulus pada tahun 2015. Pada tahun 2015 peneliti terdaftar menjadi mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro melalui seleksi penerimaan mahasiswa baru jalur UM-PTKIN.