**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Dalam kondisi seperti sekarang ini, ada berbagai macam jenis jasa yang dibutuhkan masyarakat. Salah satu jenis jasa yang menjadi kebutuhan masyarakat adalah jasa di bidang perbankan. Hal ini sejalan dengan terus meningkatnya transaksi keuangan yang terjadi di masyarakat, baik secara tunai maupun non tunai. Maka dari itu, perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan berlomba-lomba untuk menarik minat masyarakat dengan memberikan pelayanan terbaiknya.

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak[[1]](#footnote-2). Bank juga merupakan lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangan. Sebagai perusahaan, Bank juga menyediakan berbagai jasa keuangan. Di negara maju, Bank sudah menjadi kebutuhan masyarakat dalam melakukan transaksi[[2]](#footnote-3).

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah[[3]](#footnote-4). BNI syariah merupakan salah satu Bank Umum Syariah yang menjalankan usaha di bidang perbankan berdasarkan prinsip Syariah dengan tiga pilarnya yaitu adil, transparan, dan *maslahat*[[4]](#footnote-5). Dalam dunia marketing, pemahaman mengenai segala kebutuhan konsumen menjadi salah satu faktor yang sangat penting agar sebuah produk diterima pasar dan para konsumen[[5]](#footnote-6).

Atas dasar tersebut maka perusahaan jasa seperti Bank BNI Syariah harus terus meningkatkan mutu pelayanan demi memenuhi apa yang menjadi kebutuhan nasabahnya[[6]](#footnote-7). Dalam praktiknya pemberian pelayanan yang baik kepada pelanggan atau nasabah bukan merupakan suatu hal yang mudah mengingat banyak kendala yang bakal dihadapi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Upaya memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan harus dilakukan sungguh-sungguh dengan memperhatikan faktor-faktor utama dan faktor-faktor pendukungnya[[7]](#footnote-8).

Mutu pelayanan yang diberikan kepada nasabah dapat tercermin pada setiap petugas bank yang senantiasa melayani nasabahnya. Sebagai contoh adalah pelayanan yang diberikan seorang *teller* ataupun *customer service* kepada nasabahnya merupakan salah satu bentuk dari mutu pelayanan yang diberikan oleh pihak perbankan kepada nasabah. Bank harus sangat berhati-hati memilih dan melatih pegawai yang akan melaksanakan pembayaran di loket karena pekanya kontak langsung dengan nasabah bank dan publik[[8]](#footnote-9). Dengan kata lain, petugas *teller*  atau kasir pembayar haruslah pegawai yang gesit dan efisien[[9]](#footnote-10).

Mutu adalah sebuah kata bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Tidak terkecuali bagi lembaga atau perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan seperti bank BNI Syariah. Aplikasi mutu sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar atau pun sebagai strategi untuk terus tumbuh[[10]](#footnote-11).

Demi meningkatkan mutu pelayanan untuk membuat nasabah semakin nyaman dan tertarik dalam menabung, perusahaan jasa perbankan seperti BNI Syariah harus memperhatikan faktor yang secara signifikan menjadi pendorong peningkatan kinerja industri perbankan syariah di masa mendatang, baik dalam kegiatan penghimpunan dana, penyaluran dana atau pembiayaan, dan pelayanan jasa-jasa perbankan lainnya. *Pertama,* ekspansi jaringan kantor Perbankan Syariah menjadi penting mengingat kedekatan kantor dan kemudahan akses menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pilihan nasabah dalam membuka rekening di Bank Syariah. *Kedua,* gencarnya program edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat mengenai produk dan layanan Perbankan Syariah semakin meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat. *Ketiga,* upaya peningkatan kualitas layanan *(service excellent)* Perbankan Syariah agar dapat disejajarkan dengan layanan perbankan konvensional. Salah satunya adalah pemanfaatan akses teknologi informasi, seperti layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *mobile* *banking* maupun *internet banking*. *Faktor keempat* adalah pengesahan beberapa produk perundang - undangan yang memberikan kepastian hukum agar dapat meningkatkan aktivitas pasar keuangan syariah[[11]](#footnote-12).

Bagi perusahaan jasa, mutu pelayanan menjadi hal yang sangat penting. Hal ini bertujuan untuk memberikan rasa nyaman dan aman kepada para nasabah dan calon nasabah. Dalam prakteknya, mutu pelayanan sangat berkaitan dengan sikap, perilaku, dan etiket para karyawan terhadap nasabahnya. Khusus untuk dunia perbankan, masalah etiket ini sangat mutlak untuk diketahui dan dijalankan. Nasabah yang datang ke bank sekalipun tanpa diundang merupakan tamu penting, tamu kehormatan yang harus diberikan pelayanan maksimal. Agar nasabah merasa dihargai, dihormati, dan diselesaikan masalahnya, setiap karyawan perlu memahami etiket perbankan. Tanpa etiket perbankan yang benar, maka jangan diharapkan akan mendapatkan nasabah yang sesuai dengan keinginan bank, bahkan bukan tidak mungkin bank akan kehilangan nasabah[[12]](#footnote-13).

Etiket yang diberlakukan oleh bank terhadap seluruh karyawannya tentu memiliki tujuan-tujuan tertentu. Tujuan ini sejalan dengan tujuan perbankan dan justru sangat menguntungkan bank sebagai lembaga kepercayaan. Di samping memiliki tujuan etiket juga memberikan manfaat yang cukup banyak bagi bank apabila dilakukan dengan sungguh-sungguh[[13]](#footnote-14).

Sikap dan perilaku merupakan bagian penting dalam etiket perbankan. Oleh karena itu dalam prakteknya sikap dan perilaku yang harus ditunjukkan seluruh pegawai bank terutama karyawan di *Customer Service* dan *Teller*. Sikap dan tingkah laku menunjukkan kepribadian pegawai bank itu sendiri. Sikap dan perilaku ini harus diberikan sama mutunya kepada seluruh nasabah tanpa pandang bulu[[14]](#footnote-15).

Maka hal inilah yang mendorong penulis untuk membuat sebuah penelitian dengan judul “**UPAYA PENINGKATAN MUTU PELAYANAN DALAM MENARIK MINAT MENABUNG MASYARAKAT PADA PT. BANK BNI SYARIAH CABANG PALEMBANG”.** Hal ini berkaitan dalam rangka menarik minat menabung masyarakat muslim yang secara langsung belum banyak bersinggungan dengan bank syariah.

1. **Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini mengacu pada latar belakang masalah, maka penulis akan mengungkap beberapa hal yang berkaitan dengan judul di atas yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana upaya peningkatan mutu pelayanan dalam menarik minat menabung masyarakat pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang?
2. Bagaimana tantangan dan solusi yang dihadapi PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang dalam menarik minat menabung masyarakat?
3. **Tujuan Penelitian**

Dari permasalahan di atas, maka secara keseluruhan tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana upaya peningkatan mutu pelayanan dalam menarik minat menabung masyarakat pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang
2. Bagaimana tantangan dan solusi yang dihadapi PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang dalam menarik minat menabung masyarakat
3. **Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dengan adanya penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
2. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Amd. pada jurusan D3 Perbankan Syariah UIN Raden Fatah Palembang.
3. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam hal peningkatan mutu dan pelayanan terhadap nasabah.
4. Memberikan informasi serta bahan bacaan bagi mahasiswa dan masyarakat umum mengenai peningkatan mutu dan pelayanan.
5. Manfaat Praktis
6. Agar dapat memberikan informasi kepada semua pihak, baik internal maupun eksternal mengenai peningkatan mutu dan pelayanan.
7. Untuk memberikan sumbangan pemikiran dan dukungan khusus pada peningkatan mutu dan pelayanan pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang.
8. **Jenis dan Sumber Data**
9. **Jenis Data**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang tergolong penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah bentuk penelitian yang mendeskripsikan sebuah fenomena yang terjadi, melalui data-data yang telah diperoleh dengan instrumen penelitian seperti wawancara, observasi, dan studi dokumen. Data yang diperoleh bisa dalam bentuk angka maupun tulisan. Hal terpenting dari penelitian ini adalah yaitu bagaimana menjelaskan makna, mendeskripsikan makna dari fenomena yang muncul tersebut. Sehingga, memungkinkan fenomena yang dideskripsikan itu menjadi “tak berangka”[[15]](#footnote-16).

Dalam penelitian ini, yang menjadi fenomena adalah bagaimana upaya BNI Syariah untuk meningkatkan mutu dan pelayanan. Dalam kaitannya, penelitian ini akan mendskripsikan apa sebenarnya yang menjadi hubungan dari fenomena yang terjadi tersebut. Apakah ada upaya peningkatan mutu pelayanan dalam menarik minat menabung masyarakat yang dilakukan oleh pihak perusahaan.

1. **Sumber Data**

Dalam penelitian ini data terdapat dua jenis sumber data, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapat dari perusahaan melalui wawancara langsung kepada pihak PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang. Wawancara yang dilakukan bersifat wawancara struktur. Artinya, wawancara di lakukan dengan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun sebelumnya secara terstruktur. Kemudian data yang diperoleh dari hasil wawancara masih perlu diolah lagi sehingga menjadi data yang baik untuk di sajikan.

1. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung untuk mendukung penulisan penelitian ini. Artinya data yang didapat melalui dokumen atau catatan yang ada serta tulisan-tulisan karya ilmiah dari berbagai media seperti majalah Standar Nasional Indonesia,, literatur-literatur seperti buku dengan judul Etika Customer Service dengan penulis Bapak Kasmir, S.E., M.M, arsip-arsip resmi seperti buku panduan SOP pelayanan dari perusahaan, yang dapat mendukung kelengkapan data primer yang senantiasa berkaitan dengan masalah mutu dan pelayanan.

1. **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara yakni kegiatan tanya jawab antara informan dan peneliti secara langsung.Wawancara dilakukan langsung kepada pihak PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang. Pertanyaan yang diajukan pada saat wawancara telah disusun secara terstruktur mengenai upaya peningkatan mutu pelayanan dalam menarik minat menabung masyarakat pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang.

1. Observasi

Metode ini menitikberatkan pada pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Hal yang menjadi sasaran observasi atau pengamatan adalah pada bagian *front office* dan *Banking Hall* atau yang lebih di kenal dengan *Teller* dan *Customer service*, di mana petugas itulah yang langsung berhadapan dengan para nasabah. Di sana dapat dilihat secara langsung apakah mutu pelayanan yang diberikan kepada nasabah sudah maksimal atau masih perlu ditingkatkan lagi. Hal inilah yang akan menjadi indikator dan tolak ukur dalam kaitannya untuk menarik minat menabung masyarakat.

1. Studi Dokumen

Studi dokumen yaitu cara pengumpulan dari telaah pustaka, di mana dokumen-dokumen yang dianggap menunjang dan relevan terhadap masalah penelitian baik berupa buku, jurnal, peraturan-peraturan tentang standar pelayanan nasabah yang telah tersedia pada perusahaan.

1. **Teknik Analisa Data**

Data yang diperoleh nantinya akan dianalisa dan diolah lagi agar dapat menjadi data yang siap untuk disajikan. Secara umum teknik yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh adalah menggunakan teknik deskriptif-kualitatif, yaitu penelitian yang mendeskripsikan hubungan-hubungan antara variabel satu dan lainnya berdasarkan data yang dikumpulkan dari fenomena yang terjadi[[16]](#footnote-17).

Dari analisis data yang dilakukan nantinya, diharapkan akan timbul hasil yang dapat menjawab pokok-pokok dari permasalahan pada penelitian ini. Sehingga, yang menjadi fokus penelitian akan memberikan gambaran mengenai bagaimana upaya peningkatan mutu pelayanan dalam menarik minat menabung masyarakat.

**BAB II**

**LANDASAN TEORI**

1. **Mutu**

Mutu adalah penilaian terhadap baik buruknya suatu kwalitas yang menjadi tolak ukur dalam penilaian yang dilakukan terhadap sesuatu, baik itu barang, jasa, ataupun yang lainnya[[17]](#footnote-18).

Mutu adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi mutu sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh[[18]](#footnote-19).

Menurut W. Edwards Deming kualitas atau mutu adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam hal ini keinginan konsumen dapat diartikan sebagai sesuatu yang bersifat abstrak dan diperlukan konsumen untuk mencapai tujuan[[19]](#footnote-20).

Menurut Philip B. Crosby mutu adalah aktualisasi dari kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Dalam kaitannya dengan konsumen, maka persyaratan tersebut haruslah yang memenuhi kriteria dari para konsumen[[20]](#footnote-21).

Menurut Joseph M. Juran Mutu adalah kesesuaian terhadap spesifikasi. Oleh karenanya, bagaimanapun gambaran mengenai sesuatu tersebut haruslah sesuai dengan kenyataan yang terjadi lapangan.[[21]](#footnote-22)

Jadi menurut penulis, dari beberapa pendapat para ahli dapat dikatakan bahwa mutu merupakan apapun yang dibutuhkan oleh konsumen baik yang bersifat abstrak maupun terlihat dengan aktualisasi kualitas, nihil cacat, kesempurnaan, serta kesesuaian terhadap spesifikasi yang ditawarkan.

Dalam kaitannya menuju persaingan global, mutu menjadi salah satu hal terpenting yang mampu membuat perusahaan terus tumbuh dan dipercaya masyarakat. Mutu adalah kunci untuk mempertahankan pelanggan atau nasabah agar tetap setia kepada perusahaan. Oleh karena, itu perusahaan harus senantiasa terus mempertahankan dan meningkatkan mutu produk dan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan atau nasabah. Pada akhirnya nanti, perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan sejenis tentunya dengan kualitas mutu yang tidak kalah bersaing, sehingga masyarakat atau pelanggan bisa saja berpaling kepada produk dari perusahaan lain.

1. **Dimensi Mutu**

Zeithaml, Berry dan Parasuraman, 1985 telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi mutu dan kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut adalah sebagi berikut :

* 1. *Tangibles* (bukti langsung)
  2. *Reliability* (kehandalan)
  3. *Responsiveness* (daya tangkap)
  4. *Assurance* (jaminan)
  5. *Empaty*[[22]](#footnote-23)

1. **Pelayanan**

Pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan secara langsung melayani pelanggan atau pelayanan dilakukan secara tidak langsung oleh karyawan, akan tetapi tetap dilayani, hanya saja digantikan oleh mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) atau melalui jaringan *Online*[[23]](#footnote-24)*.*

Menurut Denis Walker dalam bukunya menyebutkan bahwa pelayanan adalah sesuatu yang sangat subyektif dan sulit didefinisikan. Hal ini dikarenakan pelayanan merupakan sesuatu yang hanya dapat dirasakan dan tidak memiliki wujud yang bersifat konkrit[[24]](#footnote-25).

Menurut Kasmir, pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan[[25]](#footnote-26).

Menurut Zulian Yamit, pelayanan diartikan sebagai segala bentuk tindakan yang dilakukan guna mendapatkan kepuasan para pelanggan. Dalam hal ini, apa yang menjadi harapan para pelanggan haruslah sesuai dengan apa yang dialaminya dan dirasakannya[[26]](#footnote-27).

Jadi menurut penulis, berdasarkan pendapat dari beberapa para ahli dapat diartikan bahwa pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak tertentu baik itu secara langsung ataupun melalui media, yang bertujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Dalam praktiknya pemberian pelayanan yang baik kepada pelanggan atau nasabah bukan merupakan suatu hal yang mudah mengingat banyak kendala yang bakal dihadapi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Upaya memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan harus dilakukan sungguh-sungguh dengan memperhatikan faktor-faktor utama dan faktor-faktor pendukungnya[[27]](#footnote-28).

Pelayanan terhadap nasabah menjadi sangat penting ketika sebuah perusahaan telah dikenal banyak oleh masyarakat. Hal ini akan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Terlebih lagi, pelayanan dapat membuat nasabah nyaman dan betah untuk terus menjalin hubungan dengan perusahaan. Kualitas pelayanan inilah yang nantinya akan menjadi penentu perusahaan dalam persaingan, baik di tingkat nasional, regional, maupun internasional dalam menarik minat masyarakat. Dengan terus meningkatkan pelayanan yang baik, perusahaan diharapkan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis lainnya dalam menarik minat menabung masyarakat.

1. **Ciri-ciri Pelayanan yang Baik**

Dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, terdapat beberapa ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik.

1. Tersedianya karyawan yang baik
2. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat
5. Mampu berkomunikasi
6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah
9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah[[28]](#footnote-29)

Dalam prakteknya, apabila suatu pelayanan yang diberikan telah mencakup beberapa hal yang telah digariskan di atas, maka secara teori pelayanan tersebut dapat dikategorikan dalam ciri-ciri pelayanan yang baik[[29]](#footnote-30).

1. **Hal-hal yang Mempengaruhi Pelayanan**

Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan.

1. Sumber Daya Manusia, yaitu secara umum seluruh karyawan yang terlibat mulai dari *cleaning service* sampai direktur. Namun secara khusus adalah karyawan yang berhubungan langsung dengan nasabah, seperti:
2. *Customer Service*
3. *Teller*
4. Pramuniaga
5. *Salesmam/salesgirl*
6. Humas *(Public Relation)*
7. Satuan Pengamanan (Satpam)
8. Operator Telepon
9. Sarana dan Prasarana (fisik)

1. Kenyamanan Ruangan

2. Peralatan (untuk bank dikenal dengan nama *Banking Hall)*

3. Tempat Ibadah

4. Toilet

5. Parkir

6. *Automatic Teller Machine* (ATM) (untuk Bank)

c. Kualitas Produk

1. Ragam Produk

2. Isi

3. Kemasan

4. Harga

5. Promosi[[30]](#footnote-31)

1. **Dimensi Pelayanan**

Joseph S. Martinich, 1997, mengemukakan spesifikasi dan dimensi kualitas pelayanan dan produk yang relevan dengan pelanggan dapat dikelompokkan dalam enam dimensi, yaitu:

1. *Performance.* Hal yang paling penting bagi pelanggan apakah kualitas produk menggambarkan keadaan yang sebenarnya atau apakah pelayanan diberikan dengan cara yang benar.
2. *Range and Type of Features.* Selain fungsi utama dari suatu produk dan pelayanan, pelanggan sering kali tertarik pada kemampuan atau keistimewaan yang dimiliki produk dan pelayanan.
3. *Realibility and Durability.* Kehandalan produk dalam penggunaan secara normal dan berapa lama produk dapat digunakan hingga perbaikan diperlukan.
4. *Maintainability and Serviceability.* Kemudahan untuk pengoperasian produk dan kemudahan perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti.
5. *Sensory Characteristics.* Penampilan, corak, rasa, daya tarik, bau, selera, dan beberapa faktor lainnya mungkin menjadi aspek penting dalam kualitas.
6. *Ethical Profil and Image.* Kualitas adalah bagian terbesar dari kesan pelanggan terhadap produk dan pelayanan[[31]](#footnote-32).

**BAB III**

**GAMBARAN OBJEK PENELITIAN**

1. **Sejarah**

BNI syariah merupakan salah satu bank yang menerapkan prinsip syariah dengan tiga pilarnya yaitu adil, transparan, dan maslahat. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan lima kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu[[32]](#footnote-33).

Dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH. Ma’ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah. Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT. Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu *spin off* bulan juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Di samping itu, komitmen pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.[[33]](#footnote-34)

Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 *Payment Point*. BNI Syariah juga terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).[[34]](#footnote-35)

1. **Alasan Pendirian BNI Syariah**
2. Internal

* Pendapatan Bank BNI dari sektor perkreditan saat ini mengalami penurunan oleh karena banyaknya pinjaman bermasalah yang diakibatkan kondisi ekonomi yang tidak menguntungkan.
* Produk perbankan konvensional berupa kredit dan dana mempunyai risiko yang cukup tinggi yang dapat berakibat menimbulkan kondisi *negatif spread*.
* Untuk mengatasi persoalan di atas maka diperlukan jenis usaha perbankan dapat meminimalisir pengaruh krisis ekonomi terutama pengaruh sektor moneter dan kebijakan Bank konvensional yaitu perbankan dengan sistem Syari’ah.
* Jaringan Bank BNI yang luas, sehingga mampu memahami karakter nasabah di lingkungan yang meningkatkan didirikannya Bank Syari’ah.[[35]](#footnote-36)

1. Eksternal

* Pendirian Bank Syari’ah saat ini mendapatkan respon yang baik dari Bank Indonesia dikeluarkannya UU No. 10 Tanggal 10 November 1998 serta dikeluarkannya ketentuan dan perangkat hukum Bank Syari’ah yang akan lebih mendukung Bank konvensional untuk masuk ke Bank Syari’ah.
* Menurut Majelis Ulama Indonesia lebih dari 30% masyarakat muslim berpendapat bahwa bunga konvensional merupakan *riba* dan mereka lebih baik menyimpan dananya di bawah bantal atau dalam aset lain.
* 20% dari 205 juta jiwa penduduk Indonesia beragama Islam dan bagian terbesar dari ekonomi lemah ke bawah yang mayoritas umat Islam, sehingga merupakan potensi pasar yang besar bagi BNI, untuk beroperasi Bank Syari’ah.
* Untuk ikut berpartisipasi aktif dalam mengembangkan usaha kecil atau menengah berbasis bagi hasil.[[36]](#footnote-37)

Alasan-alasan Pembukaan Cabang Syari’ah lainnya :

1. Data Majelis Ulama Indonesia 30% masyarakat Indonesia menolak sistem bunga.
2. Landasan operasional perbankan Syari’ah sudah kuat.
3. Masih terbatasnya kompetitor.
4. Responden kepercayaan masyarakat yang besar atas kehadiran Bank Syari’ah.[[37]](#footnote-38)
5. **Pendirian BNI Syariah Cabang Palembang**

Di tahun 2002 ini, cabang ke-11 dan ke-12 BNI Syari’ah di buka di Medan dan Palembang. Kantor cabang pertama di Palembang adalah di Jalan Jenderal Sudirman No. 67/68 Palembang dan diresmikan oleh Gubernur Sumatera Selatan tahun 2002 oleh Bapak H. Rosihan Arsyad.[[38]](#footnote-39)

Untuk melaksanakan operasional secara efektif dan efisien, suatu perusahaan atau badan usaha harus mempunyai struktur organisasi yang jelas. Untuk itu PT. Bank BNI Syari’ah Cabang Palembang menyusun struktur organisasinya sebagai berikut :[[39]](#footnote-40)

1. **Visi dan Misi**
2. **Visi**

Menjadi Bank Syari’ah yang menguntungkan bagi BNI dan terpercaya bagi umat muslim dengan bersungguh–sungguh menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan pada prinsip-prinsip atau Syari’ah Islam yang mengacu pada al-Quran dan al-Hadis.[[40]](#footnote-41)

1. **Misi**
2. Melaksanakan operasional perbankan berdasarkan prinsip Syari’ah Islam.
3. Memberikan mutu pelayanan yang unggul kepada nasabah dengan sistem *front* *end* dan otomatis *on line.*
4. Meningkatkan kualitas bisnis di *segmen* pasar usaha ritel.
5. Memberikan kontribusi laba yang nyata terhadap laba BNI secara keseluruhan.
6. **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang yang terletak di Jl. Jend. Sudirman KM.3,5 Palembang.

**BAB IV**

**PEMBAHASAN**

**A. Upaya Peningkatan Mutu Pelayanan Dalam Menarik Minat Menabung Masyarakat pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang**

Adapun upaya peningkatan mutu dan pelayanan yang dilakukan oleh pihak Bank BNI Syariah salah satunya dapat dilihat dari jumlah kantor cabang layanan yang terus bertambah sejak awal berdirinya hingga sekarang.

Hal ini dapat diartikan sebagai salah satu tindakan dan wujud nyata yang dilakukan BNI Syariah dalam memberikan mutu dan pelayanan terbaik kepada para nasabah. Berikut adalah data jumlah kantor cabang yang dimiliki oleh BNI Syariah

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tahun** | **Jumlah Kantor Cabang** | **Keterangan** |
| 2000 | 5 | Awal berdiri Unit Usaha Syariah (UUS) |
| 2002 | 12 |  |
| 2007 | 28 |  |
| 2010 | 40 | *Spin Off* menjadi Bank Umum Syariah (BUS) |
| 2014 | 65 |  |

Sumber : Data Diolah, 2015

Untuk mengetahui apakah ada upaya peningkatan mutu dan pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan, diperlukan data yang langsung bersumber dari pihak Bank BNI Syariah yang dalam hal ini menggunakan teknik wawancara, observasi, dan studi dokumen.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang, dengan menggunakan teori para ahli seperti Zeithaml, Berry dan Parasuraman, 1985 yang mengemukakan bahwa terdapat lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi mutu dan kualitas pelayanan. Dari kelima dimensi tersebut kami lakukan analisis pada bank BNI Syariah. Kelima dimensi tersebut adalah sebagi berikut[[41]](#footnote-42) :

1. ***Tangibles* (bukti langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi**

Hal ini terlihat jelas pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang yang memberikan bukti langsung berupa fasilitas fisik yang baik, seperti; gedung yang memadai, ruang tunggu yang nyaman. Dari sisi perlengkapan, BNI Syariah menempatkan beberapa papan informasi dan sebuah layar televisi yang dapat dimanfaatkan oleh para nasabah. Para pegawai yang ramah dan menarik juga menambah nilai bagi bank BNI Syariah itu sendiri. BNI Syariah juga memiliki sarana komunikasi yang baik untuk menunjang kualitas mutu dan pelayanan.

1. ***Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai yang telah dijanjikan**

Dalam hal ini, para petugas bank BNI Syariah Cabang Palembang tanggap dalam mendengar setiap kebutuhan nasabah. Setiap nasabah yang datang akan dilayani sesuai standar pelayanan yang ada. Dengan kata lain, pelanggan merupakan sebuah prioritas bagi BNI Syariah. Tanpa membedakan status dan latar belakang para nasabah, BNI Syariah akan melayani setiap nasabah yang datang dengan segera.

1. ***Responsiveness* (daya tangkap), yaitu keinginan para staff dan petugas untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap**

Setiap petugas dan staff yang ada di lingkungan bank BNI Syariah Cabang Palembang menerapkan sikap tanggap dalam melayani nasabahnya. Mulai dari petugas keamanan atau satpam, *cleaning service*, petugas *teller* dan *customer service*. Semua petugas tersebut melakukan tugasnya masing-masing dengan baik. Sehingga para nasabah merasa aman, nyaman dan dipahami kebutuhannya.

1. ***Assurance* (jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan**

Sebagai salah satu Bank yang berbasis syariah, BNI Syariah tentu sangat memperhatikan etiket sopan santun, serta transaksi yang aman, terpercaya, dan sesuai dengan prinsip syariah. Namun bukan berarti setiap transaksi tersebut bebas dari resiko, hanya saja resiko tersebut telah dibicarakan dengan pihak nasabah pada awal transaksi. Sehingga baik pihak bank maupun nasabah telah memahami setiap resiko yang akan terjadi dikemudian hari.

1. ***Empaty*, yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan**

BNI Syariah Cabang Palembang juga memberikan kemudahan kepada setiap pelanggannya dalam melakukan transaksi. Ini dapat terlihat dari para petugas yang siap melayani baik secara langsung maupun melalui media komunikasi. Di samping itu BNI Syariah juga mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi dalam dunia perbankan, sehingga transaksi yang dilakukan pada bank BNI Syariah tidak hanya melalui transaksi tunai namun juga melalui *internet banking*.

Untuk dapat memenuhi kelima dimensi mutu dan pelayanan yang telah disebutkan di atas, perlu adanya ciri-ciri agar dapat dijadikan sebagai indikator bahwa dimensi mutu dan pelayanan tersebut telah terpenuhi.

Menurut Kasmir dalam bukunya yang berjudul etika *customer service* menerangkan bahwa dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, terdapat beberapa ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Berikut adalah beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik[[42]](#footnote-43) :

1. **Tersedianya karyawan yang baik**

Karyawan yang baik merupakan salah satu faktor kemajuan sebuah perusahaan. Tanpa adanya karyawan yang baik, maka sebuah perusahaan tidak akan mampu berjalan dengan baik pula. BNI Syariah sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan syariah sangat menyadari hal tersebut. Oleh sebab itu, BNI Syariah melakukan seleksi bagi setiap calon karyawan dan tetap terus melakukan peningkatan kemampuan bagi karyawan yang sudah ada. Hal ini ditempuh demi menjaga ketersediaan karyawan yang baik dan memiliki kemampuan dalam menjalankan perusahaan.

1. **Tersedianya sarana dan prasarana yang baik**

Selain ketersediaan karyawan yang baik, demi untuk menunjang peningkatan mutu dan pelayanan pihak bank BNI Syariah juga memperhatikan ketersediaan sarana dan prasarana yang baik. Hal ini menjadi penting karena, jika perusahaan sudah memiliki karyawan yang baik tanpa adanya dukungan dari sarana dan prasarana yang baik pula, maka akan menimbulkan ketimpangan dalam pelaksanaannya. Hal ini tentu saja akan berpengaruh pada kepuasan konsumen atau nasabah.

1. **Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai**

Dalam konteks pemberian pelayanan kepada nasabah, seorang karyawan yang baik harus mampu bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesainya sebuah transaksi. Hal ini akan berpengaruh pada kepuasan dan kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi. Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang, setiap petugas yang melayani para nasabah akan selalu senantiasa memberikan pelayanan terbaik kepada setiap nasabah sejak awal hingga akhir. Sehingga para nasabah merasa bahwa apa yang menjadi kebutuhan mereka telah terpenuhi.

1. **Mampu melayani secara cepat dan tepat**

Semua petugas yang ada pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang merupakan orang-orang terpilih dan yang sudah terlatih di bidangnya masing-masing. Oleh karena itu, setiap petugas dan staff sudah berada diposisinya sendiri dan senantiasa melakukan tugasnya masing-masing dengan baik. Mulai dari satuan pengamanan atau satpam yang berada pada posisi pintu utama dan senantiasa menyambut para nasabah yang datang. Kemudian para petugas *teller* dan *customer service* yang siap melayani kebutuhan para nasabah dengan sopan dan ramah.

1. **Mampu berkomunikasi**

Dalam memberikan pelayanan, bank BNI Syariah Cabang Palembang memiliki petugas yang mampu berkomunikasi dengan baik kepada para nasabahnya. Pada dasarnya untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan para nasabah, seorang petugas bank harus mampu menjalin dan membangun komunikasi yang baik pada nasabah dalam setiap transaksi. Dan tentu saja hal ini akan berpengaruh pada kepuasan serta kenyamanan para nasabah dalam melakukan transaksi.

1. **Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi**

Selain faktor kenyamanan dan kepuasan, pelaksanaan mutu dan pelayanan juga harus memberikan jaminan kerahasiaan dalam setiap transaksinya. Para nasabah akan merasa aman apabila setiap transaksi pribadi yang mereka lakukan dijamin kerahasiaannya oleh pihak bank. Terlebih lagi apabila transaksi tersebut menyangkut hal-hal yang penting dan bernilai ekonomis tinggi.

1. **Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik**

Setiap karyawan yang bekerja pada bank BNI Syariah telah dibekali dengan kemampuan yang baik. Pengetahuan dan kemampuan yang diberikan tidak hanya sebatas pada dunia perbankan. Namun juga pengetahuan mengenai cara berbusana, bertutur kata, etiket dalam menjalin komunikasi dengan nasabah dan sebagainya. Dan diharapkan agar setiap karyawan tersebut dapat selalu dan senantiasa menimplementasikan pengetahuan dan kemampuan mereka dalam pelaksanaan operasional perbankan.

1. **Berusaha memahami kebutuhan nasabah**

Dalam setiap kesempatan, setiap nasabah yang datang ke bank merupakan orang-orang yang mempunyai tujuan dan kebutuhan tertentu. Semakin banyak nasabah yang datang, maka semakin banyak pula tujuan dan kebutuhan yang mereka butuhkan. Maka hal inilah yang menjadi tugas dari setiap staff dan petugas bank BNI Syariah Cabang Palembang untuk melayani nasabahnya, yaitu berusaha untuk memahami apa yang menjadi kebutuhan para nasabahnya.

1. **Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah**

Bank BNI Syariah sebagai lembaga keuangan yang berbasis syariah telah menanamkan prinsip saling percaya antara pihak bank dan nasabah. Sebagai lembaga keuangan dan bisnis, perbankan merupakan bisnis yang berlandaskan azas kepercayaan antara satu dan lainnya. Maka tidak heran jika dalam setiap transaksinya BNI Syariah mampu memberikan kepercayaan kepada setiap nasabah.

Dalam prakteknya, apabila suatu pelayanan yang diberikan telah mencakup beberapa hal yang telah digariskan di atas, maka secara teori pelayanan tersebut dapat dikategorikan dalam ciri-ciri pelayanan yang baik. Dan pihak bank BNI Syariah Cabang Palembang telah menerapkan seluruh aspek yang ada, sehingga hal ini diharapkan dapat terus meningkatkan mutu pelayanan dalam rangka menarik minat menabung masyarakat.

**B. Tantangan dan Solusi yang Dihadapi PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang Dalam Menarik Minat Menabung Masyarakat**

Di tengah perkembangan industri perbankan syariah, perlu disadari masih adanya beberapa tantangan yang harus diselesaikan agar perbankan syariah khususnya bagi bank BNI Syariah untuk dapat meningkatkan kualitas pertumbuhannya dan mempertahankan akselerasinya secara berkesinambungan. Beberapa tantangan yang akan dihadapi dan harus diselesaikan antara lain[[43]](#footnote-44) :

**1. Pemenuhan jumlah sumber daya insani (SDI), baik secara kuantitas maupun kualitas**

Ekspansi perbankan syariah yang tinggi ternyata tidak diikuti oleh penyediaan SDI secara memadai sehingga secara akumulasi diperkirakan menimbulkan *gap* mencapai 20.000 orang. Hal ini menjadi suatu tantangan bagi pihak bank BNI Syariah. Maka dari, itu dalam hal pengelolaan SDI bank BNI Syariah selektif untuk melakukan seleksi kepada calon karyawan dan tetap terus melakukan peningkatan kualitas terhadap karyawan yang sudah ada selama ini. Bank BNI Syariah juga melakukan beberapa program yang bertujuan untuk membentuk SDI yang akan terjun ke dunia perbankan syariah. Di antara program tersebut salah satunya adalah magang para mahasiswa yang menempuh program studi keuangan terutama keuangan dan perbankan syariah pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang.

**2. Inovasi pengembangan produk dan layanan perbankan syariah yang kompetitif dan berbasis kekhususan kebutuhan masyarakat**

Kompetisi di industri perbankan sudah sangat ketat sehingga bank syariah tidak dapat lagi sekedar mengandalkan produk-produk standar untuk menarik nasabah. Produk yang diciptakan haruslah inovatif dan berbeda dari yang lain. Dalam hal ini bank BNI Syariah selalu melakukan pengembangan dan inovasi terhadap produk dan layanan. Produk dan layanan yang dikembangkan oleh bank BNI Syariah adalah dalam rangka memenuhi setiap kebutuhan para nasabah.

**3. Kelangsungan program sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat**

Kegiatan untuk menggugah ketertarikan dan minat masyarakat untuk memanfaatkan produk dan layanan perbankan syariah harus terus dilakukan. Bank BNI Syariah senantiasa selalu melakukan promosi dan edukasi kepada semua masyarakat melalui berbagai program dan kesempatan. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui tentang dunia perbankan syariah, dan pada akhirnya nanti akan memanfaatkan layanan serta produk-produk bank syariah. Dengan demikian diharapkan agar semua masyarakat dapat mengenal bank BNI Syariah sebagai salah satu lembaga keuangan yang berbasis syariah.

**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. **Kesimpulan**

Dari analisis di atas dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Pelaksanaan mutu pelayanan yang selama ini terjadi pada unit *teller*  dan  *customer serivice* pada PT. Bank BNI Syariah cabang Palembang sudah dilakukan sesuai standar dan prosedur yang berlaku. Dan diharapkan dapat terus menarik minat menabung masyarakat.
2. Terobosan yang kreatif dan inovatif merupakan salah satu solusi pihak bank BNI Syariah untuk menjawab tantangan di bidang mutu pelayanan yang merupakan salah satu aspek penting untuk dilakukan agar para nasabah dapat merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi. Terlebih lagi untuk menarik minat menabung masyarakat yang merupakan calon-calon nasabah baru.
3. **Saran**

Ada beberapa pokok pikiran yang penulis pandang layak untuk dikemukakan di sini sebagai saran yaitu sebagai berikut :

1. Pihak PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang hendaknya selalu dan senantiasa terus meningkatkan kualitas mutu pelayanan secara berkesinambungan. Agar para nasabah betah dan nyaman dalam melakukan setiap transaksi mereka. Untuk itu perusahaan tidak harus menunggu momen-momen tertentu untuk dapat terus melakukan peningkatan di bidang mutu pelayanan.
2. Selain harus terus ditingkatkan, pelaksanaan mutu pelayanan yang diberikan kepada nasabah harus terus diawasi dan dijaga agar tetap konsisten sehingga para nasabah selalu merasa aman dan nyaman dalam setiap transaksi.
3. Di samping meningkatkan mutu pelayanan, sebaiknya perusahaan juga melakukan inovasi dan pengembangan terhadap pelaksanaan mutu pelayanan. Sehingga dapat memberikan suasana yang berbeda bagi masyarakat dan menarik perhatian bagi para calon nasabah baru.

1. Undang-undang Negara Republik Indonesia No.10 Tahun 1998 [↑](#footnote-ref-2)
2. Kasmir, *Manajemen Perbankan,* (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2004), hal 11. [↑](#footnote-ref-3)
3. Undang-Undang No.21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah [↑](#footnote-ref-4)
4. NN, Sejarah BNI Syariah, Diakses dari <http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah>, pada tanggal 29 Juni 2015. Tulisan tidak diterbitkan. [↑](#footnote-ref-5)
5. Sofjan, *Strategic Marketing,*(Depok: Raja Grafindo Persada,2012) hal 275. [↑](#footnote-ref-6)
6. .Ali,Hasymi.Penterjemah, *Dasar-Dasar Operasi Bank.*(Jakarta:Rineka Cipta, 1995), hal 102. [↑](#footnote-ref-7)
7. Kasmir, *Etika Customer Service,* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hal 33. [↑](#footnote-ref-8)
8. .Ali,Hasymi.Penterjemah, *Dasar-Dasar Operasi Bank.*(Jakarta:Rineka Cipta, 1995), hal 102. [↑](#footnote-ref-9)
9. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-10)
10. Philip Kotler, *Marketing Managemen I : Analysis, Planning, Implementation & Control,* Edisi Bahasa Indonesia, Prentice Hall.hal 32. [↑](#footnote-ref-11)
11. Halim Alamsyah, 2012, Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia:  
    *Tantangan Dalam Menyongsong MEA 2015.* Diakses dari <http://www.bi.go.id/ruang>-media/Documents, Pada tanggal 11 Juli 2015,Tulisan tidak diterbitkan. [↑](#footnote-ref-12)
12. Kasmir, *Pemasaran Bank,* (Jakarta:Kencana, 2010), hal 168. [↑](#footnote-ref-13)
13. *Ibid.,* hal 169. [↑](#footnote-ref-14)
14. *Ibid,* hal 170. [↑](#footnote-ref-15)
15. M.Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif,* (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), Hal 157. [↑](#footnote-ref-16)
16. M.Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif,* (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), Hal 157. [↑](#footnote-ref-17)
17. Dani, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia,* (Surabaya: Putra Harsa,2002), hal 354. [↑](#footnote-ref-18)
18. Philip Kotler, *Marketing Managemen I : Analysis, Planning, Implementation & Control,* Edisi Bahasa Indonesia, Prentice Hall, hal 32. [↑](#footnote-ref-19)
19. Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2005), hal 7. [↑](#footnote-ref-20)
20. Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2005), hal 7. [↑](#footnote-ref-21)
21. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-22)
22. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-23)
23. Kasmir, *Etika Customer Service,* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hal 15. [↑](#footnote-ref-24)
24. Denis Walker, *Mendahulukan Pelanggan,* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1997), hal 13. [↑](#footnote-ref-25)
25. Kasmir, *Op.cit.* hal 3. [↑](#footnote-ref-26)
26. Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta : EKONISIA, 2005), hal 78-79. [↑](#footnote-ref-27)
27. Kasmir, *Etika Customer Service,* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hal 33. [↑](#footnote-ref-28)
28. *Ibid*, hal 33. [↑](#footnote-ref-29)
29. *Ibid,* hal 33. [↑](#footnote-ref-30)
30. *Ibid*, hal 33. [↑](#footnote-ref-31)
31. *Ibid,* hal 33. [↑](#footnote-ref-32)
32. NN, Sejarah BNI Syariah, Diakses dari <http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah>, pada tanggal 29 Juni 2015. Tulisan tidak diterbitkan. [↑](#footnote-ref-33)
33. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-34)
34. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-35)
35. *Ibid*. [↑](#footnote-ref-36)
36. *Ibid*. [↑](#footnote-ref-37)
37. *Ibid*. [↑](#footnote-ref-38)
38. *Ibid*. [↑](#footnote-ref-39)
39. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-40)
40. *Ibid*. [↑](#footnote-ref-41)
41. Ibu Rika Anggraini, Head Customer Service PT. Bank BNI Syari’ah Cabang Palembang, wawancara ( 25 September 2015, 16:15) [↑](#footnote-ref-42)
42. Kasmir, *Etika Customer Service,* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hal 33. [↑](#footnote-ref-43)
43. Ibu Rika Anggraini, Head Customer Service PT. Bank BNI Syariah Cabang Palembang, wawancara ( 25 September 2015, 16:15) [↑](#footnote-ref-44)