

SKRIPSI

**STRATEGI BRI CABANG SIDRAP DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP NASABAH
(ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM)**



Oleh

SALSABILA MEDY TRYANA

NIM 15.2300.125

PAREPARE

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

**STRATEGI BRI CABANG SIDRAP DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP NASABAH
(ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM)**



**Oleh
SALSABILA MEDY TRYANA
NIM 15.2300.125**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

**STRATEGI BRI CABANG SIDRAP DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP NASABAH
(ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM)**

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Program Studi
Perbankan Syariah

Disusun dan diajukan oleh

SALSABILA MEDY TRYANA
NIM 15.2300.125

Kepada

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Salsabila Medy Tryana
Judul Skripsi : Strategi BRI Cabang Sidrap dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah (Analisis Etika Bisnis Islam)
Nomor Induk Mahasiswa : 15.2300.125
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.82/ In.39/Febi/02/2019

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama : Dr. Zainal Said, M.H.
NIP : 19761118 200501 1 002
Pembimbing Pendamping : Hj. Sunuwati, Lc., M.HI.
NIP : 19721227 200501 2 004



Mengetahui :

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Muhammad Kamal Zubair, M.Ag
NIP. 19730129 200501 1 004

SKRIPSI

STRATEGI BRI CABANG SIDRAP DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP NASABAH
(ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM)

Disusun dan diajukan oleh

SALSABILA MEDY TRYANA

NIM 15.2300.125

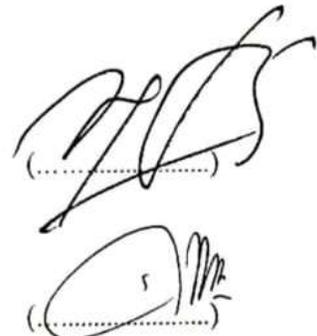
telah dipertahankan di depan sidang ujian munaqasyah
pada tanggal 11 Maret 2020
dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Zainal Said, M.H.
NIP : 19761118 200501 1 002

Pembimbing Pendamping : Hj. Sunuwati, Lc., M.Hl.
NIP : 19721227 200501 2 004



Rektor,


Dr. Ahmad Subhan Rustan, M.Si.
NIP. 19640927 198703 1 002

Dekan,


Mammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP. 19730129 200501 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi BRI Cabang Sidrap dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah (Analisis Etika Bisnis Islam)

Nama Mahasiswa : Salsabila Medy Tryana

Nomor Induk Mahasiswa : 15.2300.125

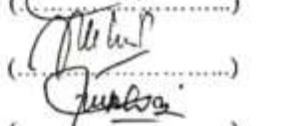
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.82/ In.39/Febi/02/2019

Tanggal Kelulusan : 16 Maret 2020

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Zainal Said, M.H.	(Ketua)	
Hj. Sunuwati, Lc., M.Hl.	(Sekretaris)	
Dra. Rukiah M.H	(Anggota)	
Hj. Marhani, Lc, M.Ag	(Anggota)	

Mengetahui :

Rektor,
Institut Agama Islam Negeri Parepare



Dr. Abdul Sultra Rustan, M.Si
NIP. 19630427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi BRI Cabang Sidrap Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah (Analisis Etika Bisnis Islam)”. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan serta do'a dari berbagai pihak. Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda tercinta Amiruddin dan Ibunda tercinta Hadra yang telah memberikan do'a tulusnya, sehingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Dan terimah kasih kepada Bapak Dr. Zainal said, M.H. . selaku “Dosen Pembimbing Utama” dan Ibu Hj. Sunuwati, Lc., M.HI. selaku “Dosen Pembimbing Pendamping” atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan sejak awal hingga akhir penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan dan menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. sebagai “Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” dan Bapak Dr. Zainal Said, M.H. sebagai

- “Wakil Dekan I FEBI” serta Bapak Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd. sebagai “Wakil Dekan II FEBI”. atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa (i) IAIN Parepare.
3. Ibu An Ras Tri Astuti, M.E. sebagai “Ketua Prodi Perbankan Syariah”, atas arahan dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini dengan baik.
 4. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. selaku “Penasehat Akademik” khusus untuk penulis atas arahannya sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.
 5. Bapak dan Ibu dosen Program Studi “Perbankan Syariah” yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
 6. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh stafnya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare.
 7. Kepada Pimpinan BRI Cabang Sidrap dan para stafnya yang telah melayani proses pembuatan surat izin meneliti terhadap penulis.
 8. Kepada BRI Cabang Sidrap yang telah membantu memberikan informasi menyangkut Strategi kualitas layanan terhadap nasabah.
 9. Kepada Kakak saya Heru Sunarto dan Heri Sunardi terima kasih telah menginspirasi dan memberikan bantuan moril dan materil kepada penulis.
 10. Sahabat-sahabat Seperjuangan Faramita Arifin, Suci Tryanara, Anggriani Syafruddin, Adrianti Amri, Andi Rismayana Buspadi, Tinsi sari

Amiruddin, Anita Udin, Fitria Ibrahim, Tahan, dan lain-lain yang telah menjadi teman seperjuangan dalam melaksanakan studi di IAIN Parepare.

11. Kepada Sahabatku Desiana, Mahmuda, Nurhidayah dan Mustaina yang telah memberikan bantuan dan yang tak pernah mengeluh dikala penulis meminta bantuan dan selalu bertanya.

12. Sahabat-sahabat Perbankan Syariah yang memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materil hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT berkenan menilai segala kebaikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat pahalanya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, karena penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna akan tetapi besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Lainungan, 25 Agustus 2020

Penulis,



Salsabila Medy Trvana
NIM. 15.2300.125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Salsabila Medy Tryana
NIM : 15.2300.125
Tempat/Tgl. Lahir : Lainungan Sidrap, 12 Oktober 1997
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi BRI Cabang Sidrap dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah (Analisis Etika Bisnis Islam)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Sidrap , 25 Agustus 2020

Penyusun

Penulis,



Salsabila Medy Tryana
NIM. 15.2300.125

ABSTRAK

Salsabila Medy Tryana. *Strategi BRI Cabang Sidrap Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah (Analisis Etika Bisnis Islam)*, (dibimbing oleh Bapak Zainal Said dan Ibu Sunuwati)

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memberikan layanan terbaik merupakan harapan dari nasabah sehingga terciptanya kepuasan nasabah. Pelayanan yang baik juga harus didukung oleh sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan untuk mempercepat pelayanan serta meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, BRI Cabang Sidrap harus memiliki strategi dalam meningkatkan kualitas layanan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi BRI Cabang Sidrap Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah yang terdiri dari perencanaan, implementasi, dan evaluasi, serta kualitas layanan dalam etika bisnis Islam. Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah jenis penelitian lapangan dengan pendekatan *Fenomenologi* kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi, adapun analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis data kualitatif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Dengan perencanaan strategi yang diterapkan dapat meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah. 2) Bahwa strategi yang diterapkan oleh BRI Cabang Sidrap dalam meningkatkan kualitas layanan dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah. 3) Dengan evaluasi mampu mengukur kinerja yang telah dicapai oleh BRI Cabang Sidrap. 4) Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan dengan ramah, adil, cepat dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi nasabah.

Kata kunci: *Strategi, Kualitas Layanan, Etika Bisnis Islam.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Tinjauan Teoritis.....	11
2.2.1 Teori Strategi.....	11
2.2.1.1 Pengertian Strategi.....	11
2.2.1.2 Tingkatan Strategi.....	13

2.2.1.3 Strategi Stephen P. Robbins dan Mary Coulter	14
2.2.2 Bank BRI	16
2.2.3 Teori Kualitas Layanan	16
2.2.3.1 Strategi Kualitas Jasa/Layanan	18
2.2.3.2 Dimensi Kualitas Layanan	20
2.2.4 Pengertian Nasabah	21
2.2.5 Teori Etika Bisnis Islam	23
2.2.5.1 Pengertian Etika Bisnis	23
2.2.5.2 Pengertian Etika Bisnis Islam	24
2.2.5.3 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	25
2.3 Tinjauan Konseptual	28
2.4 Bagan Kerangka Pikir	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	32
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	32
3.3 Fokus Penelitian	32
3.4 Jenis dan Sumber data yang digunakan	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Perencanaan Strategi BRI Csbng Sidrap Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah dalam Analisis Etika Bisnis Islam	37

4.2 Implementasi Strategi BRI Cabang Sidrap Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah dalam Analisis Etika Bisnis Islam.....	44
4.3 Evaluasi Strategi BRI Cabang Sidrap Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah dalam Analisis Etika Bisnis Islam	52
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Pikir	32



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Keterangan Izin Melaksanakan Penelitian dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare	
2	Surat Keterangan Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab. Sidrap	
3	Surat Keterangan Selesai Meneliti dari Kantor BRI Cabang Sidrap	
4	Transkrip Wawancara atau Pedoman Wawancara	
5	Surat Keterangan Wawancara dengan Karyawan BRI Cabang Sidrap	
6	Dokumentasi	
7	Riwayat Hidup	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas yang didukung fisik dan mental yang sehat, sehingga mampu berkompetisi paling optimal. Tanpa didukung dengan fisik dan mental yang baik, sumber daya manusia tidak akan mampu bersaing secara optimal. Dengan begitu perusahaan harus memantapkan tentang kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen. Tidak hanya kualitas produk yang konsumen inginkan, akan tetapi kualitas pelayanan juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen dengan baik. Ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam menilai suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar merasa puas, terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan mereka akan senang berkunjung serta memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk bekerja sama dengan perusahaan tersebut.

Kualitas layanan dapat berpengaruh kepada kepuasan konsumen dan kemudian berdampak terhadap kepercayaan, serta dapat menimbulkan loyalitas konsumen. Perusahaan yang memberikan komitmen pada kualitas dan secara konsisten memberikan kualitas pelayanan dalam menikmati keunggulan persaingan sehingga perusahaan dapat dengan mudah membina hubungan baik dengan konsumen. Sesuai paparan diatas bahwa kualitas jasa (service quality) dapat diartikan

sebagai suatu aspek yang dapat memberikan kontribusi terhadap kesuksesan organisasi/perusahaan. Semakin ketatnya persaingan dalam industri perbankan mendorong industri perbankan untuk cepat menyesuaikan diri dengan perkembangan masyarakat di sekitarnya. Hal tersebut ditandai dengan semakin maraknya ekspansi dari bank-bank asing yang mencoba masuk kepasar perbankan di Indonesia. Industri perbankan saat ini berlomba-lomba untuk meningkatkan layanan kepada nasabah, dengan berbagai strategi pelayanan maupun fasilitas-fasilitas yang telah terstruktur.¹

Di dunia modern, peran bank sangat besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu Negara. Hampir semua sektor usaha, yang meliputi sektor industri, perdagangan, pertanian, perkebunan, jasa, dan perumahan sangat membutuhkan bank sebagai mitra dalam melakukan transaksi keuangan. Semua sektor usaha maupun individu saat ini dan masa yang akan datang tidak akan terlepas dari sektor perbankan bahkan menjadi kebutuhan dalam menjalankan aktivitas keuangan dalam mendukung kelancaran usaha.²

Bank merupakan lembaga keuangan yang tugas pokoknya mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya dari masyarakat ke masyarakat, selain itu bank juga memberikan jasa-jasa keuangan, pembayaran dan pembiayaan lainnya kepada masyarakat. Berbagai langkah dilakukan dengan tujuan menghimpun dana masyarakat yang salah satunya adalah dengan meningkatkan jumlah nasabah.³

¹Adi Krismanto, *AnalisisFaktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Cabang Semarang Pattimura*, (Tesis Semarang: UniversitasDiponegoro Semarang, 2008), (18 Oktober 2019)

²Drs. Ismail, MBA.,Ak. *ManajemenPerbankan*, (Jakarta: Kencana, Oktober 2010), h. 2

³M Syafi'I Antonio, *Bank syariah Dari TeoriKePraktik* (Jakarta: GemaInsani, 2001), Cet Ke-1 h.129

Bisnis perbankan, merupakan bisnis berdasarkan asas kepercayaan, masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan ini. Karena berhasil atau tidaknya suatu bisnis perbankan bergantung pada kepuasan nasabahnya. Jika nilai dalam perbankan bagi nasabah adalah kemudahan bertransaksi.⁴ Layanan secara menyeluruh adalah proses evaluasi menyeluruh pelanggan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap nasabah maupun calon nasabah sehingga menarik minat nasabah untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan⁵

Dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya, bank juga dapat memberikan beberapa pelayanan jasa. Pelayanan jasa kepada nasabah merupakan fungsi bank yang ketiga. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank antara lain jasa pengiriman uang (transfer), pemindah bukuan, penagihan surat-surat berharga, kliring, *Letter of Credit*, inkaso, garansi bank dan pelayanan jasa lainnya. Produk pelayanan jasa bank yang ditawarkan kepada masyarakat merupakan aktivitas pendukung yang dapat diberikan oleh bank.⁶

Organisasi yang fokus pada konsumen adalah pilihan strategis bagi dunia usahadan industri agar mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin berkembang cepat. Salah satu cara yang bisa di tempuh adalah dengan melakukan peningkatan kualitas pelayanan. Persoalan kualitas menjadi “harga mati” oleh perusahaan maupun lembaga agar dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan.

⁴Rambat Lupiyaodi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat 2009), h.194

⁵Assauri Sofgan, *Manajemen Pemasaran* (Kajawali Pers. Jakarta, 2007), h.213

⁶Drs. Ismail, MBA., Ak, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Kencana, Oktober 2010), h. 6

Tuntutan akan kualitas dari konsumen pelayanan tidak bisa dielakkan oleh perusahaan.

Salah satu perbankan yang berkembang saat ini adalah Bank BRI Cabang Sidrap yang berlokasi di Kabupaten Sidenreng Rappang Sulawesi Selatan, yang tepatnya di Jln. Jend. Sudirman No. 188 kecamatan Maritengngae. Bank BRI Cabang Sidrap tersebut berkedudukan sebagai Kantor Cabang

Masyarakat di Kabupaten Sidrap sebagian besar menyimpan dananya di bank, salah satunya adalah Bank BRI Cabang Sidrap yang dianggap sebagai tempat penyimpanan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan itu seperti menyimpan dana atau menyalurkan dana. Sejak didirikannya kantor BRI Cabang Sidrap sampai saat ini jumlah nasabah terus meningkat. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Sidrap telah mengenal nama sekaligus citra dari Bank BRI baik melalui iklan, informasi dari mulut ke mulut, maupun pengalaman dari orang yang telah menjadi nasabah.

Melihat perkembangan perbankan, salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah tentang kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Di tengah persaingan kompetitif di dunia perbankan tentu menjadi keharusan bagi Bank BRI Cabang Sidrap untuk menjaga dan meningkatkan layanan yang diberikan kepada nasabah. Semakin baik layanan yang diberikan maka semakin besar kontribusi profit yang disumbangkan nasabah kepada Bank.

Kualitas layanan merupakan hal yang mutlak bagi Bank BRI Cabang Sidrap untuk tetap eksis dalam usahanya. Apabila jasa yang diterima sesuai yang diharapkan nasabah maka kualitas jasa yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan nasabah, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal.

Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan suatu perusahaan ialah seberapa jauh ia memenuhi harapan para nasabahnya.

Hal ini memperkuat Bank BRI Cabang Sidrap dalam meningkatkan strategi usahanya untuk meningkatkan kualitas layanan kepada masyarakat sehingga masyarakat yang menggunakan jasa Bank BRI Cabang Sidrap dapat merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

Karena banyaknya pesaing yang menawarkan produk yang menggiurkan maka seiring berjalannya waktu juga akan menjadi tantangan Bank BRI Cabang Sidrap untuk meningkatkan kualitas layanannya sehingga dapat mempertahankan nasabahnya. Dalam faktanya masyarakat bisa cepat berubah pikiran apabila layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan nasabah.

Kualitas layanan tersebut bisa dijadikan acuan untuk Bank BRI Cabang Sidrap untuk senantiasa memberikan layanan sesuai dengan harapan mereka, karena dalam memberikan pelayanan terbaik merupakan pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan dan memberikan keuntungan bagi perusahaan sehingga nasabah tersebut ingin terus-menerus menggunakan jasa Bank BRI Cabang Sidrap.

Berdasarkan permasalahan diatas, menarik bagi penulis untuk mengkaji dan mengangkat permasalahan tersebut dalam penelitian dengan judul “Strategi BRI Cabang Sidrap Dalam Meningkatkan Kualitas layanan Terhadap Nasabah (Analisis Etika Bisnis Islam)”,

1.2 Rumusan Masalah

Apabila dianalisis secara etika bisnis islam maka rumusan masalah dapat dibagi menjadi sub-sub bagian sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana Perencanaan Strategi BRI Cabang Sidrap dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah dalam Analisis Etika Bisnis Islam ?
- 1.2.2 Bagaimana Implementasi Strategi BRI Cabang Sidrap dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah dalam Analisis Etika Bisnis Islam?
- 1.2.3 Bagaimana Evaluasi Strategi BRI Cabang Sidrap dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah dalam Analisis Etika Bisnis Islam?

1.3 Tujuan

- 1.3.1 Untuk Mengetahui Perencanaan Strategi BRI Cabang Sidrap Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah dalam Analisis Etika Bisnis Islam
- 1.3.2 Untuk Mengetahui Implementasi Strategi BRI Cabang Sidrap Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah dalam Analisis Etika Bisnis Islam
- 1.3.3 Untuk Mengetahui Evaluasi Strategi BRI Cabang Sidrap Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah dalam Analisis Etika Bisnis Islam

1.4 Kegunaan atau Manfaat Penelitian

- 1.4.1 Manfaat Teoritis
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah

- 2) Peneliti ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti sejenis sehingga mampu menghasilkan penelitian-penelitian yang lebih mendalam.

1.4.2 Manfaat praktis

- 1) Bagi peneliti: Untuk pengembangan wawasan keilmuan dan sebagai sarana penerapan dari ilmu pengetahuan yang selama ini penulis peroleh selama dibangku kuliah.
- 2) Bagi masyarakat: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap kualitas layanan dimasa yang akan datang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu

Berbagai karya ilmiah yang membahas tentang kualitas layanan, diantaranya adalah Betria Rahayu Mudiyani mahasiswi jurusan manajemen perbankan syariah (MPS) fakultas ekonomi dan bisnis islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto 2017 dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan Frontliner pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Kantor Cabang Purwokerto”.Permasalahan yang diangkat dan diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan frontliner pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Kantor Cabang Purwokerto, serta dimensi yang diterapkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan.⁷

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa dimensi yang diterapkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yaitu (1) Dimensi yang dapat terlihat (Tangibility Dimension), penampilan seorang Teller dan Customer Service sangat penting karena mereka langsung berhubungan dengan nasabah. Citra yang ditampilkan oleh petugas Frontliner mencerminkan citra diri perusahaan (2) Dimensi Jaminan (Assurance), mencakup pengetahuan, keramahmatan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. (3) Dimensi Keandalan (Reliability), kemampuan memberikan layanan dengan segera, akurat, dan memuaskan. (4) Dimensi Cepat Tanggap, keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. (5) Dimensi

⁷Betria Rahayu Mudiyani, “Strategi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Frontliner Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Kantor Cabang Purwokerto”, (Skripsi D-III: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Purwokerto, 2017)

Empaty (Empathy), merujuk pada sejauh mana tingkat pemahaman/ serta perhatian secara individual yang diberikan frontliner kepada nasabahnya. Perbedaan antara peneliti terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis saat ini adalah terletak pada objek penelitiannya. Pada penelitian terdahulu objek penelitiannya terfokus frontliner sedangkan yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini terfokus pada strategi Bank BRI Cabang Sidrap dalam meningkatkan kualitas layanan.

Penelitian kedua yaitu yang dilakukan oleh Sholehuddin Ridlwan mahasiswa jurusan Ilmu Administrasi Negara fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung 2016 dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Ibnu Rusyd Kabupaten Lampung Utara Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Layanan”. Permasalahan yang diangkat dan diteliti dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana upaya Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) dalam meningkatkan kualitas layanan di kabupaten Lampung Utara.⁸

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam upaya peningkatan kualitas layanan: (1) Peningkatan kapasitas SDM khususnya dosen selaku tenaga pengajar yaitu dapat dilakukan dengan penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan yang bertujuan menambah wawasan dan pengetahuan para dosen. (2) Kerja sama (membangun jaringan) dengan institusi baik pemerintah maupun swasta. (3) Memanfaatkan dan mengembangkan potensi mahasiswa STAI Ibnu Rusyd khususnya mahasiswa terbaik dengan memberikan *support* untuk melanjutkan pendidikan S2 dengan tujuan untuk mengatasi masalah kuantitas dosen linear.

⁸Sholehuddin Ridlwan, “Strategi Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Ibnu Rusyd Kabupaten Lampung Utara Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Layanan”, (Skripsi S1: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2016)

(4)Membuat perumusan standar operasional prosedur (SOP) agar aktivitas kerja yang dilakukan dapat berjalan lebih efektif dan efisien. (5)Inovasi dalam penggunaan media pembelajaran, khususnya berbasis teknologi. Perbedaan antara peneliti terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis saat ini adalah terletak pada objek penelitiannya. Pada penelitian terdahulu objek penelitiannya terfokus pada peningkatan kualitas layanan di perguruan tinggi sedangkan yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini terfokus pada strategi Bank BRI Cabang Sidrap dalam meningkatkan kualitas layanan.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Ewasudarma mahasiswa program studi D-III perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan 2018 dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi PT. Bank Sumut Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS Banking”. Permasalahan yang diangkat dan diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan SMS Banking, serta kendala dan solusi yang diberikan dalam meningkatkan kualitas layanan SMS Banking.⁹

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi yang dilakukan bank Sumut yaitu Strategi Produk, Strategi Promosi. Sedangkan faktor kendala dalam meningkatkan kualitas layanan SMS Banking yaitu faktor komabilitas dan faktor gangguan transaksi. Perbedaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti saat ini adalah terletak pada objek penelitiannya. Pada peneliti terdahulu objek penelitiannya terfokus pada strategi PT. Bank Sumut dalam meningkatkan kualitas layanan SMS

⁹Ewasudarma, “Strategi PT. Bank Sumut Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS Banking”, (Skripsi D-III: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2018)

Bankingsedangkan yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini terfokus pada strategi Bank BRI Cabang Sidrap dalam meningkatkan kualitas layanan.

2.2. Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Strategi

2.2.1.1. Pengertian Strategi

Strategi adalah arah atau jalan yang akan ditempuh organisasi dalam rangka menjalankan misinya untuk menuju pencapaian visi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *strategi*, adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang maupun damai. Secara eksplisit, *strategi* adalah rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktivasi lain untuk menanggapi lingkungan dan membantu organisasi mencapai sasaran. Intinya, *strategi* adalah pilihan untuk melakukan aktivitas yang berbeda atau untuk melaksanakan aktivitas dengan cara berbeda dari pesaing.¹⁰ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi perusahaan adalah yang menetapkan tujuan, metode, alternative, alokasi sumber daya dalam mengukur keberhasilan perusahaan.¹¹

Menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen, strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan perumusan strategi (perencanaan strategi atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian.¹²

¹⁰Djoko Muljono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), h. 15

¹¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h. 1341

¹²David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: ANDI Offset, 2003), h. 15 (Catatan: Diterjemahkan oleh Julianto Agung S)

Menurut Hamel dan Prahalad dalam buku Kasmir yang berjudul *Pemasaran Bank*, strategi adalah tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Terjadinya kesempatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi di dalam bisnis yang dilakukan.¹³

Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.¹⁴ Merumuskan strategi bisnis melibatkan pengambilan keputusan pada tingkat unit bisnis. Di sini hanya ditunjukkan bagaimana cara bersaing. Sedangkan strategi bank dalam menghimpun dana adalah dengan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang menarik dan menguntungkan. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga bagi bank yang berdasarkan prinsip konvensional dan bagi hasil, bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah. Kemudian rangsangan lainnya dapat berupa cendra mata, hadiah, pelayanan atau balas jasa lainnya. Semakin beragam dan menguntungkan balas jasa yang diberikan, akan menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Oleh karena itu, pihak perbankan harus memberikan berbagai rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menanamkan dananya di bank.¹⁵

¹³Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media, 2009), h. 59-60

¹⁴Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan* (Jakarta: Erlangga, 1998), h. 12 (Catatan: Diterjemahkan oleh Murad)

¹⁵Dr. Kasmir, S.E., M.M. , *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014) h. 14

Dengan demikian maka dapat di simpulkan bahwa strategi secara umum adalah serangkaian keputusan yang akan ditempuh untuk mencapai sasaran atau target yang telah direncanakan untuk mencapai tujuan utama perusahaan sehingga menghasilkan laba atau keuntungan. Adapun tindakan dalam strategi yaitu menjabarkan alokasi sumber daya dan aktivasi lainnya yang berbeda dari pesaing sehingga perusahaan dapat mengukur tingkat keberhasilan.

2.2.1.2 Tingkatan Strategi

Terdapat 3 tingkatan strategi dalam organisasi, yaitu:

1. Strategi Tingkat Perusahaan

Strategi tingkat perusahaan (*corporate strategy*) ditetapkan oleh manajemen tertinggi didalam organisasi dan mengarah pada bisnis apa yang akan dilakukan serta bagaimana sumber daya dialokasikan di antara bisnis tersebut. Strategi korporasi secara umum melibatkan tujuan jangka panjang yang berhubungan dengan organisasi secara keseluruhan dan investasi keuangan secara langsung. Strategi korporasi dirumuskan oleh manajemen puncak dan dirancang sedemikian rupa guna mencapai tujuan organisasi.

2. Strategi Tingkat Bisnis

Strategi tingkat bisnis (*business strategy*) ditetapkan oleh masing-masing unit bisnis strategi (*strategy business uni =SBU*). Strategi bisnis biasanya diformulasikan oleh manajer tingkat bisnis melalui negosiasi dengan manajer korporasi dan memusatkan pada bagaimana cara bersaing dalam dunia bisnis. Strategi bisnis harus melalui dan diperoleh serta didukung oleh strategi korporasi.

2. Strategi Tingkat Fungsional

Strategi tingkat fungsional (*functional strategy*) mempunyai lingkup yang lebih sempit dibanding strategi korporasi dan strategi bisnis. Strategi ini berhubungan dengan fungsi bisnis seperti fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi SDM, fungsi keuangan, fungsi riset dan pengembangan (R&D). Strategi fungsional harus mengarah kepada strategi bisnis. Konsep mereka yang paling utama adalah bergantung kepada hasil jawaban bagaimana cara menerapkannya.¹⁶

2.2.1.3 Strategi Menurut Stephen P. Robbins dan Mary Coulter

1. Proses Strategi

Proses strategi adalah proses yang memandu perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi, walaupun yang pertama menjelaskan perencanaan yang harus dilakukan, implementasi dan evaluasi juga sama pentingnya bahkan strategi terbaik pun dapat saja gagal bila manajemen tidak mengimplementasikan atau mengevaluasi secara layak.¹⁷ Proses strategi menjadi bentuk penyederanaan situasi nyata. Proses strategi berorientasi pada suatu sistem yang satu kesatuan yang saling berhubungan, perencanaan tanpa mengimplementasi dan evaluasi akan gagal dan tidak berjalan dengan baik maka dari itu perusahaan harus menjalankan 3 proses strategi.

2. Perencanaan Strategi

Perencanaan melibatkan penetapan serangkaian tindakan yang tepat guna mencapai tujuan perusahaan. Perencanaan strategi meliputi pada jangkauan masa depan yang jauh (visi), dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil) agar memungkinkan organisasi

¹⁶ Djoko Muljono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), h. 16-17

¹⁷ Stephen P. Robbins and Mary Coulter, *Management Tenth Edition*, ter. Bob Sabran dan Devri Barnadi Putera, *Manajemen*, h. 214

berinteraksi secara efektif (misi), dan mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal serta mengukur dan menetapkan kelemahan dan kekuatan internal dan menetapkan tujuan jangka panjang (analisis SWOT).

3. Implementasi Strategi

Di dalam implementasi strategi perusahaan diharapkan menetapkan atau merumuskan tujuan perusahaan, memikirkan dan merumuskan kebijakan, memotivasi karyawan serta mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dilaksanakan. Mengimplementasikan berarti menggerakkan para karyawan dan manajer untuk menempatkan strategi yang telah direncanakan menjadi tindakan yang nyata. Implementasi strategi memerlukan kinerja dan disiplin yang tinggi tetapi juga diimbangi dengan imbalan yang memadai. Tantangan implementasi adalah menstimulir dan karyawan melalui organisasi agar mau bekerja dengan penuh kebanggaan dan antusias ke arah pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

4. Evaluasi Strategi

Evaluasi dan pengawasan strategi merupakan tahap terakhir di dalam proses strategi. Pada dasarnya evaluasi strategi mencakup 3 hal, yaitu:

- a. Meriview faktor internal dan eksternal menjadi dasar bagi strategi yang sedang berlangsung.
- b. Mengukur kinerja yang telah dilakukan
- c. Mengambil berbagai tindakan perbaikan

Evaluasi strategi sangat diperlukan sebab keberhasilan perusahaan, tidak menjadi jaminan keberhasilan perusahaan dimasa yang akan datang.¹⁸

¹⁸Stephen P. Robbins and Mary Coulter, *Management Tenth Edition*, ter. Bob Sabran dan Devri Barnadi Putera, *Manajemen*, 2010, h. 215

2.2.2 Bank BRI

Bank BRI berasal dari De Algemenevolk Crediet Bank, kemudian dilebur setelah menjadi Bank tunggal dengan nama Bank Nasional Indonesia (BNI) Unit II selanjutnya yang membidangi rural menjadi Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan UU No. 21 tahun 1968.¹⁹ Bank Rakyat Indonesia yang didirikan tanggal 5 juli 1946 kemudian menjadi BNI 1946.²⁰

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada Awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau “Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto”, suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.²¹

2.2.3 Teori Kualitas Layanan

Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Istilah nilai (*value*) seringkali digunakan untuk mengacu pada kualitas relatif suatu produk dikaitkan dengan harga produk bersangkutan.²²

¹⁹ Dr. Kasmir, S.E., M.M, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), h. 21

²⁰ Dr. Kasmir, S.E., M.M, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), h. 19

²¹ BRI, “PT.Bank Rakyat Indonesia Tbk, “Situs Resmi BRI. <https://bri.co.id> (3 Oktober 2019)

²²Fandy Tjiptono, SE, Gregorius Chandra, Dadi Adriana, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: ANDI Offset, 2008), h. 67

Kualitas layanan adalah sejauhmana pelayanan yang diterima konsumen sesuai dengan kemampuannya.²³ Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanngan serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Harapan pelanggan bisa berupa tiga standar :²⁴

1. *Will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diantisipasi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh konsumen sewaktu menilai kualitas layanan.
2. *Should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatasnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya diterima jauh lebih besar dari pada apa yang diperkirakan bakal diterima.
3. *Ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen. Singkat kata, faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan ada dua, yaitu *expected service* dan *perceived service*.

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan caramembandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benarmereka terima.²⁵

²³Vincent Gasperz, *Penerapan Konsep-Konsep Kualitas Dalam Manajemen Bisnis Total* (Jakarta: Gramedia, 2002), h. 15

²⁴Fandy Tjiptono, SE, Gregorius Chandra, Dadi Adriana, *Pemasaran Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: ANDI Offset, 2008), h. 70

²⁵Manullang, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jaspenerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan”, (Tesis: Universitas Sumatera Utara, 2008), h. 30.

Dalam industri jasa, khususnya industri perbankan, kualitas produk yang diukur adalah kualitas layanan. Manajemen harus memahami keseluruhan layanan yang ditawarkan dari sudut pandang nasabah. Pelayanan yang terbentuk dari sudut pandang nasabah dapat memberikan nilai lebih terhadap produk produk yang ditawarkan. Perusahaan harus mewujudkan kualitas yang sesuai dengan syarat-syarat yang dituntut oleh nasabah. Dengan kata lain, kualitas adalah kiat yang konsisten dan efisien untuk memberikan kepada nasabah apa yang mereka inginkan dan harapkan. Layanan yang berkualitas telah dirasakan sebagai suatu keharusan dalam industri perbankan. Saat ini sektor perbankan dituntut untuk terus menyesuaikan tuntutan perubahan sesuai keinginan (*need*) dari nasabah.²⁶ Dalam bisnis jasa perbankan, yang paling utama menjadi perhatian adalah kualitas pelayanan. Karena dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, maka akan tercipta kepuasan nasabah yang dapat membentuk loyalitas nasabah.²⁷

2.2.3.1 Strategi kualitas Jasa/Layanan

2. Strategi kualitas jasa/layanan harus mencakup empat hal berikut:²⁸

a. Atribut Layanan Pelanggan

Penyampaian layanan/jasa harus tepat waktu, akurat, dengan perhatian dan keramahan. Semua ini penting, karena jasa tidak berwujud fisik (*intangible*), tidak

²⁶R Agustinus Anggoro Pribadi, Syuhada Sufion, dan J. Sugiarto PH, “Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan Untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas Pada BRI Cabang Blora Dan Unit Online-nya”, (Studi Manajemen & Organisasi 4, No. 2, Juli, 2007), h. 48

²⁷R Agustinus Anggoro Pribadi, Syuhada Sufion, dan J. Sugiarto PH, “Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan Untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas Pada BRI Cabang Blora Dan Unit Online-nya”, (Studi Manajemen & Organisasi 4, No. 2, Juli, 2007), h. 4

²⁸Alvin Havianto, *Strategi Peningkatan kualitas Layanan Publik*, (2013), h. 2.

dapat terpisahkan (*perishable*), sangat variatif (*variable*), dan tidak terpisahkan antara produksi dan konsumsi (*inseparable*).

b. Pendekatan untuk Penyempurnaan Kualitas Jasa

Penyempurnaan kualitas jasa merupakan aspek penting dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan. Setidaknya ini disebabkan oleh faktor biaya, waktu menerapkan program, dan pengaruh layanan pelanggan. Ketiga faktor ini merupakan inti pemahaman dan penerapan suatu system yang responsif terhadap pelanggan dan organisasi untuk pencapaian kepuasan optimum.

c. System umpan balik untuk kualitas layanan pelanggan.

Umpan balik sangat dibutuhkan untuk evaluasi dan perbaikan berkesinambungan. Untuk itu, perusahaan perlu mengembangkan sistem yang responsif terhadap kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan.

d. Implementasi

Manajemen harus menentukan cakupan kualitas jasa dan level layanan pelanggan sebagai dari kebijakan organisasi.

Secara substansial kualitas pelayanan didefinisikan sebagai bentuk siap, yang diperoleh dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang nyata-nyata mereka terima (*performance/perceived service*) dengan layanan yang mereka harapkan (*expectation/expected service*). Jika kenyataan (*performance*) lebih besar dari yang diharapkan (*expectation*), maka layanan dapat dikatakan bermutu (ideal) sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan tidak bermutu (buruk), dan jika kenyataan sama dengan harpan maka layanan disebut baik dan memuaskan. Dengan demikian kualitas pelayanan (*service quality*) dapat didefinisikan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan (*performance*) dengan

harapan (*expectation*) para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Berdasarkan pendapat tersebut, dua faktor dalam pengukuran kualitas pelayanan adalah kinerja pelayanan (*service performance*) dan pelayanan yang diharapkan pelanggan (*service expectstion*). Agar pelanggan mempunyai persepsi yang baik terhadap kualitas jasa yang diberikan, maka penyedia jasa harus mengetahui apa yang menjadi harapan konsumen, sehingga tidak terjadi perbedaan (*gap*) antara kinerja yang diberikan dengan harapan pelanggan, yang akhirnya pelanggan merasa puas dan mempersepsikan secara baik atas kualitas jasa yang diterima.²⁹

2.2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan. Terdapat lima dimensi pelayanan sebagai berikut.³⁰

1. Bukti fisik (*Tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasaranafisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

²⁹Alvin Havianto, *Strategi Peningkatan kualitas Layanan Publik*, (2013), h. 6

³⁰Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 182.

2. Keandalan (*Realibility*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai 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. Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
5. Perhatian individual (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2.2.4 Pengertian Nasabah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dl hal keuangan).³¹

³¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, h. 952

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.³²

Pengertian nasabah dalam perbankan umum adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah adalah raja artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan harus seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat CS itu sendiri.³³

Nasabah merupakan sumber pendapatan utama dari transaksi yang dilakukan nasabah kepada bank. Oleh karena itu nasabah menjadi prioritas yang harus dijaga sehingga tidak menghilangkan pendapatan utama dari bank itu sendiri.

Menurut undang-undang No. 1-0 tahun 1998 pasal 1 ayat 16, nasabah pihak yang menggunakan jasa bank. Berdasarkan pengertian tersebut nasabah terdiri dari dua jenis, yaitu:

1. Pasal 1 ayat 17 menyatakan bahwa nasabah penyimpanan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
2. Pasal 1 ayat 18 menyatakan bahwa nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.³⁴

³²M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta.2010), h.189

³³Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2008), h. 93

³⁴Undang-undang No. 10 tahun 1998 pasal 1 ayat 16

2.2.5 Teori Etika Bisnis

2.2.5.1 Pengertian Etika Bisnis

Etika berasal dari bahasa Yunani dari kata “*ethos*”, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*), berarti “adat istiadat” atau “kebiasaan”.³⁵ Secara etimologi (bahasa) etika identik dengan moral, karena telah umum diketahui bahwa istilah moral berasal dari kata *mos* (dalam bentuk tunggal), dan *mores* (dalam bentuk jamak) dalam bahasa latin yang artinya kebiasaan atau cara hidup.³⁶

Menurut Rivai, Nuruddin dan Arfa dalam jurnal penerapan etika bisnis islam dalam industri perbankan syariah mengatakan bahwa, etika adalah kaidah atau seperangkat prinsip yang mengatur hidup manusia, yang merupakan bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang norma atau moralitas. Dengan demikian, etika berbeda dengan moral. Etika adalah refleksi kritis dan penjelasan rasional mengapa sesuatu itu baik atau buruknya, sedangkan norma adalah sesuatu pranata dan nilai mengenai baik buruknya.³⁷ Etika sering juga disebut sebagai ihsan (berasal dari kata arab Hasan, yang berarti baik). Defenisi ihsan dinyatakan oleh nabi dalam hadits berikut: “*ihsan adalah engkau beribadat kepada Tuhanmu seolah-olah engkau melihat-Nya sendiri, walaupun engkau tidak melihat-Nya, maka ia melihatmu*”. Dengan demikian, melalui *ihsan* seseorang akan selalu

³⁵A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis (Tuntutan dan revolusinya)*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), h. 14

³⁶A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*, (Jakarta: AMZAH, 2010), h. 47

³⁷Rivai, Nuruddin dan Arfa. “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah”, (Jurnal Nominal Vol VII No. 1, 2018)

merasa bahwa dirinya dilihat oleh Allah. Karena Allah mengetahui sekecil apapun perbuatan yang dilakukan seseorang, walaupun dikerjakandi tempat tersembunyi.³⁸

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai “*the buying and selling of goods and services*”. Bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan antara individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya.³⁹ Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial. Dari sekian banyak tujuan yang ada dalam bisnis, *profit* memegang peranan yang sangat berarti dan banyak dijadikan alasan tunggal di dalam memulai bisnis.⁴⁰

2.2.5.2 Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa Yunani dari kata “*ethos*”, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*), berarti “ada istiadat” atau “kebiasaan”.⁴¹

Etika atau moral dalam Islam merupakan buah dari keimanan, keislaman, dan ketakwaan yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah SWT.⁴² Skinner mengatakan bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang

³⁸Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 13.

³⁹Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), h. 37

⁴⁰Dr. Ika Yunia Fauzia, Lc., M.E.I, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), h. 3-4

⁴¹A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis (Tuntutan dan relevansinya)*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), h. 14

⁴²Sofyan Harahap, *Etika Bisnis dalam perspektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 69- 70.

saling menguntungkan atau memberi manfaat. Straub & Attner mendefinisikan bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktifitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.⁴³ Etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai 'daratan' atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.⁴⁴

2.2.5.3 Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Ketentuan dasar etika bisnis ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer konsep-konsep fundamental dari nilai moral Islam. Rumusan dasar etika bisnis ini diharapkan menjadi rujukan para pebisnis Muslim untuk menentukan prinsip-prinsip yang dianut dalam menjalankan bisnisnya.⁴⁵

Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam harus mencakup:

1. Kesatuan (*Unity*)

Alam semesta, termasuk manusia adalah milik Allah yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhluk-Nya. Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifa untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya. Kesatuan disini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan Muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan

⁴³Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BFEYogyakarta, 2004), h. 282-283

⁴⁴Faisal Badroen., et al., *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 15

⁴⁵Faisal Badroen., et al., *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 88-89

keteraturan yang menyeluruh. Konsep ini, maka Islam menawarkan keterpaduan gama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertical maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.⁴⁶

2. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan atau '*adl*' adalah keadilan dan kesetaraan. Prinsip ini menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai criteria yang rasional objektif, serta dapat dipertanggungjawabkan.⁴⁷ Keseimbangan atau '*adl*', menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta merefleksikan konsep keseimbangan yang rumit ini.

Konsep equilibrium juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diusung oleh seorang pebisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.⁴⁸

3. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Berdasarkan prinsip ini, manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya atau mengingkarinya. Seorang muslim yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah swt akan menepati semua kontrak yang telah dibuatnya. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi

⁴⁶Agus Ariyanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* (Cet. 1; Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 17

⁴⁷Agus Ariyanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* (Cet. 1; Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 17

⁴⁸Faisal Badroen., et al., *Etika Bisnis dalam Islam*, h. 92

kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah.⁴⁹

4. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya, secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menciptakan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

5. Kebenaran: kebijakan dan kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebijakan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif (pencegahan) terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis. Kebijakan (*ihsan*) atau

⁴⁹Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam, Implementasi Etika Islam Untuk Dunia Usaha*, h.

kebaikan terhadap orang lain didefinisikan sebagai “tindakan yang menguntungkan orang lain lebih dibanding orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apapun”. Kebaikan sangat didorong di dalam Islam.⁵⁰

2.3 Tinjauan Konseptual

2.3.1 Strategi

2.3.1.1 Proses Strategi

Proses strategi adalah proses yang memandu perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi, walaupun yang pertama menjelaskan perencanaan yang harus dilakukan, implementasi dan evaluasi juga sama pentingnya bahkan strategi terbaik pun dapat saja gagal bila manajemen tidak mengimplementasikan atau mengevaluasi secara layak.⁵¹ Proses strategi menjadi bentuk penyerdanaan situasi nyata. Proses strategi berorientasi pada suatu sistem yang satu kesatuan yang saling berhubungan, perencanaan tanpa mengimplementasi dan evaluasi akan gagal dan tidak berjalan dengan baik maka dari itu perusahaan harus menjalankan 3 proses strategi.

2.3.1.2 Perencanaan Strategi

Perencanaan melibatkan penetapan serangkaian tindakan yang tepat guna mencapai tujuan perusahaan. Perencanaan strategi meliputi pada jangkauan masa depan yang jauh (visi), dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil) agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (misi), dan mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal serta mengukur dan menetapkan kelemahan dan kekuatan internal dan menetapkan tujuan jangka panjang.

⁵⁰Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), h. 57

⁵¹Stephen P. Robbins and Mary Coulter, *Management Tenth Edition*, ter. Bob Sabran dan Devri Barnadi Putera, *Manajemen*, h. 214

2.3.1.3 Implementasi Strategi

Di dalam implementasi strategi perusahaan diharapkan menetapkan atau merumuskan tujuan perusahaan, memikirkan dan merumuskan kebijakan, memotivasi karyawan serta mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dilaksanakan. Mengimplementasikan berarti menggerakkan para karyawan dan manajer untuk menempatkan strategi yang telah direncanakan menjadi tindakan yang nyata. Implementasi strategi memerlukan kinerja dan disiplin yang tinggi tetapi juga diimbangi dengan imbalan yang memadai. Tantangan implementasi adalah menstimulir dan karyawan melalui organisasi agar mau bekerja dengan penuh kebanggaan dan antusias ke arah pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

2.3.1.4 Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi sangat diperlukan sebab keberhasilan perusahaan, tidak menjadi jaminan keberhasilan perusahaan dimasa yang akan datang.⁵²

2.3.2 Bank BRI

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada Awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau “Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto”, suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.⁵³

⁵²Stephen P. Robbins and Mary Coulter, *Management Tenth Edition*, ter. Bob Sabran dan Devri Barnadi Putera, *Manajemen*, h. 215

⁵³ BRI, “PT.Bank Rakyat Indonesia Tbk, “Situs Resmi BRI. <https://bri.co.id> (3 Oktober 2019)

2.3.3 Kualitas Layanan

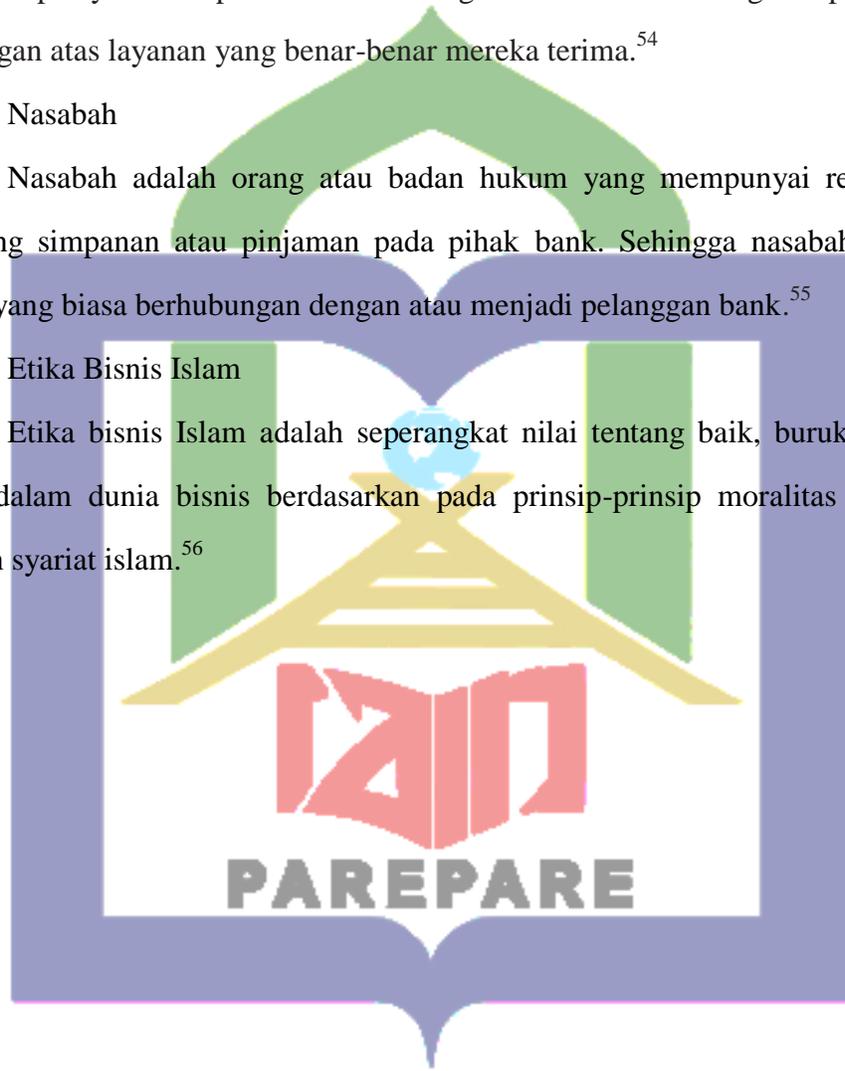
Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima.⁵⁴

2.3.4 Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.⁵⁵

2.3.5 Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariat islam.⁵⁶

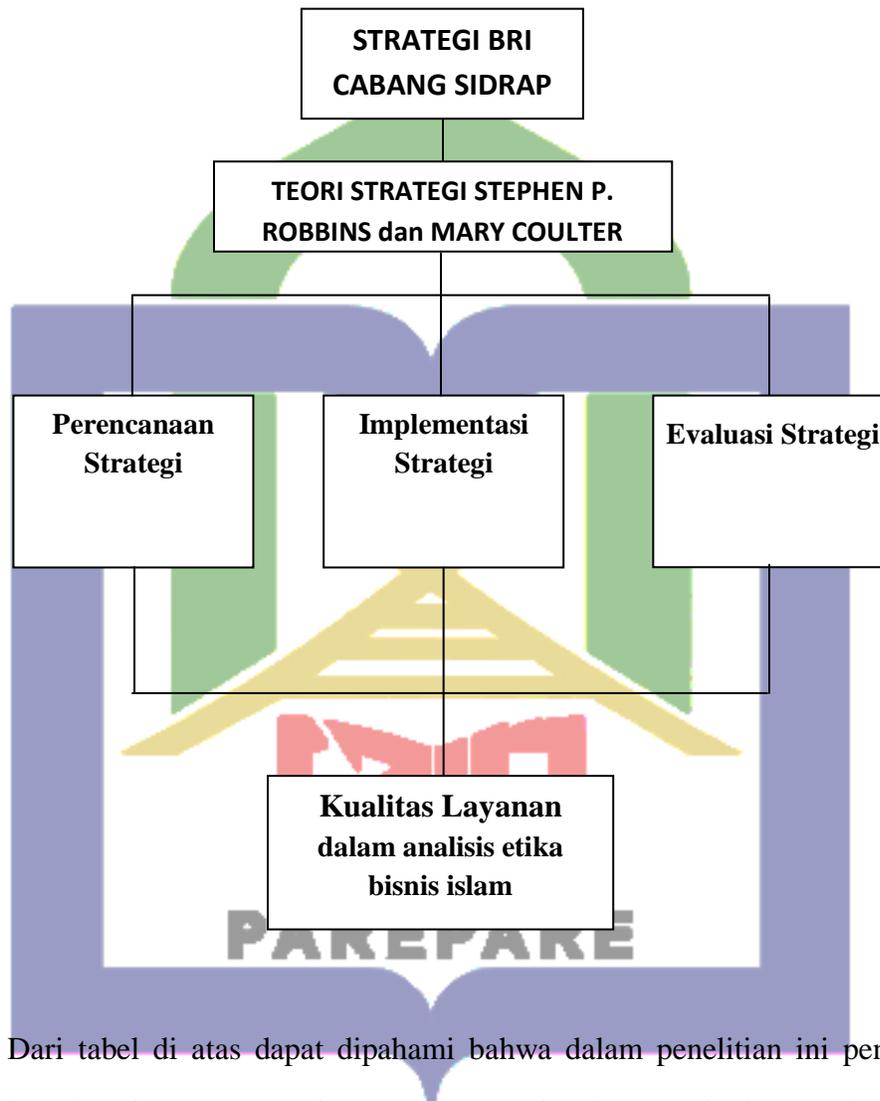


⁵⁴Manullang, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jaspenerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan”, (Tesis: Universitas Sumatera Utara, 2008), h. 30.

⁵⁵M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.189

⁵⁶Faisal Badroen, et, al, eds, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 15

2.4 Bagan Kerangka Pikir



Dari tabel di atas dapat dipahami bahwa dalam penelitian ini penulis akan membahas bagaimana strategi perencanaan, implementasi dan evaluasi dalam meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah Bank BRI Cabang Sidrap apabila ditinjau dari analisis etika bisnis Islam.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode-metode penelitian yang digunakan dalam pembahasan ini meliputi beberapa hal yaitu jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Untuk lebih mengetahui metode penelitian dari penelitian ini, maka diuraikan sebagai berikut.

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah peneliti lapangan (*field research*), dengan melakukan pendekatan deskriptif kualitatif, yakni meneliti peristiwa-peristiwa yang ada di lapangan sebagaimana adanya.⁵⁷

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di BRI Cabang Sidrap

3.2.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan waktu kurang lebih satu bulan.

3.3. Fokus Penelitian

Penelitian ini memfokuskan pada wawancara tentang strategi kualitas layanan terhadap nasabah dalam analisis etika bisnis Islam

3.4. Jenis dan Sumber Data yang di gunakan

Jenis data yang digunakan untuk menganalisis masalah terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung

⁵⁷Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu pendekatan proposal* (Cet. 7; Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h.26.

memberikan data kepada pengumpulan data.⁵⁸ Dalam penelitian kualitatif posisi narasumber sangat penting, bukan sekedar memberi respon, melainkan juga sebagai pemilik informasi, sebagai sumber informasi (*key informasi*).⁵⁹ Sedangkan data sekunder data yang diperoleh dari lembaga atau institusi tertentu, seperti manajer, pengunjung, karyawan, dan lain-lain.⁶⁰ Harun Rasyid mengatakan bahwa data diartikan sebagai fakta atau informasi yang diperoleh dari yang didengar, diamati, dirasa dan dipikirkan peneliti dari aktivitas dan tempat yang diteliti.⁶¹ Berdasarkan kepada fokus dan tujuan serta kegunaan penelitian, maka sumber data dalam penelitian ini menggunakan data yaitu :

3.4.1. Primer

Data primer merupakan jenis data yang diperoleh secara langsung dari responden dan informasi melalui wawancara dan observasi langsung dilapangan untuk mengetahui strategi dalam meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah.

3.4.2. Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung serta melalui perantara. Dalam hal ini data sekunder yang dimaksud penulis yaitu dokumentasi-dokumentasi yang diharapkan sebagai informasi pelengkap dalam penelitian. Data sekunder yang diperoleh berasal dari, buku-buku tentang strategi

⁵⁸Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (cek VI: Bandung Alfabeta, 2010), h.62.

⁵⁹Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metode Penelitian Sosial Agama*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h.134.

⁶⁰Suyanto dan Bagong, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*, (Ed: 2, Cet III; Jakarta: Kencana, 2007), h. 55

⁶¹Harun Rasyid, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Ilmu Sosial Agama*, (Pontianak: STAIN Pontianak, 2000), h. 36.

dalam meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah dan kepastakaan, internet, artikel yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun jenis-jenis teknik pengumpulan data :

3.5.1. Observasi

Melakukan pemantauan pada tempat yang akan digunakan untuk kegiatan penelitian dengan cara mencatat dan mengamati fenomena yang terjadi. Pengamatan dan fenomena dikhususkan kepada masalah tentang bagaimana strategi dalam kualitas layanan terhadap nasabah di BRI Cabang Sidrap.

3.5.2. Wawancara

Dilakukan oleh peneliti untuk mengadakan sesi tanya jawab yang mengharuskan peneliti harus bertatap muka langsung dengan sesuatu yang diteliti dengan menggunakan pedoman wawancara. Adapun yang ingin diwawancari ialah customer service dan manajemen pelayanan

3.5.3. Dokumentasi

Merupakan metode pengumpulan data berupa dokumen penting yang diperlukan untuk penelitian, seperti catatan, data laporan tahunan, iklan, websites, serta catatan lain yang berkaitan dengan objek penelitian lapangan.⁶²

⁶²Masyhuri dan Zainuddin, *Metode Penelitian*, (Pendekatan Praktis dan Apikatif), h. 30.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mensistematikan apa yang sedang diteliti dan mengatur hasil wawancara seperti apa yang dilakukan dan dipahami, supaya peneliti bias menyajikan apa yang didapatkan pada informasi.⁶³ Pekerjaan analisis data dalam hal ini mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan mengategorikan data yang terkumpul baik dari catatan lapangan gambar, foto atau dokumen berupa laporan.

Analisis data nantinya akan menarik kesimpulan yang bersifat umum mengenai suatu fenomena dan mengeneralisasikan kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data yang berisikan dengan fenomena yang bersangkutan.⁶⁴ Pengelolaan data dalam penelitian lapangan berlangsung sejak proses pengumpulan data yang dilakukan melalui tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, data yang dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi data.

3.6.1 Reduksi Data

Dari data-data yang diperoleh dalam penelitian dipilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Data-data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang pengamanan dan mempermudah penelitian untuk mencari data-data tersebut jika sewaktu-waktu diperlukan.⁶⁵

3.6.2 Penyajian Data

⁶³Moh.Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif-kualitatif*, (Cet. II; UIN Maliki Press, 2010), h. 353.

⁶⁴Sifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Cet.II; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), h. 277.

⁶⁵Husain Usman dan Pramono Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Cet VI; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h. 86.

Proses penyajian data dari keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi menjadi informasi yang tersusun. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam uraian naratif, bagan. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi akan merencanakan kerja sebelumnya.⁶⁶



⁶⁶Sugianto, *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Cet: XIII; Bandung Alfabeta, 2011), h. 249.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Perencanaan Strategi BRI Cabang Sidrap Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah dalam Analisis Etika Bisnis Islam

1. Perencanaan pertama yang dilakukan BRI Cabang Sidrap untuk meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah yaitu dari segi infrastruktur

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Dalam penerapan perencanaan strategi melibatkan penerapan serangkaian tindakan yang tepat guna mencapai tujuan perusahaan, perencanaan strategi yang meliputi pada jangkauan masa depan yang jauh, dan menetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (misi), dan mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal serta mengukur dan menetapkan kelemahan dan kekuatan internal dan menetapkan tujuan jangka panjang. Formulasi strategi, adalah tahap awal dimana perusahaan menetapkan tujuannya disertai analisa mendalam terkait faktor internal dan eksternal perusahaan dan penetapan tujuan jangka panjang yang kemudian digunakan sebagai acuan untuk menciptakan alternatif strategi-strategi bisnis dimana akan dipilih salah satunya untuk ditetapkan sesuai dengan kondisi perusahaan.

BRI Cabang Sidrap senantiasa memberikan pelayanan terbaik terhadap nasabahnya agar nasabah merasa puas, dan nyaman. Kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah merupakan penilaian global, bank yang berorientasi pada pelayanan akan membawa sukses besar, bank yang peka dalam melihat sikap

emosional nasabah sebagai suatu indikator yang ditangani dengan sebaik-baiknya, nasabah pun menjadi titik keberuntungan bagi bank. Pelayanan yang ditujukan kepada nasabah haruslah memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Pada pemberian pelayanan yang baik dan berkualitas, maka pihak bank akan mampu bersaing dengan bank-bank yang lainnya. Karena pada hakikatnya memberikan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan nasabah.

Sebagaimana hasil wawancara oleh peneliti dengan Bapak moh. Adnan, narasumber mengatakan bahwa:

Dalam sebuah perusahaan pasti ada yang namanya strategi atau perencanaan, karena dengan adanya strategi yang diterapkan dapat dijadikan sebagai acuan dalam menjalankan usaha terkhususnya BRI Cabang Sidrap. Adapun perencanaan strategi yang diterapkan untuk bagaimana meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah, yaitu yang pertama Infrastruktur (aspek fisik) dimana disini kita berbicara tentang ruangan, perangkat-perangkat IT, kecepatan jaringan dan kecepatan layanan. Dan yang kedua Intangible assets (aset tidak berwujud). Gabungan dari kedua aspek tersebut memberikan kepuasan terhadap nasabah, kepuasan nasabah ini lah inti dari perencanaan, sehingga strategi perencanaan yaitu memperbaiki dan mengupdate dua hal tersebut.⁶⁷

Dari hasil wawancara diatas, peneliti melihat bahwa perencanaan BRI Cabang Sidrap untuk meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah dan untuk mendapatkan kepuasan nasabah dilihat dari infrastruktur (aspek fisik) dan intangible assets. Wujud aspek fisik dari bank yaitu berupa lokasi dan keadaan bank itu sendiri, aspek fisik meliputi kenyamanan ruangan, peralatan banking hall, toilet, ATM, dan lokasi parkir, perangkat-perangkat IT, kecepatan jaringan dan kecepatan layanan. Sarana pendukung fisik inilah merupakan persepsi dan penilaian nasabah terhadap kelengkapan peralatan, kecanggihan peralatan, keakuratan peralatan serta lokasi

⁶⁷Moh. Adnan, Managemen Operational dan Layanan BRI Cabang Sidrap, Tanggal 30 Januari 2020

peralatan yang strategis menjadikan nasabah merasa nyaman terhadap BRI Cabang Sidrap.

Aspek fisik dari Perangkat-perangkat IT yaitu BRI Cabang Sidrap senantiasa meningkatkan kapabilitas, keandalan dan keamanan jaringan sejalan dengan pertumbuhan transaksi nasabah. Secara berkala, BRI Cabang Sidrap mengkaji dan memperbaharui kebutuhan perangkat keras dan perangkat lunak dan sistem operasi terus diperbaharui sesuai dengan kebutuhan. BRI Cabang Sidrap terus menyempurnakan sistem keamanan transaksi di semua jaringan, termasuk pada jaringan internet banking. Selain itu, sosialisasi juga dilakukan untuk para karyawan internal guna menjaga keamanan dalam bekerja, termasuk terkait menjaga kerahasiaan data. Penyempurnaan sistem pengelolaan user ID dan otoritas akses upgrade berkala pada aplikasi security seperti antivirus dan intrusion preventing sistem (IPS) senantiasa dilakukan untuk memastikan keamanan jaringan.

Perkembangan teknologi informasi menimbulkan evolusi yang mengarah kepada layanan perbankan digital (digital banking). Layanan ini bertujuan meningkatkan efisien kegiatan operasional dan mutu pelayanan bank kepada nasabahnya. Untuk itu, bank perlu mengembangkan strategi bisnis yang mengarah pada layanan perbankan digital yang memerlukan infrastruktur yang memadai untuk mendukung kenyamanan, keamanan, serta keandalan layanan perbankan digital dalam penyediaan informasi, komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, pemrosesan transaksi, dan penutupan rekening.

Melihat peluang yang muncul dari pesatnya perkembangan teknologi informasi maupun penggunaan layanan internet dan smartphone. Hal ini menjadi pendorong untuk terus beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi-teknologi terkini

dalam mempelajari dan mengembangkan produk dan layanan. Penerapan layanan perbankan digital diawali dengan penyelenggaraan “digital branch”, yaitu adanya sarana bank yang berfungsi secara khusus untuk memproses registrasi nasabah dan pembukaan rekening secara mandiri.

Kecepatan layanan BRI Cabang Sidrap yaitu selalu berkomitmen untuk memberikan layanan perbankan secara prima kepada nasabah. Sebagai kantor cabang, BRI Cabang Sidrap melakukan berbagai tindakan preventif sehingga jaringan kantor dan e-channel BRI mampu terus beroperasi dengan baik. BRI Cabang Sidrap memiliki aplikasi yang bernama BRImo atau BRI mobile. Aplikasi digital banking ini diluncurkan untuk memberikan kemudahan dan layanan keamanan saat melakukan transaksi.

Sebagai hasil wawancara dengan narasumber oleh Ibu Puput Purnamasary Naufal, beliau mengatakan bahwa:

Cepat dan tepat dalam layanan transaksi itu kita tidak cuma menyediakan yang namanya branch (kantor), kita juga ada namanya e-channel yaitu ATM, internet banking, fasilitas e-banking, mobile banking, mesin edc itu bisa dilakukan oleh nasabah, mereka tidak harus datang ke kantor untuk bertransaksi, nasabah bisa melakukan fasilitas e-channel. Dan ketika ada nasabah yang ingin membuka rekening, BRI menyediakan fasilitas lewat internet, nasabah tidak harus datang mengantri dan menunggu ke CS untuk membuka rekening, kemudia ketika ada nasabah yang memiliki masalah dalam transaksi pada mesin ATM nasabah dapat menghubungi call center BRI 14017 sehingga masalah nasabah dapat diatasi dengan cepat.⁶⁸

Dari hasil wawancara diatas, peneliti melihat bahwa layanan yang diberikan BRI Cabang Sidrap berupa e-channel merupakan solusi pelayanan yang cepat dan tepat guna meningkatkan kualitas layanan pada BRI Cabang Sidrap sehingga nasabah mendapat kepuasan dari pelayanan yang diberikan. MBanking merupakan layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi

⁶⁸Puput Purnamasary Naufal, Customer Service BRI Cabang Sidrap, Tanggal 28 Januari 2020

perbankan melalui smartphone. M-Banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan m-Banking merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti smartphone, dengan penyedia fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada handphone. Melalui adanya handphone dan layanan m-Banking, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan handphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, selain menghemat waktu dan biaya, mobile banking juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan zaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern. Layanan m-Banking memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain.

Kehadiran BRI satelit atau BRIsat merupakan salah satu komitmen BRI dalam membawa perubahan yang besar, kehadiran BRI satelit dapat memperluas jaringan dan meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah. Manfaat lain dari BRIsat ini juga akan mampu memperbaharui kapasitas layanan dan transaksi menjadi lebih mudah dan terjangkau. Hasilnya, kegiatan perekonomian rakyat dapat terus tumbuh dengan bantuan infrastruktur perbankan lewat sebuah satelit. Penggunaan BRIsat bertujuan untuk mendukung infrastruktur khususnya jaringan, komunikasi, meningkatkan kualitas e-channel Bank BRI dan pelayanan perbankan terutama inklusi layanan keuangan di daerah-daerah terpencil. Dengan BRI satelit diharapkan dapat mengurangi permasalahan-permasalahan berupa gangguan pada jaringan komunikasi serta memberikan efisiensi biaya sewa jaringan. BRI Cabang Sidrap juga terbantu dengan kehadiran satelit BRIsat untuk mendukung jaringan komunikasi di saat black

out. Dengan pemanfaatan jaringan BRIsat, setiap kantor dan mesin ATM BRI dapat terus terkoneksi dengan data center BRI, sehingga tidak terdapat gangguan dalam melayani nasabah.

2. Perencanaan kedua BRI Cabang Sidrap dalam meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah yaitu *Intangible assets*.

Intangible assets dalam kualitas layanan yaitu keunggulan perusahaan dapat ditimbulkan dari kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan berbagai sumber daya dan kapabilitasnya sebagai aset strategik. Keberhasilan pengelolaan aset strategik ini akan menentukan keunggulan khas perusahaan yang mampu menciptakan posisi differensial dibandingkan pesaing (Ferdinand, 2003). *Intangible assets* (aset tidak berwujud) juga memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas terhadap nasabah. *Intangible asset* tidak bisa dijamin oleh perbankan, melainkan melekat pada diri seseorang seperti keterampilan, ide, inovasi, pengetahuan dan brain image. *Intangible assets* adalah harta milik perusahaan yang tidak mempunyai bentuk fisik. Tak bisa dilihat secara kasat mata namun hasilnya bisa dirasakan di masa depan. Dengan kata lain, ini merupakan jenis harta perusahaan yang berbanding terbalik dengan aset tetap, karena aset tetap memiliki bentuk dapat dilihat seperti uang, bangunan, gedung, tanah hingga alat operasional. *Intangible asset* melekat kepada manusia dan tidak bisa dijamin ke bank contohnya brain image melekat pada otak, skill melekat pada tangan kita dan pengetahuan melekat pada otak.

Kualitas layanan yang paling utama menjadi perhatian BRI Cabang sidrap adalah dari aspek Infrastruktur (aspek fisik) dan *intangible assets*. Kualitas layanan yang baik akan tercipta kepuasan nasabah yang dapat membentuk loyalitas nasabah. Pengelolaan berbagai aset yang dimiliki perusahaan, seperti aspek fisik maupun aset

intangible, dapat membantu menciptakan kepuasan nasabah yang mampu menciptakan loyalitas. Pegawai bank dalam memberikan pelayanan harus dituntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar harga diri atau etika. Dalam memberikan pelayanan juga memerlukan etiket, hingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai bank dapat saling menghargai.

Kualitas layanan dalam perspektif Islam menunjukkan konsep Islam mengajarkan dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa dan jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam al-Qur'an surah al-Baqarah ayat 267

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ
وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ
اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Terjemahnya :

Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.⁶⁹

Ayat diatas menjelaskan bahwa dalam segala aktivitas terutama pelayanan di bidang perbankan terkhususnya di BRI Cabang Sidrap harus selalu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya atau pelayanan prima kepada nasabah agar nasabah merasa dirinya diperlakukan dengan baik dan akan tercipta nasabah yang loyal.

⁶⁹ Departemen Agama Al-Quran dan Terjemahan, h. 45

4.1.2 Bagaimana Implementasi Strategi BRI Cabang Sidrap Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah dalam Analisis Etika Bisnis Islam

1. Didalam implementasi strategi perusahaan diharapkan merumuskan tujuan perusahaan, memikirkan dan merumuskan kebijakan, serta mengalokasi sumber daya sehingga strategi yang sudah dirancang dengan matang sebelumnya dapat dilaksanakan. Mengimplementasi berarti menggerakkan para manajer dan karyawan untuk menempatkan strategi yang telah direncanakan menjadi tindakan yang nyata.

Dari sisi infrastruktur dalam aspek fisik disini berupa kenyamanan ruangan dan lokasi parkir untuk nasabah. Sarana pendukung fisik ini lah merupakan persepsi dan penilaian nasabah terhadap kenyamanan nasabah yang diterima pada saat berada dalam ruang lingkup kantor BRI Cabang Sidrap.

Sebagaimana hasil wawancara oleh peneliti dengan Bapak Moh. Adnan, narasumber mengatakan bahwa:

Ruangan kita buat sedemikian rupa supaya mereka lebih nyaman. Ketika kita bicara aspek fisik, apasih yang membuat orang merasa nyaman adalah ketika mereka merasa adem di dalam ruangan. Kita juga membuat parkir yang dulunya sempit, kemudian kita perluas parkir, sehingga orang bebas melakukan transaksi dan aman terhadap kendaraan mereka.⁷⁰

Dari hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa penerapan strategi yang dilakukan terhadap aspek fisik yaitu ruangan dan lokasi parkir pada BRI Cabang Sidrap dapat dikatakan sudah sejalan dengan apa yang direncanakan dalam meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah.

Selain dari pengembangan strategi bisnis yang mengarah kepada kenyamanan ruangan dan lokasi parkir, layanan perbankan digital juga memerlukan infrastruktur

⁷⁰Moh. Adnan, Managemen Operational dan Layanan BRI Cabang Sidrap, Tanggal 30 Januari 2020

yang memadai. Layanan perbankan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik bank, dimana bank mengupgrate isi komputer yang sudah lama menjadi lebih kompatibel dengan sistem yang lebih bagus dan lebih canggih. Layanan perbankan digital juga melalui media digital milik calon nasabah atau nasabah bank yang dilakukan secara mandiri. Hal ini memungkinkan calon nasabah atau nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi pembukaan rekening, transaksi perbankan dan penutupan rekening, dan kebutuhan lainnya dari nasabah bank. Dengan kehadiran BRImo atau BRI mobile didalamnya terdapat e-form BRI pada aplikasi digital banking dapat memberikan kemudahan dan layanan keamanan saat nasabah melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun. Dengan pelayanan yang baik memberikan kepuasan terhadap nasabah dimana kepuasan pelanggan memberikan banyak manfaat banyak bagi perusahaan dalam jangka panjang, akan lebih menguntungkan dalam mempertahankan pelanggan yang baik dari pada harus terus menerus mengaja dan membina pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi.

Sebagaimana hasil wawancara dengan narasumber oleh Ibu Puput Purnamasary naufal, beliau mengatakan bahwa:

Dengan adanya BRI *mobile* yang didalamnya terdapat e-form BRI nasabah tidak harus datang ke kantor untuk bertransaksi, nasabah tidak harus datang lagi mengantri dan menunggu berjam-jam untuk melakukan transaksi seperti pembukaan rekening, nasabah dapat melakukan pembukaan rekening secara mandiri dengan bantuan aplikasi BRI *mobile*.⁷¹

Dari hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah, BRI Cabang Sidrap memberikan

⁷¹Puput Purnamasary Naufal, Customer Service BRI Cabang Sidrap, Tanggal 28 Januari 2020

kemudahan dalam transaksi sehingga nasabah yang memiliki kesibukan dapat melakukan transaksi dengan menggunakan aplikasi BRI mobile tanpa harus menunggu dan mengantri. Pembukaan Rekening BRI melalui *Internet* bisa dilakukan dengan mengakses lama eform BRI. Di laman ini nasabah bisa melakukan registrasi pembukaan rekening tabungan, deposito, valas, dan rekening dana nasabah. Melalui laman yang sama calon nasabah berkesempatan membuat rekening tabungan Britama, Simpedes, Simpedes TKI dan Junior. Cara pembukaan rekening BRI melalui eform yaitu dengan membuka laman eform.bri.co.id kemudian klik Pembukaan Rekening lalu pilih salah satu jenis rekening yang diinginkan kemudian klik Registrasi setelah itu baca syarat dan ketentuan pembukaan rekening, kemudian centang kotak jika setuju dengan syarat dan ketentuan lalu klik Buka Rekening, isilah formulir yang tersedia, setelah itu akan muncul halaman konfirmasi serta nomor referensi yang dapat digunakan untuk melakukan aktivasi pendaftaran di cabang BRI terdekat dengan setoran awal 100.000,- pembayaran setoran awal dapat dilakukan melalui ATM BRI atau *Mobile Banking* dengan nomor Briva yang tertera di halaman tersebut, nomor Briva tersebut digunakan sebagai nomor rekening tujuan.

Pemanfaatan teknologi digital dalam melakukan pengembangan bisnis mampu meningkatkan efisiensi dalam layanan. Layanan internet dan mobile banking akan terus disempurnakan guna mengakomodir kebutuhan nasabah dan pertumbuhan transaksi yang cepat pada layanan tersebut. Teknologi informasi ini akan mendukung data *analytics* dan *machine learning* guna mengembangkan produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan dan perilaku nasabah serta menyediakan solusi keuangan yang tepat dan menyeluruh.

Untuk mempertahankan kepercayaan nasabah dalam penggunaan layanan perbankan BRI, faktor keamanan bertransaksi menjadi salah satu prioritas utama BRI Cabang Sidrap. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan kemajuan internet, maka ancaman *cyber-crime* (kejahatan) dan potensi *fraud* (kecurangan) semakin meningkat. Oleh karena itu, BRI senantiasa menerapkan sistem keamanan IT yang andal dan bertaraf internasional guna mencegah ancaman *cyber-crime* dan mendeteksi adanya transaksi mencurigakan.

Kehadiran BRIsat juga sangat mendukung jaringan komunikasi disaat black out. Dengan pemanfaatan jaringan BRIsat, kantor BRI Cabang Sidrap dan mesin ATM dapat terus terkoneksi dengan data center BRI, sehingga tidak terdapat gangguan dalam melayani nasabah. BRI Cabang Sidrap juga telah dilengkapi dengan adanya backup power cadangan (genset) sehingga dalam kondisi gangguan pada listrik tetap mampu memberikan layanan perbankan terbaik kepada nasabah.

Selain itu BRI memiliki inovasi untuk dapat memberikan layanan terbaik kepada nasabah dalam menjamin keamanan data yang dimiliki nasabah yaitu dengan mengganti kartu ATM nasabah dengan kartu ATM yang berchip sehingga data yang dimiliki nasabah tersimpan aman dalam bentuk chip. Kartu yang tidak berchip akan mudah di scan dan dicetak ulang oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Customer Service (CS) juga memiliki peran penting dalam memberikan pelayanan kepada calon nasabah dengan mempelajari kebutuhan dan keinginan calon nasabah pada saat ingin melakukan pembukaan rekening dengan menjelaskan beberapa produk yang dimiliki oleh BRI Cabang Sidrap dengan menyesuaikan kebutuhan nasabah.

2. Penerapan strategi dari *Intangible assets* yang pertama melalui shorts SDM. Apa yang harus dilakukan shorts SDM adalah nasabah-nasabah yang sudah meningkat dari nasabah yang biasanya bertransaksi secara tunai, sekarang nasabah menginginkan transaksi secara non tunai, artinya mengupgrate kualitas *frontliner*, mengupgrate kualitas dari satpam-satpam, karena ketika ada nasabah yang memiliki permasalahan cukup sampai disitu selanjutnya satpam akan mengarahkan nasabah tersebut ke customer service. BRI Cabang Sidrap juga memiliki sistem FLM (*First Level Maintenance*), siapa yang di maksud *maintenance* disini adalah kepada para *frontliner*. Yang kedua yaitu BRI Cabang Sidrap juga menerapkan budaya layanan smart secara konsisten, kualitas layanan secara smart artinya kualitas layanan yang sistemnya sistematis, massif dan menyentuh kepada seluruh aspek. Yang ketiga memperbesar aspek fisik pada area banking hall dan galeri dari sisi fitur e-channel, karena yang diinginkan BRI Cabang Sidrap adalah nasabah itu sudah terbiasa untuk bertransaksi secara *cashless* (non tunai).

Dari hasil wawancara dengan salah satu narasumber ibu Nursiah beliau mengatakan bahwa:

Pelayanan yang diberikan oleh BRI Cabang sidrap, selama ini saya merasa puas, karena setiap saya bertanya selalu dijawab dengan jelas dan dengan senyum, sikap sopan santun, ramah dan selalu bersikap tenang. Saya juga merasakan kenyamanan di dalam ruangan maupun diluar ruangan, karena pada saat saya diluar ruangan satpam mengarahkan kendaraan saya keparkiran, kemudian pada saat ingin memasuki ruangan satpam dengan ramah menyapa dan memberikan arahan ketika ingin melakukan transaksi begitupun dengan teller dan CS menyapa dengan ramah.

Peneliti melihat bahwa strategi BRI Cabang Sidrap dalam meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah telah dijalankan dengan baik, karena untuk meningkatkan kualitas layanan perlu adanya kepuasan dari nasabah.

Konsep tauhid dapat diartikan sebagai iman, akidah dan tanggung jawab. Hal ini dilakukan oleh praktisi bank dalam menawarkan produk-produk kepada nasabah menunjukkan sikap akidah dengan senantiasa memberikan senyuman dan ramah dalam menyambut dan menjelaskan produk yang mereka tawarkan kepada nasabah. Dengan sikap keterbukaan terhadap nasabah dan telah melaksanakan tanggung jawab sepenuhnya kepada nasabah untuk mempermudah dalam memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan nasabah, maka karyawan BRI Cabang Sidrap menunjukkan sikap yang senang karena berhasil mengajak nasabah untuk menggunakan produk dari BRI Cabang Sidrap dan nasabah sangat senang karena bisa mendapatkan apa yang di inginkan oleh nasabah, semua jenis kalangan dan tidak ada batasan baik kalangan dari ekonomi rendah, ekonomi menengah dan ekonomi tinggi. Dalam hal ini, maka strategi tersebut sudah dapat dikatakan mampu memenuhi salah satu prinsip etika bisnis Islam.

Dalam beraktivitas di dunia kerja maupun di dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil tidak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surah Al-Maidah (5):8

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْا ۗ اَعْدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) Karena Allah, menjadi saksi dengan adil, dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adilah, Karena adil itu lebih dekat kepada

takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.⁷²

Ayat diatas menjelaskan bahwa dalam segala aktivitas terutama di dunia bisnis, kita sebagai manusia di anjurkan untuk selalu bersikap adil dan Allah maha mengetahui apa yang kita perbuat.

Dalam hal ini keadilan layanan merupakan persepsi nasabah dari tingkat keadilan dalam perilaku layanan perbankan. Penilaian nasabah terhadap keadilan layanan muncul ketika nasabah membandingkan layanan yang dirasakan dengan standar layanan nasabah, berdasarkan perbandingan tersebut nasabah merasa diperlakukan adil atau tidak. BRI Cabang Sidrap menyamakan pelayanan dan hak semua nasabah dimana BRI Cabang Sidrap tidak membeda-bedakan nasabah yang satu dengan nasabah yang lain.

BRI Cabang Sidrap, memberikan kebebasan kepada nasabah atau calon nasabah untuk bertanya hal-hal yang belum dimengerti, begitupun pihak perusahaan akan menjelaskan mekanisme dalam pengambilan produk tanpa adanya informasi yang harus ditutupi dengan jelas kepada para nasabah. Akan tetapi, BRI Cabang Sidrap tidak mempersulit nasabah dalam pembelian produk. BRI Cabang Sidrap mampu menerapkan nilai etika bisnis Islam berupa kehendak bebas (*Free Will*), dengan kata lain mampu memberikan kenyamanan kepada nasabah untuk menentukan apa yang diinginkan tanpa adanya tekanan dari pihak lain.

BRI Cabang Sidrap ketika memberikan informasi mengenai syarat-syarat dalam pembelian produk atau mempromosikan produk kepada calon nasabah berarti

⁷²Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: Diponegoro, 2011), h.44.

pihak BRI Cabang Sidrap harus bertanggung jawab atas segala informasi yang telah di sampaikan kepada calon nasabah. Hal ini bertujuan untuk menghindari adanya penipuan yang dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Ketika kesadaran akan rasa tanggung jawab telah tertanam maka kepercayaan nasabah maupun perusahaan akan mudah diperoleh. Allah Subhana Wata'ala menghendaki setiap umatnya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam QS. An-Nahl (16):91

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

Terjemahnya :

Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu Telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.⁷³

BRI Cabang Sidrap tidak hanya memberikan pelayanan prima tetapi, produk yang disediakan juga memiliki kualitas yang baik bagi para nasabah. Hal ini merupakan salah satu alasan mengapa para nasabah memilih BRI Cabang Sidrap sebagai tempat untuk melakukan transaksi. Prinsip kebenaran ini dalam etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak dalam menggunakan produk. Tetapi, sejauh ini BRI Cabang Sidrap dipastikan tidak ada kerugian yang ditimbulkan justru sebaliknya memberikan keuntungan bagi pihak nasabah karena produk yang digunakan sesuai dengan kebutuhan atau keinginan nasabah. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa

⁷³Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jawa Barat: PT. Sygma Examedia arkanleema, 2009), h. 277.

pelayanan yang diharapkan nasabah yang diberikan BRI Cabang Sidrap dapat dikatakan sebagai kepuasan nasabah.

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam telah memenuhi kriteria BRI Cabang Sidrap, meskipun BRI Cabang Sidrap bukan satu-satunya bank yang memberikan jasa akan tetapi BRI Cabang Sidrap sangat memperhatikan etika bisnis baik kepada nasabah maupun sesama karyawan, karena dengan etika yang baik dapat memperluas kemajuan perusahaan menjadi lebih baik dan tentunya tidak mudah untuk dilakukan. Salah satu cara agar dapat mencapainya adalah dengan menerapkan etika bisnis yang baik dalam perusahaan.

4.1.3 Evaluasi Strategi BRI Cabang Sidrap Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah dalam Analisis Etika Bisnis Islam

1. Evaluasi merupakan langkah penting dalam manajemen suatu program, karena tanpa adanya suatu evaluasi/penilaian tidak bisa mengetahui dan mengidentifikasi keberhasilan suatu program. Evaluasi program merupakan suatu usaha untuk menilai sejauh mana tingkat keberhasilan suatu program dalam mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan yang disusun secara sistematis dan terpadu. Kriteria evaluasi layanan berdasarkan kebutuhan nasabah yang memiliki tujuan yang ideal dan jelas, tersedianya fasilitas yang dibutuhkan nasabah yang menunjang transaksi nasabah.

Strategi adalah rencana tentang bagaimana perusahaan akan melakukan apapun yang harus dilakukan di dunia bisnis, bagaimana perusahaan tersebut akan menang dalam bersaing, dan bagaimana perusahaan akan menarik serta memberikan kepuasan kepada pelanggannya untuk mencapai tujuan. Dalam kaitannya dengan kualitas layanan harus ada strategi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan

nasabah yang pada akhirnya dapat menghasilkan kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh BRI Cabang Sidrap. Ketika ada permasalahan yang timbul dan berbagai jenis komplain dari nasabah, maka itulah menjadi pendorong BRI Cabang Sidrap akan terus berkembang terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh nasabah.

Dalam dunia bisnis, ada beberapa tahapan yang perlu diketahui yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan hingga pengawasan dan pengendalian, kemudian *managemen* juga merupakan proses yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan organisasi melalui rangkaian kegiatan berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya organisasi lainnya. Dapat disimpulkan bahwa manajemen pada dasarnya merupakan seni atau proses dalam menyelesaikan sesuatu yang berkaitan dengan pencapaian tujuan.

Dalam merumuskan strategi dan program layanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan nasabah dengan memperhatikan komponen kualitas layanan salah satunya dengan bukti fisik. Perbaikan dari segi bukti fisik seperti perbaikan gedung, parkir, perangkat IT, kecepatan layanan dan kecepatan jaringan ini lah menjadi penilaian nasabah. Ketika ingin menunjukkan kualitas yang bagus, maka BRI Cabang Sidrap harus melakukannya secara konsisten, melakukan *continue* dengan *coaching-coaching*, dan melakukan *kaderisasi*, sehingga permasalahan yang dipermasalahkan oleh nasabah dapat terselesaikan.

Bisnis-bisnis yang benar-benar sukses menurut pandangan Al-Qur'an adalah bisnis yang membawa keuntungan pada pelakunya dalam dua fase kehidupan manusia, yakni terbatas karena dunia dan tidak terbatas dengan akhirat. Manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih sukses di dunia ini namun juga untuk

kesuksesan diakhirat. Semua kerja seseorang akan mengalami efek yang demikian besar pada diri seseorang.

Saat memberikan sebuah servis atau pelayanan kepada pelanggan sebaiknya dilakukan dengan sepenuh hati dan tanpa menambahkan sebuah kebohongan di dalamnya. Kejujuran dan pelayanan yang baik, amah, sopan, dan membuat pelanggan senang dan mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Allah SWT berfirman dalam AL-Qur'an surat An-Nahl; 97.

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿٩٧﴾

Terjemahnya:

Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam Keadaan beriman, Maka Sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan Sesungguhnya akan Kami beri Balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.⁷⁴

Ditekankan dalam ayat ini bahwa laki-laki dan perempuan dalam Islam mendapat pahala yang sama dan bahwa amal saleh harus disertai iman.

Pada saat memberikan pelayanan kepada nasabah, sikap melayani dan rendah hati yang melekat dalam diri seorang pegawai dengan kemampuan berkomunikasi yang baik upaya merebut hati pelanggan dengan memberi perhatian, berkomunikasi yang sopan, ramah serta murah senyum sehingga membuat pelanggan senang.

Aspek-aspek layanan yang dievaluasi terdiri aspek manusia (satpam, customer service, teller, dan manajer operasional) serta aspek fisik (peralatan banking hall, kenyamanan ruangan, toilet, dan ATM). Pihak manajemen melakukan survey kualitas

⁷⁴Departemen Agama RI, AL-Qur'an dan Terjemah (Bandung: Diponegoro, 2005)

pelayanan secara internal dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas kinerja pelayanan secara berkala agar kekurangan-kekurangan yang ada dapat segera diperbaiki.

Tata letak ruangan, area *banking hall* dan parkir merupakan kunci untuk meningkatkan kinerja dan kenyamanan nasabah. BRI Cabang Sidrap senantiasa melakukan perbaikan ketika nasabah merasakan ketidaknyamanan pada saat nasabah berada di dalam ruangan maupun di area parkir, seperti kebersihan ruangan, perbaikan ketika pendingin udara tidak bekerja dengan baik, toilet yang bersih, dan parkir yang aman bagi kendaraan nasabah.

Pengevaluasian pelayanan bank juga mengfokuskan pada pengamatan proses *service delivery* dari tiap transaksi dan interaksi, dimana proses manajerial yang memiliki fokus utama pada customer dari semua layanan IT, yang menjamin bahwa layanan-layanan IT tersebut dapat digunakan sesuai fungsinya untuk mendukung kegiatan bisnis. Seperti halnya seorang customer sebuah layanan akses internet, mereka selalu peduli dengan kualitas akses, terkait dengan berapa besar kapasitas yang didapat, ketersediaan serta kemudahan akses pada saat apapun dan di manapun. Kemudahan akses dan ketersediaan aplikasi, keamanan penggunaan aplikasi, layanan serta ketanggapan pihak IT dalam menangani semua keluhan dan kesulitan dalam pengoperasian aplikasi menjadi tujuan dari semua proses yang ada. Proses tersebut memberikan gambaran proses internal dan dukungan teknologi, serta sinergi antara sumber daya manusia, strategi bisnis dan proses bisnis dalam menciptakan pengalaman pelanggan. Dari aspek penilaian customer service, teller, satpam, e-banking, ATM, mobile internet, peralatan *banking hall*, toilet dan beberapa aspek lainnya.

Dari aspek fisik, BRI Cabang Sidrap harus meningkatkan kecanggihan peralatan yang telah dimiliki sehingga ketika ada beberapa kelemahan pada sistem yang dipakai dapat dengan segera diperbaiki. Sedangkan untuk interior ruangan dan kelengkapan peralatan dalam melayani nasabah dapat terus diperbaharui seperti kenyamanan bangku tunggu, kelancaran sirkulasi udara di dalam ruangan dan penataan pernak-pernik promosi. Kelengkapan peralatan seperti sistem antrian sehingga nasabah merasa lebih puas dalam melakukan transaksi di BRI Cabang Sidrap. Aspek lain dalam aspek fisik seperti sarana parkir dan penampilan petugas dapat terus ditingkatkan sehingga nasabah benar-benar merasakan kepuasan yang tinggi dan mampu menciptakan loyalitas nasabah.

2. Evaluasi dari *Intangible asset* yaitu dengan mengukur sejauh mana hasil yang telah dicapai, BRI Cabang Sidrap menggunakan jasa pihak ke 3 yang namanya MRI (*Marketing Research Indonesia*) yang akan melihat atau menghitung seberapa cepat dan seberapa puas berdasarkan hasil survei-survei secara eksternal yang mereka lakukan. Survei eksternal yang akan mereka lihat dan secara waktu yang tidak ditentukan melakukan kunjungan-kunjungan secara sidak.

Sebagaimana hasil wawancara dengan narasumber oleh Bapak Moh. Adnan, beliau mengatakan bahwa:

Dalam mengukur sejauh mana hasil yang telah dicapai, BRI Cabang Sidrap menggunakan jasa MRI, dengan cara itu kita mengharapkan bahwa kita memiliki tolak ukur yang pasti dan yang harus di ingat bahwa dalam setiap kali kita melakukan peningkatan strategi kita tidak pernah bisa menilai diri kita sendiri harus selalu dari pihak lain.⁷⁵

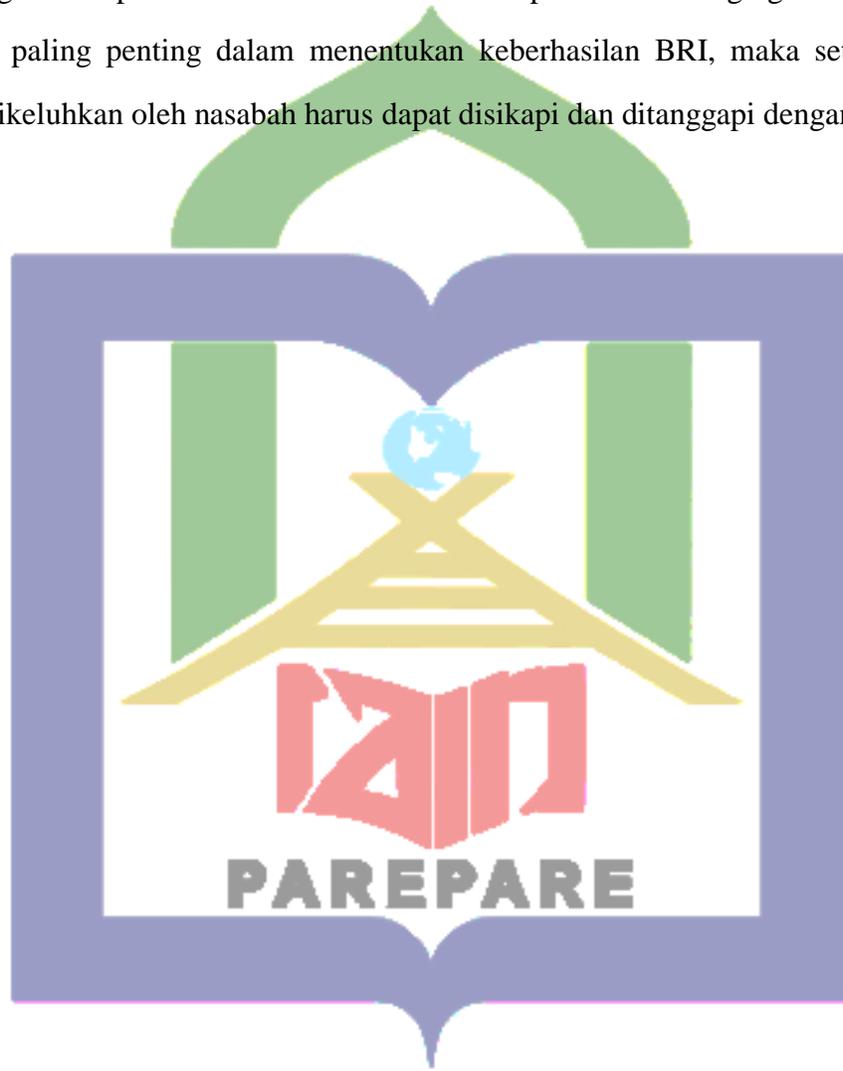
Dari hasil wawancara diatas, peneliti melihat bahwa untuk mengukur kinerja seseorang perlu adanya dari pihak lain untuk mengetahui seberapa jauh kinerja

⁷⁵Moh. Adnan, Managemen Operational dan Layanan BRI Cabang Sidrap, Tanggal 30 Januari 2020

seseorang dalam bekerja. Dalam sebuah perusahaan pasti menerapkan yang namanya strategi, akan tetapi untuk berjalannya strategi tersebut juga memerlukan berbagai pihak. BRI Cabang Sidrap telah menggunakan jasa pihak 3 yaitu MRI untuk mengukur sejauh mana hasil yang telah dicapai. Kepuasan nasabah merupakan tujuan utama pelayanan prima. Setiap frontliner sebagai garda depan perbankan berkewajiban untuk memuaskan nasabah. Kepuasan nasabah dapat dicapai apabila frontliner mengetahui siapa nasabahnya baik nasabah internal maupun eksternal. Untuk melaksanakan tugas sebagai frontliner tentu didasari pada pelayanan yang mengacu pada kepuasan pelanggan yang dilayani. Bank memperoleh nilai yang baik dengan standar layanan prima yang diberikan bank terhadap nasabah dengan survey MRI. Dalam penilaian service, bukan hanya customer service dan teller yang dinilai, akan tetapi juga pada aspek security, aspek tangible (tampilan bank) dan juga service layanan. Hal tersebut akan berdampak pada peningkatan image BRI Cabang Sidrap, serta indeks kepuasan pelayanan terhadap nasabah. Kemampuan frontliner dalam melayani, kemampuan mengatasi komplain, reputasi perusahaan, reputasi produk dan pengetahuan karyawan terhadap produk akan memiliki persepsi yang baik terhadap nasabah. CS, teller dan security akan dinilai dalam melayani, penampilan dan skill. Pada aspek tangible (tampilan bank) yang dinilai adalah peralatan bank, kenyamanan ruangan, ATM, dan toilet. Setelah melihat hasil dari MRI maka tindakan yang perlu dilakukan adalah mengevaluasi/memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah.

Dari aspek *Intangible assets*, BRI Cabang Sidrap terus meningkatkan sikap petugasnya dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Selalu tersenyum setiap akan melakukan komunikasi dengan nasabah dengan menyebutkan nama nasabah,

akan membuat nasabah merasa lebih diperhatikan. Dengan membangun suasana lebih akrab dengan nasabah akan membuat nasabah juga merasa bahwa petugas BRI merupakan bagian dari keluarga mereka. Sedangkan kemampuan petugas dalam menangani komplain dari nasabah harus lebih diperhatikan mengingat nasabah adalah bagian paling penting dalam menentukan keberhasilan BRI, maka setiap masalah yang dikeluhkan oleh nasabah harus dapat disikapi dan ditanggapi dengan cepat.



BAB V

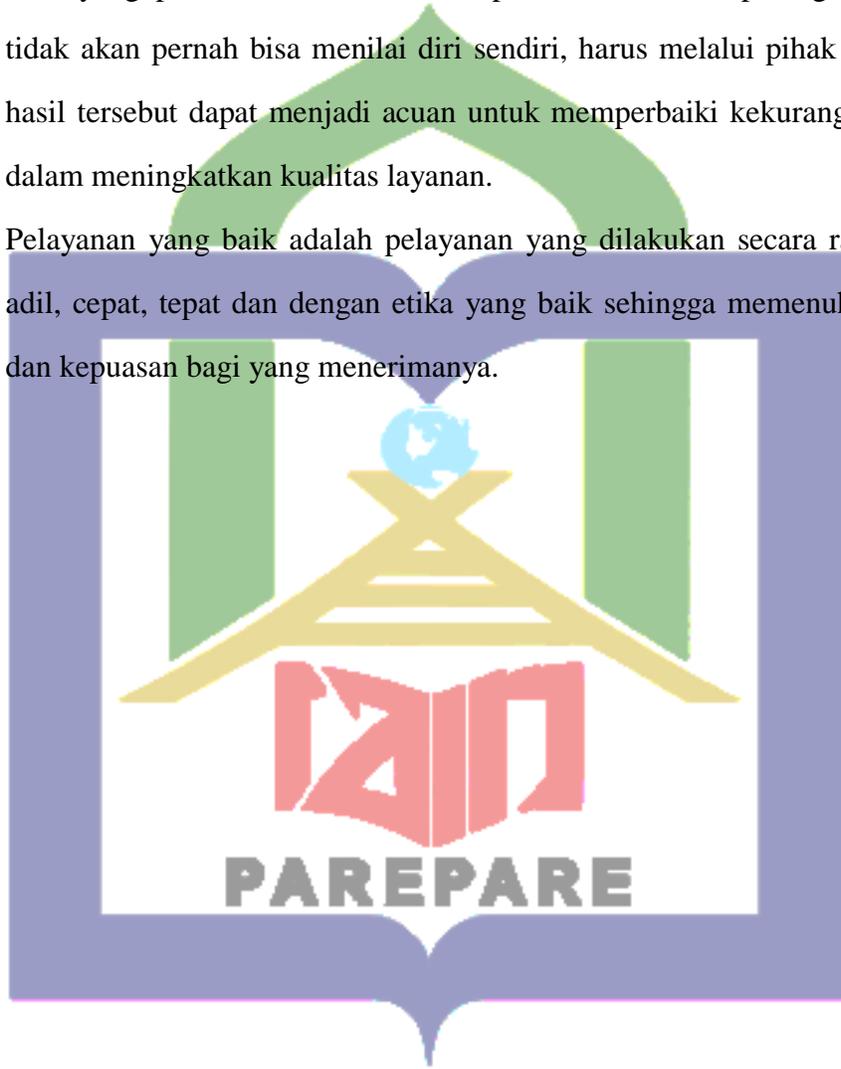
PENUTUP

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam BAB IV, maka disajikan beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

- i. Perencanaan strategi yang ditetapkan oleh BRI Cabang Sidrap dalam meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah, yaitu dari infratraktur (aspek fisik) dan *intangible assets* (aset tidak berwujud), dari kedua aspek tersebut menjadikan kepuasan terhadap nasabah dimana kepuasan nasabah merupakan inti dari perencanaan
- ii. Implementasi strategi BRI Cabang Sidrap dalam meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah, yaitu dari infrastruktur (aspek fisik). Infrastruktur berkaitan dengan ruangan, perangkat IT, kecepatan jaringan, dan kecepatan layanan, dimana BRI Cabang Sidrap memperbaharui semua aspek tersebut sehingga nasabah merasa puas terhadap kenyamanan ruangan, keamanan lokasi parkir, kecepatan dalam bertransaksi dan pelayanan yang handal. Sedangkan dari *intangible assets* yaitu yang pertama peningkatan kualitas dari *frontliner*, kedua menerapkan budaya layanan yang smart secara konsisten, dan ketiga dari aspek fisik yaitu area banking hall dan galeri, memperbesar dari sisi fitur e-channel, karena yang diinginkan adalah nasabah terbiasa bertransaksi secara cashless (non tunai).

- iii. Evaluasi yang dilakukan oleh BRI Cabang Sidrap untuk mengukur sejauh mana hasil yang telah dicapai yaitu dengan menggunakan jasa MRI (Marketing Research Indonesia) sehingga BRI Cabang Sidrap memiliki tolak ukur yang pasti, karena dalam setiap kali melakukan peningkatan strategi tidak akan pernah bisa menilai diri sendiri, harus melalui pihak lain, dengan hasil tersebut dapat menjadi acuan untuk memperbaiki kekurangan yang ada dalam meningkatkan kualitas layanan.
- iv. 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.



b. Saran

Berdasarkan hasil penelitian strategi BRI Cabang Sidrap dalam meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah di BRI Cabang Sidrap kabupaten sidenreng rappang diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan serta bermanfaat bagi Bank BRI Cabang Sidrap dalam memberikan pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan dapat memberikan kepuasan bagi nasabah, maka saran yang dapat penulis kemukakan yaitu:

- i. Mengingat Infrastruktur BRI Cabang Sidrap, maka perlu adanya peningkatan dalam berbagai fasilitas seperti peralatan Banking Hall, perluasan parkir, dan kenyamanan dalam ruangan agar nasabah memperoleh kenyamanan saat berada di BRI Cabang Sidrap.
- ii. Mengingat *Intangible assets* BRI Cabang Sidrap, maka perlu adanya peningkatan pelayanan terhadap nasabah dari segi kemampuan karyawan dalam menyampaikan produk kepada nasabah. Dengan peningkatan Infrastruktur dan *Intangible assets* dapat melampaui harapan nasabah agar terciptanya nasabah yang loyal
- iii. Penelitian ini bukanlah penelitian pertama dilakukan oleh penulis, namun tidak menutup kemungkinan akan ada peneliti selanjutnya yang mengangkat tema ini, jadi diharapkan ini menjadi acuan untuk peneliti yang lebih sempurna lagi kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Kadir. 2010. *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur'an*. Jakarta: Amzah.
- Al-Qur'an dan Departemen Agama
- Antonio, M Syafi'I. 2001. *Bank syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arif, M Nur Rianto Al. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arijanto, Agus. 2011. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Aziz, Abdul, M.Ag. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Afabeta.
- Azwar, Sifuddin. 2000. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pusaka Pelajar.
- Badroen, Faizal. 2006. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia.
- Ewasudarma. 2018. *Strategi PT. Bank Sumut Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS Banking*. Skripsi D-III: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Fandy, Tjiptono, Gregorius Chandra, dan Dadi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Gasperz, Vincent. 2002. *Penerapan Konsep-Konsep Kualitas Dalam Manajemen Bisnis Total*. Jakarta: Gramedia.
- Havianto, Alvin. 2013. *Strategi Peningkatan kualitas Layanan Publik*.
- Hunger, David dan Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Ismail. 2010. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Kencana.
- Karim,Adiwarman A 2001. *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani Press.

- Karim,AdiwarmanA. 2013. *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kasiram, Moh. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif-kualitatif*. UIN Maliki Press.
- Kasmir. 2009. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media.
- Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Keraf, Sonny. A. 1998. *Etika Bisnis (Tuntutan dan Revolusinya)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Krismanto, Adi. 2008. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Cabang Semarang Pattimura*. Tesis tidak diterbitkan; Universitas Diponegoro Semarang.
- Lupiyadi, Rambat dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manullang.2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Perbankan PT. Garuda Indonesia Airlines Di Bandara Polanja Medan*. Tesis: Universitas Sumatera Utara.
- Masyhuri dan Zainuddin.*Metode Penelitian*.Pendekatan Praktis dan Apikatif.
- Mudiyani, Bertia Rahayu. 2017. *Strategi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Frontliner Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Kantor Cabang Purwokerto*. Skripsi D-III: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Muhammad. 2004. *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BFEYogyakarta.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

- Muljono, Djoko. 2012. *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pribadi, Anggoro Agustinus R, Sufion, Syuhada, dan J. Sugiarto PH. 2007. *Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan Untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas Pada BRI Cabang Blora Dan Unit Online-nya*. Studi Manajemen & Organisasi 4, no. 2
- R. Jauch, Lawrence dan William F. Glueck. 1998. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Rasyid, Harun. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Ilmu Sosial Agama*. Pontianak: STAIN Pontianak.
- Ridwan, Sholehuddin. 2016. *Strategi Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Ibnu Rusyd Kabupaten Lampung Utara Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Layanan*. Skripsi S1: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Rivai, Nuruddin dan Arfa. 2018. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah". *Jurnal Nominal* 7, no. 1.
- Robbins, Stephen P, and Mary Coulter. 2010. *Management Tenth Edition*, diterjemahkan oleh Bob Sabran dan Devri Barnadi Putera dengan Judul, *Manajemen Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Sofgan, Assauri. 2007. *Manajem Pemasaran*. Kajawali Pers. Jakarta.
- Sugianto. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung Alfabeta.
- Suprayogo, Imam dan Tobroni. 2001. *Metode Penelitian Sosial Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Usman, Husain dan Pramono, Setiady Akbar.2006.*Metodologi Penelitian Sosial*.Jakarta: PT Bumi Aksara.

<https://bri.co.id>. 2019. Diakses pada 3 Oktober.





BIOGRAFI PENULIS

Salsabila Medy Tryana lahir di Lainungan Sidrap 12 Oktober 1997, tempat tinggal beralamat di Kamirie Kabupaten Sidenreng Rappang provinsi SUL-SEL. Anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan bapak Surianto dan ibu Rahima Penulis berkebangsaan Indonesia dan bergama islam.

Riwayat pendidikan penulis, memulai pendidikan ke sekolah dasar atau SD Negeri 3 Lainungan pada tahun 2003 tamat pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pendidikan di sekolah menengah pertama atau SMP Negeri 2 Watang Pulu pada tahun 2009 dan tamat pada tahun 2012, kemudian melanjutkan ditingkat sekolah menengah atas atau SMA Negeri 2 Parepare pada tahun 2012 dan tamat pada tahun 2015. Pada tahun 2015 melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) penulis menyelesaikan pendidikan sebagaimana mestinya tugas akhir berupa skripsi yang berjudul "Strategi BRI Cabang Sidrap dalam Meningkatkan Kualitas Layanan terhadap Nasabah (Analisis Etika Bisnis Islam)