

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN NASABAH TERHADAP FITUR
BRIS ONLINE PADA BSI KANTOR CABANG
KEDIRI**

SKRIPSI



Oleh:

Dita Fransiska
NIM 210817189

Pembimbing :

Tiara Widya Antikasari, M.M.
NIP 199201012019032045

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2021**

ABSTRAK

Fransiska Dita, Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Fitur BRIS Online Pada BSI Kantor Cabang Kediri. *Skripsi*. 2021 Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing: Tiara Widya Antikasari, M.M.

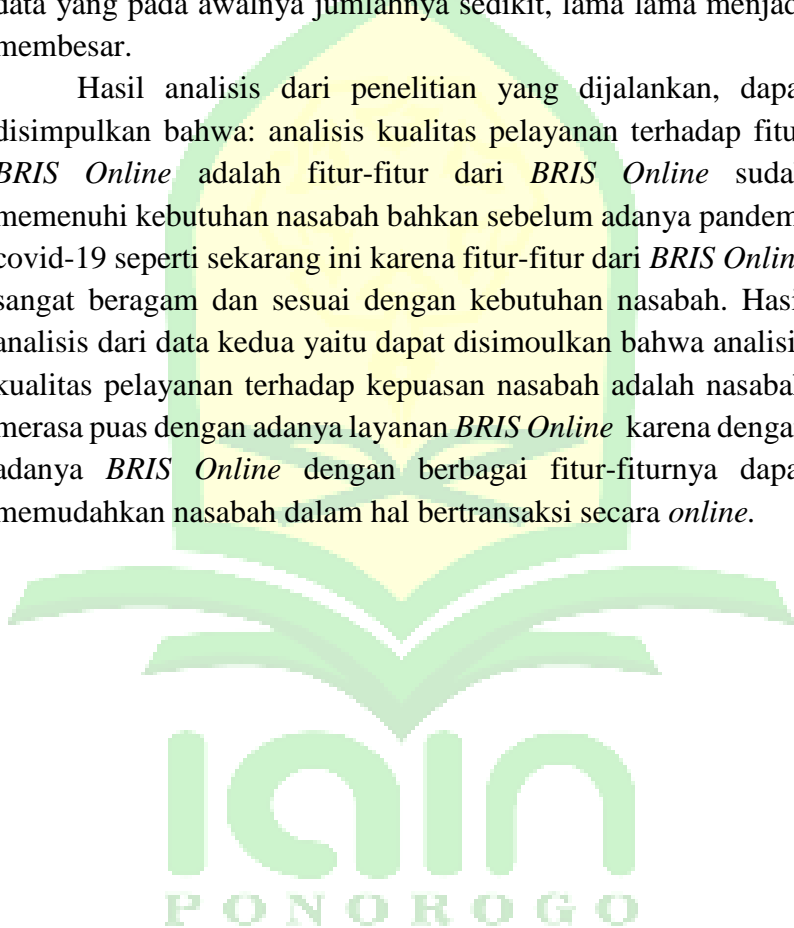
Kata Kunci : *Kebutuhan, Kemudahan, Pandemi Covid-19.*

Menurut teori, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Fenomena yang diangkat dalam penelitian ini yaitu bahwa semenjak adanya pandemi covid-19 seperti sekarang ini, semua aktivitas yang semula dilakukan secara tatap muka (berinteraksi langsung) sekarang menjadi zaman yang serba *online*. Dengan keadaan serba *online* seperti ini, BSI terus mengembangkan teknologi informasi guna menguatkan akses digital banking demi memberikan kemudahan, kenyamanan, serta kepuasan pada nasabah walaupun semua transaksi dilakukan secara *online*. Tetapi, pada realitanya masih ada nasabah yang kurang puas dengan kualitas pelayanan dari *BRIS Online* sendiri. Namun demikian nasabah tetap menikmati dan menggunakan layanan dari *BRIS Online*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mencari data secara langsung di lokasi penelitian

dengan melihat obyek yang diteliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jenis *snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama lama menjadi membesar.

Hasil analisis dari penelitian yang dijalankan, dapat disimpulkan bahwa: analisis kualitas pelayanan terhadap fitur *BRIS Online* adalah fitur-fitur dari *BRIS Online* sudah memenuhi kebutuhan nasabah bahkan sebelum adanya pandemi covid-19 seperti sekarang ini karena fitur-fitur dari *BRIS Online* sangat beragam dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hasil analisis dari data kedua yaitu dapat disimpulkan bahwa analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah nasabah merasa puas dengan adanya layanan *BRIS Online* karena dengan adanya *BRIS Online* dengan berbagai fitur-fiturnya dapat memudahkan nasabah dalam hal bertransaksi secara *online*.



LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Dita Fransiska
NIM : 201817189
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah
Terhadap Fitur BRIS Online Pada BSI Kantor Cabang Kediri.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian Munaqasah.

Ponorogo, 13 April 2021


Mengetahui,
Kajur/Kaprodi
A. A. Agung Eko Purwana, S.E, M.S.I
NIP 19710923200003100

Menyetujui,
Pembimbing

Tiara Widya Antikasari, M.M
NIP 199201012019032045



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Prutu Jemangan Ponorogo

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:**

Judul : Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap
Fitur BRIS Online Pada BSI Kantor Cabang Kediri.
Nama : Dita Fransiska
NIM : 201817189
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu
syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

Penguji I
Ridho Rokamah, S.Ag., M.Si
NIP. 197412111999032002

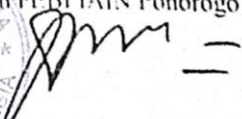
Penguji II
Tiara Widya Antikasari, M.M.
NIP. 199201012019032045

()
()
()

Ponorogo, 13 April 2021

Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dita Fransiska

NIM : 210817189

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Fitur BRIS Online Pada BSI Kantor Cabang Kediri

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan ini untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 13 April 2021

Penulis



Dita Fransiska

NIM. 210817189

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dita Fransiska

NIM : 210817189

Jurusan : Perbankan Syariah F

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Fitur BRIS Online
Pada BSI Kantor Cabang Kediri.

Secara keseluruhan adalah hasil karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 13 April 2021

Pembuat Pernyataan



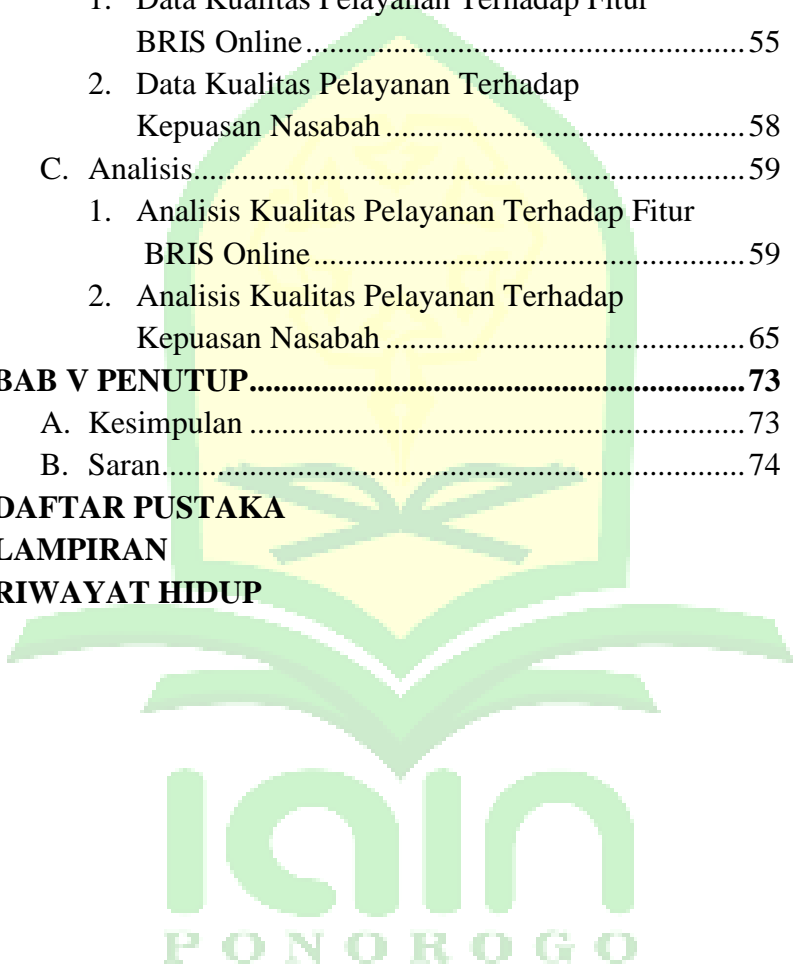
Dita Fransiska

NIM 210817189

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Pembahasan	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
A. Deskripsi Teori.....	9
1. Kualitas Pelayanan.....	9
2. Kepuasan Nasabah	14
B. Kajian Pustaka.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	26
B. Lokasi Penelitian.....	27
C. Data dan Sumber Data	27
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	29
F. Teknik Pengolahan Data	29
G. Teknik Analisis Data.....	30

BAB IV DATA DAN ANALISIS	32
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	32
B. Data	55
1. Data Kualitas Pelayanan Terhadap Fitur BRIS Online.....	55
2. Data Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	58
C. Analisis.....	59
1. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Fitur BRIS Online.....	59
2. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	65
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa ini, bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi yaitu *mobile banking (m-banking)*. Produk *mobile banking* merupakan layanan tambahan kepada nasabah yang sudah memiliki rekening di bank. Layanan *mobile banking* Bank Syariah adalah pengembangan dari dua bentuk inovasi Bank Syariah sebelumnya yaitu sms banking dan internet banking. Layanan *mobile banking* digunakan dengan perangkat *smart phone* seperti blackberry, apple, dan HP dengan sistem operasi berbasis android serta windows.¹ *Mobile banking* sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas bagi masyarakat khususnya diperkotaan maupun dipedesaan yang memiliki aktivitas yang padat. Penyediaan layanan perbankan syariah berbasis internet memberikan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi keuangan tanpa harus mendatangi kantor bank syariah.

Jenis-jenis layanan perbankan syariah yang terdapat pada *mobile banking* relatif sama dengan internet banking seperti transfer dana antar rekening atau ke bank lain;

¹ Muammar Arafat Yusmad, Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 79.

informasi saldo dan mutasi rekening; pembayaran tagihan kartu kredit, angsuran, asuransi, rekening listrik, air, telepon, TV kabel, zakat, dan lain-lain; pembelian tiket transportasi, token listrik, pulsa HP, kuota data, dan lain-lain; dan layanan lainnya seperti informasi notifikasi rekening dan kurs valuta asing.²

Semenjak adanya pandemi covid-19 seperti sekarang ini, semua aktivitas yang semula dilakukan secara tatap muka (berinteraksi langsung) sekarang menjadi zaman yang serba *online*. Dengan keadaan serba *online* seperti ini, BSI terus mengembangkan teknologi informasi guna menguatkan akses digital banking demi memberikan kemudahan, kenyamanan, serta kepuasan pada nasabah walaupun semua transaksi dilakukan secara *online*. Dalam hal ini, akses *digital banking* yang ditingkatkan adalah dengan meningkatkan produk yang sudah ada melalui layanan *integrasi* dari *internet banking* BRI dan *mobile banking*. Keduanya merupakan Aplikasi berbasis *online* andalan dari Bank BSI, yang kini ditingkatkan lagi dengan menggabungkan keduanya dan dikembangkan menjadi *BRIS online*. Secara tidak langsung, hal ini juga berpengaruh terhadap bagaimana kualitas pelayanan dari aktivitas transaksi perbankan yang serba *online* ini, dan apakah nasabah puas atau tidaknya dengan setiap transaksi ataupun aktivitas yang dilakukan secara *online* ini.³

² Ibid, 78

³ www.BRISyariah.co.id

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen⁴. Sedangkan Lupiyoadi dan Hamdani mengatakan kualitas pelayanan adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan. Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian⁵.

Kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan nasabah memiliki hubungan yang erat dalam dunia perbankan. Menurut Freddy Rangkuti, tidak ada gunanya produk yang berkualitas kalau tidak diimbangi dengan kualitas layanan yang luar biasa. Nasabah akan merasa kecewa karena tidak memperoleh layanan dengan baik. Sebaliknya, layanan yang luar biasa juga tidak akan ada artinya apabila tidak didukung oleh produk yang berkualitas yang sesuai dengan harapan nasabah atau kepuasan nasabah.⁶ Sedangkan menurut Kotler dan Keller, semakin tinggi tingkat kualitas, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan.⁷ Dalam penelitian ini produk yang dimaksud adalah produk *BRIS online*.

⁴ Tjiptono Fandy, Strategi Pemasaran, Edisi pertama (Yogyakarta: Andi Offset, 2007) 40

⁵ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, Manajemen Pemasaran konsumen dan jasa (Jakarta: Salemba Empat, 2006) 95

⁶ Freddy Rangkuti, Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001, 7

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, 144

Hasil wawancara dengan pengguna *BRIS online* di BSI Kantor Cabang Kediri yang bernama Puja mengatakan bahwa kualitas layanan *BRIS online* masih rendah karena *BRIS online* ketika diakses sering *error*. contohnya apabila saat melakukan transfer pada jam malam, biasanya pada layanan *BRIS Online* muncul tulisan layanan tidak tersedia atau terkadang muncul tulisan *time out*. Namun, meskipun layanan *BRIS Online* yang diterimanya tidak sesuai yang diharapkannya, Puja mengaku tetap merasa puas dan tetap menggunakan layanan *BRIS online* kembali, karena dengan adanya layanan *mobile banking* yaitu *BRIS online* ia tidak perlu pergi ke bank untuk melakukan berbagai transaksi apalagi pada saat pandemi covid-19 seperti sekarang ini, bahkan gratis biaya administrasi atas penggunaan *BRIS online* tersebut.⁸

Sedangkan, hasil wawancara dengan pengguna *BRIS online* di *BRIS Syariah* Kantor Cabang Kediri yang bernama Amalia mengatakan bahwa kualitas pelayanan *BRIS online* masih belum sesuai harapannya, dimana ia berharap dengan adanya *BRIS online* ia dapat memenuhi kebutuhannya, namun dalam kenyataannya produk *BRIS online* tersebut belum mampu memenuhi kebutuhannya. Yang dimaksud belum memenuhi kebutuhan Amalia ini adalah ketika ia ingin melakukan pembayaran belanja ke salah satu toko *online* yaitu Shopee secara *online* melalui *BRIS online*, Sedangkan yang tersedia pada layanan *BRIS online* hanyalah 2 toko *online* saja, yaitu Tokopedia dan Buka lapak.

⁸ Puja Syarif, wawancara 3 Oktober 2020.

Meskipun kualitas layanan dari *BRIS online* belum sesuai dengan harapannya ia tetap mengaku puas dan tetap menggunakan kembali produk *BRIS online* karena biaya transfer murah dan cek saldo mudah.⁹

Industri perbankan menyediakan fasilitas *BRIS online* atau yang lebih dikenal dengan *mobile banking* guna mencapai kepuasan nasabah. Menurut Freddy Rangkuti, kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk/jasa.¹⁰ Menurut Kotler dan Keller, kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.¹¹ Setelah menggunakan produk, nasabah akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong nasabah untuk menggunakan ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa nasabah tidak akan menggunakan produk yang sama lagi di kemudian hari.¹² Secara umum, kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan nasabah.¹³

⁹ Amalia, *wawancara* 4 Oktober 2020

¹⁰ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 8.

¹¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 144.

¹² Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 181.

¹³ *Ibid*, 182

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut serta menganalisis apakah pada saat pandemi covid-19 seperti sekarang ini, kualitas pelayanan dari *BRIS online* pada masa pandemi covid-19 seperti sekarang ini berpengaruh atau tidak pada kepuasan nasabah, mengingat hampir semua transaksi yang berhubungan dengan perbankan dilakukan secara *online*. Dalam hal ini penulis melakukan penelitian di BSI Kantor Cabang Kediri. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul penelitian “Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Fitur *BRIS Online* Pada BSI Kantor Cabang Kediri.”

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana analisis kualitas pelayanan terhadap fitur-fitur *BRIS online* pada BSI Kantor Cabang Kediri?
2. Bagaimana analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BSI Kantor Cabang Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang dipaparkan penulis diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan mengetahui bagaimana analisis kualitas pelayanan terhadap fitur-fitur *BRIS online* pada BSI Kantor Cabang Kediri
2. Menganalisis dan mengetahui bagaimana analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BSI Kantor Cabang Kediri

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dipergunakan untuk:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pengetahuan dan rujukan bagi semua orang dalam melakukan kajian ilmu perbankan syariah mengenai Analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur *BRIS Online* pada BSI Kantor Cabang Kediri.

2. Secara praktis

Sebagai bahan evaluasi bagi lembaga keuangan syariah khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI) agar terus berkembang dan melakukan pekerjaan sesuai dengan ketepatan, sehingga bank syariah semakin maju dan dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya, sekaligus memperbaiki apabila ada kekurangan dan kelemahannya.

E. Sistematika Pembahasan.

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai judul, latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini membahas tentang teori-teori yang digunakan dan berkaitan penelitian yang meliputi teori tentang kualitas

pelayanan dan juga teori tentang kepuasan nasabah.

BAB III

Metode Penelitian

Bab ini menyajikan secara lengkap setiap langkah penelitian yang dilakukan dalam meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik pengecekan keabsahan data.

BAB IV

Analisis Data

Bab ini pada dasarnya memuat pembahasan atau analisis data. Pemaparan dan analisis data dilakukan sesuai dengan pendekatan penelitian kualitatif.

BAB V

Penutup

Bab ini menggambarkan hasil dari analisis yang disebut dengan simpulan kemudian juga diberi saran yang berkaitan dengan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Definisi 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.¹ Dalam sumber lain dijelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan “Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen”.

Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk.²

Kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, lingkungan yang memenuhi atau

¹ Manullang, “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan,” (Thesis-S2, Universitas Sumatera Utara, 2008), 30.

² Ibid, 31

melebihi harapan.³ Definisi lain dari kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan.⁴

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen⁵. Sedangkan Lupiyoadi dan Hamdani mengatakan kualitas pelayanan adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan. Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian.⁶

Menurut Kotler menyatakan bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Pihak yang menilai suatu jasa itu berkualitas atau tidak adalah pelanggan karena merekalah yang mengkonsumsi jasa perusahaan. Untuk itu suatu perusahaan jasa yang ingin tetap unggul bersaing harus dapat menyediakan jasa yang mempunyai keahlian tinggi secara berkesinambungan.⁷

³ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta 2006), Hal 51

⁴ Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Pt Raja Grafindo 2006).

⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi pertama (Yogyakarta: Andi Offset, 2007) hal 40

⁶ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran konsumen dan jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2006) hal 95

⁷ Hidayat, Rachmad. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank

Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk ataupun jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

Menurut Tjiptono, terdapat 5 macam perspektif kualitas, yaitu :

a. *Transcendental approach*

Kualitas dipandang sebagai *innate excellent*, dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalisasikan, biasanya diterapkan dalam dunia seni.

b. *Product-based approach*

Kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk.

c. *User-based approach*

Kualitas pelayanan tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang memuaskan diukur berdasarkan preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk dengan kualitas tinggi.

d. *Manufacturing-based approach*

Kualitas pelayanan sebagai kesesuaian / sama dengan persyaratan. Dalam sektor jasa bahwa kualitas seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya.

e. *Value-based approach*

Kualitas pelayanan dipandang dari segi nilai dan harga, kualitas dalam pengertian ini bersifat relative, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas pelayanan yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan.

2. Elemen Kualitas Layanan

Ada lima dimensi layanan yang harus dipenuhi dalam pelayanan menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry, yaitu *Tangible*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance*, dan *Empathy*.⁸ Kelima dimensi tersebut disebut juga dengan dimensi *Service Quality (SERVQUAL)*, dimana kelimanya dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah dengan

⁸ Ratminto dan Atik, *Manajemen Pelayanan*, 175-176.

metode *SERVQUAL*. Sehingga dari kelima dimensi tersebut memiliki peran dalam mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Kelima dimensi tersebut diantaranya adalah:

- a) *Tangibles* atau bukti fisik (bukti langsung).

Tangibles adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan sarana fisik perubahan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, fasilitas fisik, dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya.⁹

- b) *Reliability* atau keandalan.

Reliability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan, berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan dengan akurasi tinggi.¹⁰

- c) *Responsiveness* atau ketanggapan.

Responsiveness adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan

⁹ Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa (Jakarta: Salemba Empat, 2001), Hal 148

¹⁰ Ibid , 148.

penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas jasa.¹¹

d) *Assurance* atau jaminan dan kepastian.

Assurance adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri atas komponen: komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).¹²

e) *Empathy*.

Empathy adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung.¹³

B. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan tidak akan pernah berhenti pada satu titik, bergerak dinamis mengikuti kualitas produk dan layanannya dengan harapan-harapan yang berkembang di benak konsumen. Harapan nasabah dipengaruhi oleh

¹¹ Ibid , 148.

¹² Ibid , 148.

¹³ Tjiptono, *Manajemen*, 70

pengalaman bertransaksi sebelumnya, nasehat teman dan kolega, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya.¹⁴

Untuk mencapai tujuan tersebut, dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah dengan memberikan kepuasan bagi nasabah. Menurut Murti Sumarmi, kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya.¹⁵ Sehingga menurutnya jika kinerja dibawah harapan, nasabah akan tidak puas. Apabila kinerja tersebut sesuai dengan harapan, maka nasabah akan merasa puas. Dan jika kinerja tersebut melampaui harapan, maka dapat dikatakan bahwa nasabah merasa sangat puas.¹⁶

Kotler mengemukakan bahwa nasabah atau pengguna jasa adalah pihak memaksimalkan nilai nasabah membentuk harapan akan nilai yang bertindak untuk itu. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk atau harapan harapannya¹⁷.

¹⁴ Ali Palilati, "Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan". (Jurnal: Universitas Kristen Petra, 2007), 73-81

¹⁵Murti Sumarmi, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty, 2011), 226

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Frame for marketing management-5/E (Marketing Manajemnt)*, (Bandung : Pearson Education, 2011) hal 35

Menurut Barnes kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti bahwa suatu bentuk keistimewaan dari satu barang atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah harapan atau pemenuhan kebutuhan harapan melebihi harapan¹⁸.

Seiring dengan pendapat diatas, Purnomo¹⁹ mengartikan kepuasan pelanggan sebagai “perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang diharapkan”. Artinya adalah bahwa kepuasan pelanggan tercipta jika pelanggan merasakan *output* atau hasil pekerjaan sesuai dengan harapan, atau bahkan melebihi harapan.

Kepuasan dapat diartikan sebagai sesuatu keadaan dalam diri seseorang atau sekelompok orang yang telah berhasil mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dan dinginkannya. Sulastiyono sebagaimana dikutip Sumarno merumuskan kepuasan dan membandingkan antara harapan dan kenyataan²⁰, dan Hasan juga mengungkapkan pendapat yang sama. Apabila kinerja lebih besar dari harapan maka nasabah akan sangat puas,

¹⁸James Barnes, *Marketing*, Terbitan pertama (McGraw-Hill Ryerson Higher Education, 2003) hal.35

¹⁹ Hari Purnomo, Edisi Pertama, *Pengantar Teknik Industri* (Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2003), Hal 195

²⁰Sumarno, “Faktor-faktor Yang Diperimbangkan Tamu Menginap Di Hotel (Studi Kasus Tamu Hotel NCS Surabaya)”. (Jurnal: UPN Veteran Jawa Timur 2003), Hal 20-27

apabila kinerja sama dengan harapan maka pelanggan atau nasabah akan puas, dan apabila kinerja kurang dari harapan (tidak sesuai harapan) maka nasabah akan kecewa²¹.

Definisi lain, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya Kotler²². Lovelock dan Wright²³ berpendapat kepuasan pelanggan adalah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap jasa tertentu. Hal tersebut menunjukkan bahwa terpenuhinya suatu kebutuhan menciptakan suatu kenyamanan dan keamanan adalah kepuasan. Sayangnya, makna pemenuhan tidak lagi sejelas makna kepuasan apa yang memuaskan satu pelanggan mungkin tidak memuaskan pelanggan disatu situasi.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah adaah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya adalah hubungan antar perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu

²¹Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), Hal 101

²² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhalindo, 2002) hal 42

²³ Lovelock dan Wright, *Pemasaran* (Jakarta: Indeks 2005) Hal 96

rekomendasi dari mulut ke mulut yang dalam hal ini akan menguntungkan perusahaan.

Hal ini sependapat dengan Alma bahwa tujuan utama marketing ialah untuk memaksimalkan kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tujuan pemasaran bukanlah untuk mencari laba komersial, akan tetapi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun konsumen. Dan karena tujuannya ini maka pemasaran meliputi semua korporasi produsen, baik *profit* maupun *non profit*²⁴.

Untuk dapat menciptakan kepuasan para pelanggan, manajemen perusahaan harus mengetahui hal-hal yang menyebabkan terciptanya kepuasan pelanggan.²⁵ Dikarenakan dengan terciptanya kepuasan nasabah, dapat meningkatkan hubungan kemitraan antara lembaga keuangan dengan nasabah yang pada akhirnya bisa menciptakan loyalitas nasabah sehingga mampu meningkatkan reputasi lembaga keuangan syariah.

Sumarwan menerangkan teori kepuasan dan ketidakpuasan nasabah terbentuk dari model diskonfirmasi ekspektasi, yaitu menjelaskan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan nasabah merupakan dampak dari perbandingan antara harapan sebelum

²⁴Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung, Alfabeta, 2004), Hal 5

²⁵ A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Amara Books, 2003), hlm. 94

pembelian dengan sesungguhnya yang diperoleh pelanggan dari produk atau jasa tersebut²⁶.

Kotler juga menjelaskan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya²⁷.

Di dalam mengevaluasi kualitas suatu produk atau jasa, konsumen akan menilai berbagai atribut (dimensi kualitas pelayanan dan dimensi kualitas produk). Pada dasarnya, pelanggan berhak menilai suatu perusahaan dalam mengeluarkan *output* baik produk maupun jasa untuk memenuhi harapan pelanggan atau sebaliknya yaitu pelanggan merasa kesal atau tidak puas. Harapan pelanggan yang terpenuhi akan membawa pada kondisi emosional pelanggan kearah kepuasan, dan sebaliknya bila harapan tidak terpenuhi, pelanggan akan merasa tidak puas sehingga pelanggan akan melakukan *voice action* (menyampaikan kritikan atau keluhan).

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah:²⁸

a. Kualitas Produk

²⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003) Hal 322

²⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhalindo, 2002) hal 43

²⁸ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, cetakan keenam (Bandung: Alfabeta, 2004), Hal 285

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang adalah jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk terbagi menjadi dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu contoh dari kualitas produk eksternal adalah citra merek.

b. Kualitas Pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.

c. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

d. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung merasa puas terhadap produk atau jasa tersebut.

3. Model Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu:²⁹

a. Sistem Keluhan dan Usulan

Artinya, seberapa banyak keluhan atau complain yang dilakukan nasabah dalam suatu periode, makin banyak berarti makin kurang banyak demikian pula

²⁹Kasmir, Kewirausahaan, (Jakarta : Rajawali Pers, 2009) Hal 163

sebaliknya. Untuk itu perlu adanya sistem dalam menangani keluhan dan usulan.

b. Survei Kepuasan Konsumen

Dalam hal ini bank perlu secara berkala melakukan survei baik melalui wawancara maupun kuesioner tentang sesuatu yang berhubungan dengan bank terhadap nasabah melalui transaksi selama ini. Untuk itu perlu adanya survei kepada konsumen.

c. Konsumen Samaran

Bank dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank secara langsung, sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.

Kepuasan nasabah secara umum tergambar pada dua bentuk pelayanan, yaitu³⁰:

a. *Material*,

Material meliputi gedung yang megah; *lay out* ruangan yang tertata rapi; ruangan tunggu yang bersih dan nyaman; ruang toilet yang bersih; ruang mushola yang bersih dan nyaman; penampilan pegawai yang baik; mesin ATM yang selalu online dan rapi; sarana dan prasarana yang lengkap.

³⁰ Herry Buchory dan Djasmin Saladin, Dasar-Dasar Pemasaran Bank, (Bandung: Linda Karya, 2006), hal. 115-116

b. *Immaterial*,

Immaterial meliputi ramah, sopan, tanggap dan akrab; pelayanan yang hangat; merasa dihormati dan dihargai; merasa senang dan puas.

C. Kajian Pustaka

Setelah peneliti melakukan kajian-kajian penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti atau yang berkaitan dengan objek penelitian ini, maka berikut adalah hasil penelitian terdahulu atau kajian pustaka terdahulu dari skripsi maupun sumber lainnya yang berkaitan dengan judul peneliti, yaitu mengenai kualitas pelayanan dari *BRIS online* dan kepuasan nasabah.

Yang pertama adalah skripsi yang ditulis oleh Siti Halimah dari IAIN Salatiga yang berjudul pengaruh internet banking dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi kasus pada BRIS Surakarta). Adapun untuk hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Siti Halimah adalah hasil penelitian menunjukkan internet banking berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah tetapi tidak signifikan dikarenakan ada beberapa faktor. Sedangkan untuk perbedaan penelitian yang sedang peneliti kerjakan dengan penelitian yang ditulis oleh Siti Halimah dari IAIN Salatiga adalah pada variabel penelitiannya atau pembahasannya. Dimana fokus penelitian yang sekarang yaitu pada analisis kualitas pelayanan dan

P O N O R O G O

kepuasan nasabah terhadap fitur *BRIS Online* pada BSI Kantor Cabang Kediri.³¹

Yang Kedua adalah Skripsi yang ditulis oleh Nurul Damayanti Usnar dari Universitas Hassanudin Makasar dengan judul penelitiannya adalah Analisis pengaruh kualitas layanan SMS Banking Bank BNI terhadap kepuasan nasabah di kota Makasar. Dari hasil penelitian ini diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif signifikan dimana jika terjadi kenaikan layanan pada SMS Banking, maka loyalitas nasabah juga akan meningkat. Sedangkan perbedaan penelitian dari Nurul Damayanti Usnar dengan penelitian yang sekarang adalah pada fokus penelitian ataupun pada pembahasannya dan pada lokasi penelitiannya.³²

Yang Ketiga Jurnal yang ditulis oleh Iskandar Wijaksana yang berjudul Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi kasus pada Bank Muamalat Sidoarjo). Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan hubungan antara variabel kualitas pelayanan , terhadap variabel loyalitas pelanggan. Perbedaan penelitian ini dengan yang peneliti teliti sekarang adalah pada variabel penelitiannya dan juga pada metode

³¹ Siti Nur Halimah, “pengaruh internet banking dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dengan tingkat kepuasan sebagai variabel intervening (studi kasus bni syariah kc surakarta)” Skripsi (Surakarta, IAIN Salatiga,2018)

³² Nurul Damayanti Usnar “Analisis pengaruh kualitas layanan SMS Banking Bank BNI terhadap Loyalitas nasabah di kota Makasar” (Skripsi Universitas Hassanudin Makasar, 2012).

penelitian yang digunakan. Pada jurnal yang ditulis oleh Iskandar Wijaksana menggunakan metode kuantitatif, sedangkan dalam penelitian yang peneliti teliti sekarang menggunakan metode kualitatif.³³

Yang keempat Jurnal yang ditulis oleh Nina Indah Febriana dengan judul Analisis kualitas pelayanan bank terhadap kepuasan nasabah pada bank muamalat indonesia kantor cabang pembantu tulungagung. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa secara simultan dimensi *carter* yang terdiri dari *compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang diteliti sekarang adalah pada variabel penelitiannya dimana pada jurnal yang ditulis oleh Nina Indah Febriana sendiri adalah kualitas pelayanan bank, sedangkan pada penelelitian yang peneliti tulis sekarang adalah mengenai kualitas pelayanan dari *BRIS online*. Perbedaan lainnya juga terletak pada jumlah sampel. Dimana Nina Indah Febriana menggunakan angket dengan sampel sebanyak 196 nasabah dari Bank Muamalat Indonesia sedangkan peneliti hanya

³³ Iskandar, Priasmoro., Wijaksana, Tri Indra. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Transportasi PT. Tara Megah Muliatama (Taksi Gemah Ripah) Di Kota Bandung. e-Proceeding od Management, Vol. 2 (3), 3953-3960.

menggunakan sekitar 8 nasabah untuk dijadikan sampel penelitian.³⁴

Yang kelima yaitu Skripsi Kevin Aditya Pratama dengan judul penelitiannya adalah analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank rakyat indonesia Cabang Ponorogo. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia cabang Ponorogo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia cabang Ponorogo. Teknik pengambilan sampel menggunakan kuesioner dengan jumlah kuesioner 100 responden yang merupakan nasabah Bank Rakyat Indonesia cabang Ponorogo. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan dengan penelitian yang sedang peneliti kerjakan sekarang adalah pada variabel penelitiannya. Untuk metode penelitian yang digunakan sama yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif.³⁵

³⁴ Nina Indah Febriana, 2016. Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Vol 3 (no. 1), 2016.

³⁵ Kevin Aditya Pratama, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo." (Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi Yogyakarta), 2018.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan pendekatan penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field study research*) yaitu penelitian langsung ke lapangan atau tempat yang menjadi bagian dari penelitian (BSI Kantor Cabang Kediri) sehingga penelitian ini difokuskan untuk mencari dan mengkaji data yang ada di lapangan serta relevan dengan permasalahan yang diangkat.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.¹

Alasan Peneliti melakukan pendekatan kualitatif adalah untuk menganalisis mengenai analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur *BRIS Online* pada BSI Kantor Cabang Kediri dengan prosedur analisis yang berbentuk kata-kata dan gambar yang kemudian dideskripsikan agar mudah dipahami oleh orang lain.²

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 7.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018), 7.

B. Lokasi/tempat penelitian (Penelitian lapangan)

Lokasi yang menjadi tempat penelitian yaitu BSI Kantor Cabang Kediri yang beralamat Ruko Hassanudin Bussiness Center Blok B Jalan Hasanudin N0.21. Alasan pemilihan tempat di BSI Kantor Cabang Kediri karena merupakan kantor pusat yang terletak di jalan utama kota. Dengan lokasi yang letaknya strategis dan mudah dijangkau masyarakat menjadikan salah satu alternatif masyarakat yang berada di sekitar lokasi untuk melakukan transaksi di BSI Kantor Cabang Kediri.

C. Data dan Sumber Data

1. Data

Dalam penelitian ini, Peneliti terfokus pada data mengenai analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur *BRIS Online* pada BSI Kantor Cabang Kediri.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Dalam penelitian ini data primer diambil dari wawancara dengan nasabah BSI Kantor Cabang Kediri dan juga wawancara dengan Bapak Muhammad Timur Heru Ansori selaku *funding officer (FO)* dari BSI Kantor Cabang Kediri.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data dan arsip-arsip yang terkait dengan *Company Profile* serta berbagai tulisan yang berkaitan dengan penulisan ini, baik yang berasal dari penelitian atau

survei yang telah dilakukan penelitian-penelitian sebelumnya, media cetak, media elektronik dan berbagai literatur yang berhubungan dengan analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur *BRIS Online* pada BSI Kantor Cabang Kediri.

D. Teknik Pengumpulan data

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu orang yang mengajukan pertanyaan dan yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.³ Peneliti akan melakukan penelitian tentang fitur *BRIS Online* pada BSI Kantor Cabang Kediri.

Dalam hal ini peneliti akan melakukan wawancara terkait dengan analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur *BRIS Online* pada BSI Kantor Cabang Kediri dan juga wawancara dengan Bapak Muhammad Timur Heru Ansori selaku *funding officer (FO)* dari BSI Kantor Cabang Kediri.

2. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi yang dilakukan adalah dengan mencari data yang berkaitan dengan penelitian, dapat berupa biografi BSI, brosur dari *BRIS online* sendiri, dan data laporan mengenai *BRIS online*.

E. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

³ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 186.

Dalam penelitian ini, uji kredibilitas data dilakukan dengan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.⁴ Dengan teknik triangulasi sumber maka Peneliti akan menjadikan Nasabah dari BSI Kantor Cabang Kediri sebagai sumber pengumpulan data dan sebagai tolak ukur keabsahan data yang akan diolah menggunakan teknik triangulasi sumber.

Dengan teknik triangulasi sumber maka peneliti akan menjadikan nasabah dan Bapak M. Timur Heru Ansori selaku *Funding Officer (FO)* dari BSI Kantor Cabang Kediri sebagai sumber pengumpulan data dan sebagai tolak ukur keabsahan data yang akan diolah menggunakan teknik triangulasi sumber.

F. Teknik Pengolahan Data

Dalam hal ini analisis dan pengolahan data pada obyek penelitian yang bersifat kualitatif yang menjadi sumber penelitian, data yang di olah dan di Analisis secara kualitatif oleh peneliti secara mendalam. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi yang apa adanya dan tidak dimanipulasi oleh peneliti. Adapun Untuk teknik yang digunakan peneliti untuk mengolah data yaitu :

1) Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang

⁴ Sugiyono, 274.

telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya serta mencarinya bila diperlukan.⁵ Penulis mereduksi data yang disampaikan oleh nasabah dan juga oleh pihak BSI Kantor Cabang Kediri terkait analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur *BRIS Online* pada BSI Kantor Cabang Kediri.

2) Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah *mendisplaykan* data. Penyajian data merupakan semua informasi yang terkumpul sehingga dari informasi tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan yang kemudian dilakukan pengambilan tindakan penyajian data yang biasanya digunakan adalah dengan teks yang bersifat naratif.⁶ Dalam hal ini data yang disajikan berupa keterangan dari nasabah BSI Kantor Cabang Kediri dan juga dari pihak *Funding Officer (FO)* dari BSI Kantor Cabang Kediri terkait analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur *BRIS Online* pada BSI Kantor Cabang Kediri.

G. Teknik Analisis data

Analisis yang digunakan dalam melakukan penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan menguraikan data yang diperoleh dari wawancara yang telah

⁵ Ibid., 247.

⁶ Ibid., 249.

dilakukan dan kemudian dicocokkan dengan data literatur lalu diuraikan dengan bahasa yang mudah dipahami kemudian ditarik kesimpulan.⁷ Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Dalam hal analisis data kualitatif, dalam bukunya Sugiyono menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁸

Metode analisis data yang penulis gunakan adalah metode deduktif, yaitu pembahasan yang diawali dengan menggunakan teori-teori yang bersifat umum dan selanjutnya dikemukakan kenyataan-kenyataan yang bersifat khusus. Yaitu dengan cara mengamati kejadian di lapangan kemudian dianalisis dan ditarik kesimpulan. Dalam hal ini, setelah penulis memperoleh data-data dari hasil penelitian kemudian dianalisis tentang analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur *BRIS Online* pada BSI Kantor Cabang Kediri.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 242.

⁸ Sugiyono, 243.

BAB IV

DATA DAN ANALISIS

A. Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS)

1. Sejarah berdirinya BSI

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada tanggal 16 Oktober 2008 melalui suratnya No.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 Oktober 2008 PT. Bank BSI secara umum beroperasi, kemudian PT Bank BSI mengubah kegiatan operasionalnya yang semula secara konvensional, kemudian diubah menjadi perbankan berdasarkan prinsip Syariah. Bank Syariah hadir dengan mempersembahkan sebuah bank ritel modern dengan layanan financial sesuai kebutuhan nasabah. Melayani nasabah dengan prima dan menawarkan berbagai produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.¹

Aktivitas Bank BSI semakin kokoh setelah adanya penandatanganan pada tanggal 19 Desember 2008 terkait akta perpisahan Unit Usaha Syariah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), untuk melebur dalam PT Bank BSI yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Saat ini PT Bank BSI menjadi bank syariah ketiga

¹ www.BRISyariah.co.id, diakses pada tanggal 23 November 2020, pukul 13.02.

terbesar berdasarkan aset. BSI tumbuh pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah ke bawah. Hingga tahun 2018, tercatat jumlah Kantor BSI sebanyak 54 Kantor Cabang, 207 Kantor Cabang Pembantu dan 11 Kantor Kas.

2. Sejarah Berdirinya BSI Kantor Cabang Kediri

PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Tbk ini berdiri pada 16 Oktober 2008 yang mulai beroperasi pada tanggal 17 November 2008. Bank BSI ini merubah segala bentuk kegiatannya yang mulanya beroperasi secara konvensional kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip Syariah. Bank BSI ini memiliki pelayanan yang cukup prima di dua tahun terakhir setelah berdiri, dengan demikian maka aset yang dimiliki mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya.

Bank BSI ini menjadi Bank Syariah ketiga terbesar berdasarkan aset yang dimilikinya. Bank BSI tumbuh dengan pesat baik dari segi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah kebawah, PT Bank BSI menargetkan menjadi Bank ritel modern teremuka dengan berbagai ragam produk layanan perbankan.² Sesuai dengan visinya, saat ini PT Bank BSI merintis sinergi dengan PT Bank Rakyat Indonesia Tbk dengan

² www.BRISyariah.co.id, diakses pada tanggal 23 November 2020, pukul 13.02.

memanfaatkan jaringan kerja PT Bank Rakyat Indonesia Tbk, sebagai kantor layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus pada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah. PT Bank BSI ini juga berkembang diberbagai daerah salah satunya adalah di Kabupaten Kediri. Bank BSI yang berdiri di Kota Kediri merupakan kantor cabang yang beralamat di Ruko Hassanudin Bussiness Center Blok B Jalan Hasanudin NO.21.³

Adapun yang melatarbelakangi berdirinya Bank BSI Kantor Cabang Kediri karena tempatnya yang sangat strategis dan dilengkapi dengan potensi yang mendukung. Kabupetan Kediri ini dikenal dengan kota bisnis, hampir masyarakat yang ada di Kabupaten ini menjalankan bisnis dalam mencukupi kebutuhannya sehari-hari. Hal ini menjadi peluang serta kesempatan bagi perbankan dalam membantu mengembangkan usahanya melalui jasa keuangan yang menawarkan berbagai pembiayaan yang ada. Keberadaan Bank BSI Kantor Cabang Kediri ini mendapat respon positif dari masyarakat. Dengan tempatnya yang strategis, Bank BSI Kantor Cabang Kediri ini dari tahun ketahun mengalami peningkatan aset yang luar biasa.

³ Bapak Timur Heru A. selaku Funding Officer Cabang BSI Kantor Cabang Kediri, wawancara tanggal 23 November 2020.

3. Visi dan Misi BSI Kantor Cabang Kediri

a. Visi BSI Kantor Cabang Kediri

Menjadi Bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan financial kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

b. Misi BSI Kantor Cabang Kediri

- 1) Memahami keberagaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan financial nasabah
- 2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah.
- 3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapanpun dan dimanapun.
- 4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.⁴

4. Produk-produk BSI Kantor Cabang Kediri

Produk-produk yang ada di BSI Kantor Cabang Kediri seperti halnya bank pada umumnya yaitu ada *funding* dan *landing*. Dalam *funding* BSI Kantor Cabang Kediri memiliki beberapa produk. Secara garis besar produk BSI Kantor Cabang Kediri ini meliputi:

- 1) Tabungan Faedah BSI iB

⁴ www.BRISyariah.co.id, diakses pada tanggal 23 November 2020, pukul 13.02.

Produk simpanan dari BSI untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari.

2) Tabungan Haji BSI iB

Merupakan produk simpanan menggunakan akad bagi hasil sesuai prinsip syariah khusus bagi calon haji yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan biaya perjalanan ibadah haji.

3) Tabungan Impian BSI iB

Merupakan produk simpanan berjangka dari BSI untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya (kurban, pendidikan, liburan, belanja) dengan berencana memakai mekanism autodebet setoran rutin bulanan.

4) Simpanan Pelajar (SimPel) BSI iB

Merupakan tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bankbank Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

5) Deposito BSI ib

Merupakan produk simpanan berjangka menggunakan akad bagi hasil sesuai dengan prinsip syariah bagi nasabah perorangan maupun bagi

perusahaan yang memberikan keuntungan yang optimal.⁵

Sedangkan dalam *financing* (Pembiayaan), BSI memiliki beberapa produk. Berikut adalah produk pembiayaan yang ada di Kantor Cabang Kediri:⁶

1) KPR BSI iB

Adalah pembiayaan kepemilikan rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian menggunakan prinsip Murabahah dan Ijarah dimana pembiayaannya secara angsuran dengan angsuran yang telah ditetapkan dimuka.

2) KPR Sejahtera BSI iB KPR sejahtera

Merupakan pembiayaan kepemilikan rumah yang diterbitkan bank BSI untuk pembiayaan rumah dengan dukungan bantuan dana Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) pada masyarakat berpenghasilan rendah dalam rangka pemilikan rumah sejahtera yang dibeli dari pengembang.

3) KKB BSI iB Pembiayaan

Merupakan kepemilikan mobil pada nasabah perorangan menggunakan akad murobahah dengan pembayaran yang diangsurkan dan telah ditetapkan dimuka

⁵www.syariahbank.co.id, diakses pada tanggal 23 November 2020, pukul 14.00

⁶ibid

4) KMF Purna BSI iB

Adalah kepemilikan multi faedah fasilitas yang diberikan pada para pensiun untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan paket barang atau jasa dengan menggunakan prinsip jual beli murabahah atau ijarah dimana pembayaran secara angsuran.

5) KMF Pra Purna BSI

Adalah kepemilikan multi faedah fasilitas yang diberikan pada para PNS aktif yang akan memasuki pensiun untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan paket barang atau jasa dengan menggunakan prinsip jual beli murabaha atau ijarah dimana pembayaran secara angsuran

6) *Employe Benefit Program (EmBP)*⁷

Adalah program kerjasama dengan suatu perusahaan yang dituangkan dalam master Agreement berupa pemberian fasilitas pembiayaan langsung pada karyawan dari perusahaan yang memenuhi kriteria Bank BSI.

7) Pembiayaan Kepemilikan Emas

Pembiayaan kepada perorangan untuk tujuan kepemilikan emas dengan menggunakan akad murabahah dimana pengembalian pembiayaan dilakukan dengan mengangsur sesuai kesepakatan di awal.

⁷ibid

8) Qardh beragun Emas

Pembiayaan agunan berupa emas, dimana emas yang diagunkan disimpan dan dipelihara oleh BRIS selama jangka waktu tertentu dengan membayar biaya penyimpanan.

9) Mikro Faedah iB Skema

Pembiayaan yang menggunakan akad murabaha dengan tujuan pembiayaan untuk modal kerja, investasi dan konsumsi setenggingnyasetinginya 50% dari tujuan produktif nasabah.⁸

10) Pembiayaan Komersial

Pembiayaan jangka pendek yang diberikan pada perusahaan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja usaha berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

11) Pembiayaan *Linkage*

Adalah pola pemberian fasilitas pembiayaan konsumtif multiguna dan multijasa kepada calon nasabah yang merupakan pegawai atau karyawan perusahaan yang juga merupakan anggota koperasi.

12) Pembiayaan Modal Kerja Revolving (PMKR)
BRIS iB (Bisnis)

⁸www.syariahbank.co.id, diakses pada tanggal 23 November 2020, pukul 14.00

Adalah fasilitas pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja usaha nasabah yang tidak berdasarkan kontrak menggunakan akan musyarakah, dengan sifat revolving (nasabah dapat melakukan penarikan dan penurunan pokok secara berulang sesuai kebutuhan, sepanjang tidak melebihi plafon yang telah ditentukan.

13) Pembiayaan SME

Pembiayaan investasi yang diberikan kepada nasabah untuk pembelian kendaraan roda empat yang digunakan untuk penunjang kegiatan usaha untuk pembelian tempat usaha untuk kegiatan.

Selain itu, BSI juga memiliki produk dengan bentuk jasa. Dalam produk jasa yang ada di BSI Kantor Cabang Kediri:⁹

1) *SMS Banking*

Layanan ini merupakan layanan yang satu-satunya tidak membutuhkan koneksi internet untuk menjalankannya. Tetapi disini agar bisa digunakan harus membutuhkan pulsa setiap kali transaksi. Besar biaya pulsa yang digunakan tergantung dari setiap bank yang bersangkutan.

⁹www.BRISyariah.co.id, diakses pada tanggal 23 November 2020, pukul 15.00

Untuk cara menggunakan layanan *sms banking* yaitu dengan cara mengirim perintah sms dan di kirim ke operator yang telah disediakan setiap bank. Tetapi sayangnya untuk layanan ini masih memiliki keterbatasan dalam proses transaksinya. layanan ini bisa digunakan untuk melihat informasi rekening, mutasi, transfer, pembelian dll.

Kelebihan *sms banking* adalah layanan ini dapat digunakan oleh hp apapun termasuk hp jadul sekalipun asalkan bisa mengirim sms.

2) *Mobile Banking (BRIS Online)*

Mobile banking BSI adalah aplikasi layanan berbasis *online* yang di persembahkan oleh BSI dalam memudahkan transaksi perbankan melalui smartpone yang aplikasinya sekarang lebih dikenal dengan nama *BRIS online*.

Adapun fitur-fitur dari *MobileBRIS (BRISOnline)* antara lain :¹⁰

a) Portofolio

Fitur portofolio dapat digunakan untuk melihat status dari tabungan, deposito dan pembiayaan, dengan mengklik *icon* portofolio, dapat mengetahui jumlah

¹⁰ *ibid*

saldo di setiap rekening, jumlah saldo deposito serta rincian pembiayaan apabila nasabah memiliki fasilitas pembiayaan di BSI.

b) Transfer

Apabila hendak melakukan transfer sejumlah uang ke seseorang, nasabah dapat mengklik *icon* transfer, untuk transfer ke sesama rekening BSI, nasabah cukup memilih tab Sesama *BRIS*, sedangkan untuk melakukan transfer ke bank lain cukup pilih tab Antar Bank.

c) Pembayaran

Ketika mengklik *icon* fitur pembayaran, maka akan tampil beberapa item yang bisa nasabah manfaatkan, seperti, fitur pembayaran tagihan PLN, pembayaran telepon atau Hp (telepon rumah, telkom flexi, telkomsel halo, XL, smartfren, indosat), pembayaran internet (*speedy*), TV berbayar (Transvision, BIG Tv, MNC Vision), Institusi (Mahkamah Agung RI), Pendidikan (Sekolah, Perguruan Tinggi), Asuransi (*BRI life* Syariah), Tiket (KAI), Tokopedia, Buka Lapak.

BPJS (BPJS kesehatan keluarga, BPJS badan usaha).¹¹

d) Pembelian

Pada fitur icon pembelian, dapat membeli berbagai kebutuhan seperti, Token listrik, Pulsa (Pulsa Telkomsel, XL, Smartfren, Indosat), Paket internet (Paket Telkomsel, paket Indosat), Top Up Go Pay (Go-Pay, Go-Pay driver), Top Up Ovo dan Top Up paytren.

e) Donasi

Fitur icon donasi dapat digunakan untuk melakukan transfer ke badan sebagai pengelola donasi seperti, BAZNAS, Dompot Dhuafa, ACT (Aksi cepat Tanggap), Griya yatim, Ziz BSI, Baziz DKI Jakarta, yayasan dompet sosial madani Bali, yayasan Baitul Mal Hidayatullah, LazisNU Jatim, Rumah Zakat dan BSI Menanam.

f) Inbox

Merupakan fitur yang menampung semua setiap transaksi, jadi tidak perlu khawatir lagi dengan bukti transaksi, apabila nasabah butuhkan, tinggal cek di icon inbox.

¹¹ibid

g) Lokasi

Dengan fitur lokasi, anda dapat mengetahui lokasi ATM terdekat dan Kantor Cabang BSI terdekat, fitur lokasi sudah terintegrasi dengan google map, sehingga memudahkan anda mengetahui lokasi ATM dan kantor cabang BSI terdekat.¹²

h) Promo

Fitur promo menampilkan informasi terbaru tentang promo BSI.

3) *Internet Banking*

internet banking merupakan layanan perbankan yang bisa dinikmati oleh nasabah dengan cara mengakses situs bank tersebut melalui *browser* yang terhubung ke jaringan internet. Saat ini fungsi *internet banking* sudah mengungguli mesin ATM, kecuali untuk tarik tunai.

Sejumlah fitur yang ditawarkan *internet banking* umumnya, yakni

- a). Informasi rekening dan kartu kredit yang mencakup posisi saldo, histori transaksi, maupun daftar rekening, termasuk rekening giro, deposito, tabungan rencana, dan lain-lain. Kamu

¹²ibid

juga bisa melihat informasi kurs di sini;

- b). Transfer dana, baik antar-rekening bank maupun antar-bank. Fitur ini juga mencakup transfer terjadwal;
- c). Pembayaran, baik pembayaran tagihan listrik, telepon, kartu kredit, asuransi, sampai *e-commerce*;
- d). Notifikasi email untuk setiap transaksi. Beberapa bank bahkan memberikan rekapitulasi transaksi setiap bulan yang langsung dikirimkan ke email nasabah.

4) *E-form BRIS*

Fasilitas Pembukaan rekening secara online bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan pembukaan rekening lebih cepat dan praktis, nasabah tidak perlu lama-lama lagi duduk di depan costumer servis untuk isi formulir pembukaan rekening secara manual.

5) *Cash management system*

Cash Management System BRI (CMS BRI) adalah salah satu jenis jasa layanan pengelolaan keuangan yang ditujukan untuk nasabah non-perorangan (perusahaan/lembaga) di mana nasabah yang bersangkutan dapat melakukan

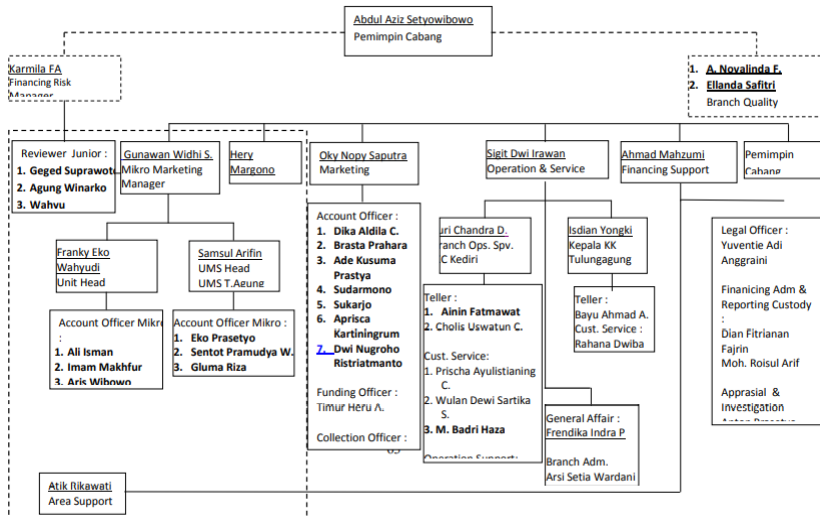
pengelolaan keuangannya langsung melalui fasilitas *online*.

6) Laku pandai BSI

Laku pandai BSI (BRISmart) merupakan kegiatan BSI untuk menyediakan layanan perbankan dan/atau layanan keuangan lainnya yang dilakukan tidak melalui jaringan kantor, namun melalui kerjasama dengan pihak lain dan perlu didukung dengan penggunaan sarana teknologi informasi.

5. Struktur Organisasi BSI Kantor Cabang Kediri

Berikut ini adalah stuktur organisasi BSI KC Kediri:



Gambar 4.1

Struktur Organisasi BSI Kantor Cabang Kediri

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa :

- a. Pimpinan cabang BSI Kantor Cabang Kediri adalah Bapak Abdul Aziz Setyowibowo.
- b. *Financing Risk Manager* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Ibu Karmila FA.
- c. *Branch Quality* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Ibu A. Novalinda F, dan Ibu Ellenda Safitri.
- d. *Reviewer Junior* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Bapak Geged Suprawoto, Bapak Agung Winarko, dan Bapak Wahyu.
- e. *Mikro Marketing Manajer* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Bapak Gunawan Widhi S.
- f. *Unit Head Mikro Marketing Manajer* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Bapak Franky Eko, dan Bapak Wahyudi.
- g. *Account Officer Mikro* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Bapak Ali Isman, Bapak Imam Makhfur, dan Bapak Aris Wibowo
- h. *UMS head dan UMS T. Agune* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Bapak Samsul Arifin
- i. *Account Officer Mikro UMS* adalah Bapak Eko Prasetyo, Bapak Sentot Pramudya W, dan Bapak Gluma Riza.
- j. *Marketing* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Bapak Oky Nopi Saputra.
- k. *Account Officer* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Ibu Dika Aldila C, Bapak Prasta Prahara, Bapak Ade Kusuma Prasetya, Bapak Sudarmono, Bapak

Sukarjo, Ibu Aprisca Kartiningrum, dan Bapak Dwi Nugroho Ristriatmanto.

- l. *Funding Officer* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Bapak M. Timur Heru A.
- m. *Operation & Service* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Bapak Sigit Dwi Irawan.¹³
- n. *Branch Ops. Spv.* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Bapak Huri Chandra D.
- o. *Teller* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Ibu Ainin Fatmawati, dan Ibu Cholis Uswatun C.¹⁴
- p. *Customer service* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Ibu Prisca Ayulistianing C, dan Ibu Wulan Dewi Sartika S, dan Bapak M. Badri Haza.
- q. Kepala KK (Kantor Kas) Tulungagung BSI Kantor Cabang Kediri adalah Bapak Isnadin Yongki.
- r. *Teller* KK Tulungagung adalah bapak Bayu Ahmad A. Sedangkan *Cust. Service* KK Tulungagung adalah Ibu Rahana Dwiba.
- s. *General Affair* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Bapak Frendika Indra P.
- t. *Branch admintration* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Ibu Arsi Setia Wardani.
- u. *Finnancing support* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Bapak Ahmad Mahzumi.
- v. *Area Support* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Ibu Atik Rikawati.

¹³ibid

¹⁴ibid

- w. *Legal Officer* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Ibu Yuventie Adi Anggraini.
- x. *Financing Adm & Reporting Custody* adalah Ibu Dian Fitrianan Fajrin dan Bapak Moh. Roisul Arif.
- y. *Appraisal & Investigation* BSI Kantor Cabang Kediri adalah Bapak Anton Prasetyo.

6. **Job Description BSI Kantor Cabang Kediri**¹⁵

- a. Pemimpin cabang
 - 1) Melakukan pertanggungjawaban operasional dan financial dikantor cabang
 - 2) Melaksanakan misi kantor cabang pembantu secara keseluruhan
 - 3) Mengelola pelaksanaan sistem dan prosedur
 - 4) Merencanakan, mengembangkan, melaksanakan, serta mengelola layanan unggul kepada nasabah
 - 5) Mempertanggungjawabkan pelaksanaan tugas pokok, fungsi, serta kegiatannya.
- b. *Branch Quality Assurance*
 - 1) Membantu pimpinan mengendalikan / mengawasi proses keiatan harian.
 - 2) Mengelola seluruh buku pedoman pekerjaan.
 - 3) Mendistribusikan surat masuk yang berkaitan dengan ketentuan pelaksanaan suatu transaksi / aktivitas perbankan
 - 4) Melakukan pemeriksaan keuangan.

¹⁵ Dokumentasi tanggal 25 November 2020, pukul 11.00

c. *Financing Risk Manager*

- 1) Mengawasi pemakaian program / sistem/ prosedur manajemen resiko yang berhubungan dengan operasional perbankan di kantor cabang.

d. *Mikro Marketing Manager*

- 1) Menyetujui proses pembiayaan s/d Rp 200.000.000,-
- 2) Merencanakan dan memastikan pencapaian target bisnis di UMS sesuai *budget* yang ditetapkan.
- 3) Memastikan *Sustainable Growth* dan *Sales performance*.
- 4) Melakukan monitor berkala terhadap kualitas pembiayaan dan proses *maintenace* nasabah.
- 5) Meminimilisaai resiko *financing risk* dan *operation risk*.

e. *Account Officer Mikro*

- 1) Mencapai target sales produk pembiayaan mikro yang ditetapkan.
- 2) Melakukan proses pemasaran produk mikro BRISyariah
- 3) Verifikasi awal calon nasabah dan memastikan kelengkapan persyaratan dokumen pembiayaan
- 4) Menjalankan sales proses dengan disiplin tinggi.

f. *Collection Supervisor*

- 1) Melakukan *collection* atas tunggakan pembiayaan bermasalah dengan hari tunggakan

- 2) Melaksanakan disiplin proses *collection* / penagihan
- 3) Membuat usulan dan mereview permohonan restrukturisasi nasabah
- 4) Melakukan *recovery* terhadap pembiayaan nasabah yang telah dihapus buku.¹⁶
- 5) Melakukan pengelolaan dan penjualan terhadap asset yang dikuasai bank.
- 6) Melakukan proses litigasi terhadap nasabah yang tidak *kooperatif*
- 7) Melaksanakan audit rating dengan baik dan tidak ada *froud*

g. *Area Support*

- 1) Melakukan *pre screening* dan pemeriksaan kelengkapan berkas aplikasi permohonan pembiayaan mikro yang diajukan SO dan registrasi terhadap berkas aplikasi permohonan pembiayaan mikro tersebut.
- 2) Melakukan proses permohonan *BI Checking ke Financing Support* dan melampirkan dokumen hasil *BI Checking* pada berkas aplikasi permohonan pembiayaan mikro
- 3) Membuat akad pembiayaan, pengikatan jaminan dan surat – surat yang dibutuhkan dalam proses pembiayaan mikro
- 4) Memastikan kelengkapan dokumen pembiayaan sesuai dengan *DCL* dan ketentuan

¹⁶ibid

sebelum mngirimkan ke *financing support* untuk proses realisasi.

- 5) Bertanggungjawab terhadap pelaksanaan kegiatan *cash pick up*
 - 6) *Filling* dokumen – dokumen.
- h. *Appraisal and Investigation*¹⁷
- 1) Memeriksa kelengkapan dokumen agunan yang akan dlakukan peninjauan.
 - 2) Membuat jadwal peninjauan penilaian anggunan dan berkoordinasi dengan *AO*.
 - 3) Melakukan peninjauan, pemeriksaan, dan penilaian fisik anggunan sesuai dengan ketentuan yg berlaku serta mencocokkan dengan bukti – bukti dokumen anggunan.
 - 4) Melakukan koordinasi *reappraisal* dengan *AO*.
 - 5) Membuat laporan hasil penilaian anggunan dan penilaian kembali anggunan.
 - 6) Melakukan dan membuat *Trade Cheking* kepada sejumlah responden selaku pemasok, dan pembeli berdasarkan data yang diberikan *Accaunt Manager*.
- i. *Operation and Service Manager*
- 1) Menyusun rencana penempatan dan pembinaan karyawan operasional cabang.
 - 2) Menjaga kebersihan lingkungan kerja dan mengkoordinasi persiapan sarana dan prasarana

¹⁷ibid

yang dibutuhkan untuk kebersihan operasional cabang.

- 3) Mengelola operasi cabang.
- 4) Melakukan koordinasi internal dan eksternal perusahaan khususnya yang terkait dengan operasional.
- 5) Melakukan sosialisasi kepada karyawan di jajaran operasional dan pihak terkait lainnya dalam rangka implementasi kebijakan dan aturan yang berlaku untuk setiap layanan operasional di cabang.

j. *Branch Operational Supervisor*

- 1) Membina dan melatih teller dan customer service agar dapat melaksanakan tugasnya dengan baik dan benar.
- 2) Mengelola operasional front office kantor cabang.
- 3) Melakukan koordinasi internal dan eksternal perusahaan khususnya yang terkait dengan operasional front office kantor cabang.
- 4) Melakukan sosialisasi kepada teller dan customer service serta pihak terkait lainnya dalam rangka implementasi kebijakan dan aturan yang berlaku untuk setiap layanan operasional front office di kantor cabang.

k. *Marketing Manager*

- 1) Mengidentifikasi dan mengelola data awal potensi ekonomi wilayahnya.

- 2) Menyusun konsep awal RPT pembiayaan, pendapatan dan gadai
- 3) Memasarkan pembiayaan, pendanaan dan gadai serta memantau hasilnya untuk mencapai portofolio pembiayaan dan pendanaan yang berkembang, sehat dan menghasilkan pendapatan yang optimal bagi cabang.
- 4) Melakukan kunjungan nasabah bersama AO dan FO.
- 5) Melakukan supervisor terhadap AO dan FO dalam rangka proses pembiayaan/ pendanaan baru dan perpanjangan.

l. *Accounting Officer*

- 1) Bertanggung jawab atas seluruh pekerjaan yang ada di bagian kredit, seperti: KPR, KPR Sejahtera, KKB, KMG, dst.
- 2) Mengkoordinasikan dan mengawasi bagian-bagian yang ada pada bagian kredit sesuai dengan tujuan perusahaan.
- 3) Prospek, *maintanance account*, malampaui target yang telah ditetapkan oleh perusahaan

m. *Branch Operation Supervisor*

- 1) Mengkoordinasi pelaksanaan operasional Bank di Kantor Cabang/ Cabang Pembantu dengan cara memberikan layanan operasional Bank yang akurat dan tepat waktu, sehingga seluruh transaksi dari nasabah dapat ditangani dan diselesaikan secara *excellent*.

- 2) Memberikan dukungan kepada Manager Operasi dan Pimpinan Cabang, serta seluruh jajaran bisnis dan *support* di Cabang.

n. *Teller*

- 1) Melayani nasabah untuk transaksi setor dan penarikan tunai dan non tunai serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.
- 2) Memberikan dukungan kepada *Supervisor Branch Operation, Operation Manager, Pimpinan Cabang*.¹⁸

o. *Customer service*

- 1) Memberikan informasi baik produk maupun layanannya yang dibutuhkan oleh nasabah atau calon nasabah
- 2) Melayani nasabah dalam pembukaan dan penutupan rekening serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.
- 3) Memberikan dukungan kepada *Supervisor Branch Operation, Operation Manager, Pimpinan Cabang*

B. Data

1. Kualitas Pelayanan Terhadap Fitur BRIS Online

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa rata-rata nasabah dari BSI Kantor Cabang Kediri menggunakan aplikasi atau layanan dari BRIS *Online*

¹⁸ibid

untuk memudahkan dalam bertransaksi. Berikut penuturan dari Bapak M. Timur Heru Ansori selaku *Funding Officer (FO)* dari Bank Syariah Kantor Cabang Kediri :

“Nasabah kami rata rata menggunakan *BRIS Online* untuk memenuhi kebutuhannya. Apalagi pada saat pandemi seperti ini, yang awalnya nasabah yang tidak punya atau belum memiliki layanan *BRIS Online* mereka mendatangi Bank Syariah Kantor Cabang Kediri untuk mendaftar pada layanan *BRIS Online* dengan alasan lebih praktis dan menghemat waktu.”¹⁹

Berdasarkan pernyataan dari Bapak M. Timur Heru Ansori tersebut dapat disimpulkan bahwa rata rata nasabah BSI Kantor Cabang Kediri memiliki aplikasi *BRIS Online* untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Adapun hal ini juga sama dengan yang disampaikan Rini selaku nasabah dari BSI kantor Cabang Kediri: “*BRIS Online* sangat memudahkan dalam hal bertransaksi karena tidak perlu jauh jauh datang ke bank ataupun ke ATM untuk mentrasfer uang.”²⁰

Sementara itu hasil wawancara dengan nasabah lain yang bernama Izzatul yang juga merupakan nasabah dan pengguna *BRIS Online* dari BSI Kantor Cabang Kediri adalah: “Saya sangat sering menggunakan *BRIS*

¹⁹ M. Timur Heru Anshori, *wawancara* tanggal 4 Februari 2021.

²⁰ Rini Isnaini, *wawancara*, 21 Februari 2021

Online untuk transfer, pembayaran listrik, pembayaran SPP, dan juga untuk isi pulsa.”²¹

Dari beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah mengingat hampir semua nasabah menggunakan layanan ini untuk bertransaksi. Sedangkan Kualitas layanan sendiri menurut Kotler adalah merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal yang mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan²².

Hal ini diperkuat lagi dengan pernyataan dari Bapak M. Timur Heru Ansori selaku *Funding Officer (FO)* dari BSI Kantor Cabang Kediri: “Allhamdulillah sejauh ini layanan dari *BRIS Online* kami sendiri sudah memenuhi kebutuhan dari nasabah saat masa pandemi.”²³

Tetapi dalam hal ini, kendala dalam pelayanan dari *BRIS online* masih dirasakan oleh para nasabah khususnya nasabah dari BSI Kantor Cabang Kediri. Seperti yang dikatakan oleh Puja selaku nasabah dari BSI Kantor Cabang Kediri dan juga merupakan pengguna dari layanan *BRIS Online* sendiri. Puja

²¹ Izzatul Laila, wawancara 22 Februari 2021

²² Kotler, Philip, 2000, *Marketing Manajemen. Edisi Milenium*

²³ M. Timur Heru Ansori, wawancara 4 Februari 2021

mengatakan: ”Kualitas layanan *BRIS online* masih rendah karena *BRIS online* ketika diakses sering *error*. contohnya apabila saat melakukan transfer pada jam malam, biasanya pada layanan *BRIS Online* muncul tulisan layanan tidak tersedia atau terkadang muncul tulisan *time out*.”²⁴

Hal ini sama dengan yang dikatakan oleh Amalia yang merupakan nasabah dari BSI Kantor Cabang Kediri dan juga pengguna dari layanan *BRIS online*. Amalia mengatakan: “Kualitas pelayanan *BRIS online* masih belum sesuai harapan, karena pada pilihan pembayaran toko *online* yang tersedia pada layanan *BRIS online* hanyalah 2 toko *online* saja, yaitu Tokopedia dan Buka lapak.”²⁵

Namun meskipun kualitas layanan dari *BRIS online* belum memenuhi salah satu kebutuhan mereka, tetapi mereka tetap merasa puas dan tetap menggunakan layanan *BRIS online* sampai sekarang karena menurut mereka layanan *BRIS online* tetap memudahkan mereka dalam bertransaksi.

Adapun cara agar bisa melakukan transaksi melalui *BRIS online* di HP, berikut langkah-langkah yang harus dilakukan:

²⁴ Puja Syarif, wawancara 3 Oktober 2020.

²⁵ Amalia, wawancara 4 Oktober 2020

1. Download Aplikasi

Hal pertama yang dilakukan adalah mendownload aplikasi *BRIS online* tersedia di App Store atau Play Store, berikut cara download:

a. App Store :

- 1) Klik Icon AppStore di menu Smartphone Apple.
- 2) Ketik *BRIS Online* pada kolom pencarian.
- 3) Klik aplikasi *BRIS Online* untuk instal
- 4) Tunggu sampai selesai proses instalasi.

b. Play Store :

- 1) Klik Icon Play Store di menu Smartphone Android.
- 2) Ketik *BRIS Online* pada kolom pencarian.
- 3) Klik aplikasi *BRIS Online* untuk instal
- 4) Tunggu sampai selesai proses instalasi.

2. Syarat Registrasi *BRIS Online*

- a. Memiliki nomor **rekening tabungan Faedah BSI**, apabila belum punya silahkan kunjungi BSI terdekat.
- b. Memiliki nomor Hp pribadi yang aktif
- c. Memiliki email pribadi yang aktif

3. Cara Registrasi *BRIS Online*

Kini registrasi *BRIS Online* BSI bisa di lakukan sendiri melalui smartphone tanpa perlu mengunjungi kantor cabang Bank BSI, caranya sebagai berikut:

- a. Silahkan buka **Aplikasi *BRIS Online*** yang telah di download pada beranda smartphone anda.

- b. Pilih **Registrasi** di bagian kiri bawah.
- c. Silahkan lakukan pengisian data diri sesuai dengan pertanyaan.
- d. Pastikan data yang di isi sesuai dengan data yang di isi pada saat pembukaan rekening BSI.
- e. Pastikan nomor Hp adalah milik anda dan masih aktif.
- f. Pastikan email milik anda dan masih sering digunakan.
- g. Registrasi telah selesai, selanjutnya lakukan Aktivasi.

4. Cara Aktivasi BRIS Online

Proses registrasi BRIS Online telah dilakukan, selanjutnya adalah anda melakukan aktivasi BRIS Online dengan cara seperti dibawah ini:

- a. Pilih **Aktivasi**.
- b. Baca dan pahami syarat dan ketentuan pilih **Setuju**.
- c. Masukkan **nomor kartu ATM**.
- d. Masukkan **PIN kartu ATM**.
- e. Pilih **Aktivasi**.
- f. Masukkan **kode OTP** yang di kirim ke nomor HP yang terdaftar.
- g. Aktivasi berhasil.
- h. Masukkan **PIN ATM** untuk login ke aplikasi BRIS Online.
- i. *BRIS online* anda telah siap digunakan.

2. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, diketahui bahwa *BRIS online* memiliki pengaruh yang positif bagi para nasabah BSI Kantor Cabang Kediri. *BRIS online* dengan banyak fitur terbukti mampu meningkatkan kepuasan nasabah karena memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Meskipun ada beberapa kendala dalam layanan *BRIS online* terutama pada bagian fitur-fiturnya, tetapi nasabah tetap menggunakan layanan ini dengan alasan yang sama yaitu memudahkan nasabah dalam bertransaksi tanpa harus datang langsung ke Bank ataupun ATM.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Barnes yang menyatakan bahwa kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti bahwa suatu bentuk keistimewaan dari satu barang atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah harapan atau pemenuhan kebutuhan harapan melebihi harapan²⁶.

Berikut penuturan dari salah satu nasabah dari BSI Kantor Cabang Kediri bernama Izzatul: “Saya menggunakan layanan dari *BRIS Online* kurang lebih sudah 2 tahun. Alasan saya menggunakan layanan ini disamping karena tempat tinggal saya jauh dari BSI

²⁶James Barnes, *Marketing*, Terbitan pertama (McGraw-Hill Ryerson Higher Education, 2003) hal.35

Kantor Cabang Kediri dan juga dari ATM adalah layanan ini lebih praktis dan sangat membantu dalam bertransaksi.”²⁷

Pernyataan dari Izzatul ini juga diperkuat lagi dengan pernyataan dari nasabah bernama Anggar. Berikut adalah penuturan dari Anggar selaku nasabah dari BSI Kantor Cabang Kediri yang juga pengguna layanan *BRIS online*: “Saya sudah menggunakan layanan ini kurang lebih dari 3 tahun. Dengan adanya *BRIS online* saya jadi tidak perlu jauh jauh pergi ke Bank hanya untuk sekedar transfer misalnya. Dan juga tidak perlu jauh jauh ke konter untuk membeli pulsa. Saya sangat puas dengan layanan ini.”²⁸

Dari penuturan beberapa nasabah BSI Kantor Cabang Kediri dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa puas dengan layanan *BRIS online*, dan akan terus menggunakan layanan ini untuk bertransaksi karena menurut mereka layanan ini sangat mudah digunakan, menghemat waktu, dan memudahkan dalam bertransaksi. Selain itu pihak dari BSI Kantor Cabang Kediri juga akan terus meingkatkan kualitas dari layanan ini dengan berbagai cara mengenai *BRIS online*.

²⁷ Izzatul Laila, *wawancara* 22 Februari 2021

²⁸ Anggar, *wawancara* 22 Februari 2021

C. Analisis Data

1. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Fitur BRIS Online

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa pengertian *BRIS Online* sendiri adalah layanan yang berbasis *online* yang memungkinkan nasabah dari BSI untuk memperoleh informasi perbankan serta melakukan transaksi baik finansial maupun non finansial melalui perangkat seluler atau handphone. Adanya beberapa kendala dalam layanan *BRIS Online* sendiri tidak mempengaruhi nasabah untuk tidak menggunakan layanan ini, tetapi nasabah berharap adanya upaya peningkatan dalam layanan ini terutama pada bagian fitur-fiturnya.

Menanggapi hal tersebut Bapak Timur selaku *Funding Officer (FO)* mengatakan:

“Kendala yang umum terjadi dalam *BRIS online* yaitu HP dari nasabah sendiri belum *update*. Nasabah belum familiar dengan apa itu *BRIS online*, dan yang paling penting adalah semua transaksi tergantung sinyal. Jika mungkin pada saat melakukan transaksi terjadi *error* ataupun *trouble* itu bisa saja karena sinyal internet ataupun bisa saja memang sedang ada perbaikan sistem dari pusat”.²⁹

Menurut Bapak Timur sendiri, hal ini merupakan kendala yang wajar dalam *BRIS online*. Untuk mengatasi hal tersebut pihak dari BSI Kantor cabang Kediri sendiri

²⁹ M. Timur Heru A, wawancara 4 Februari 2021

terus melakukan analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur *BRIS Online* pada BSI Kantor Cabang Kediri dengan berbagai cara. Yaitu salah satunya dengan cara mengedukasi nasabah mengenai *BRIS online* agar nasabah mengenal jauh apa itu *BRIS online* serta bagaimana penggunaannya.

Selain itu BSI Kantor Cabang Kediri juga membagikan brosur mengenai *BRIS online* agar memudahkan nasabah untuk memahami apa itu *BRIS online*. Tidak sampai disitu saja, BSI Kantor Cabang Kediri juga menyapa nasabahnya melalui “Hallo BRIS” untuk mendengarkan keluhan apa yang dialami nasabah dalam menggunakan layanan dari BSI Kantor Cabang Kediri terutama pada layanan *BRIS online* sendiri serta mencari solusi terhadap masalah yang dihadapi.

Hal ini diperkuat lagi dengan pernyataan salah satu nasabah dari BSI Kantor Cabang Kediri bernama Vinta yang menyatakan bahwa ia menggunakan layanan dari *BRIS Online* ini karena layanan ini sesuai dengan kebutuhannya. “Saya sudah menggunakan layanan *BRIS Online* selama 3 tahun, karena layanan ini sangat membantu dalam efektif dan sangat membantu dalam hal efisiensi waktu.”³⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak M. Timur Heru A selaku *Funding Officer (FO)* dari BSI Kantor Cabang Kediri dan berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono yang mengemukakan

³⁰ Vinta, wawancara 22 Februari 2021

bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai atau tidak dengan ekspektasi pelanggan atau nasabah³¹, dapat disimpulkan bahwa kualitas dari *BRIS Online* sesuai dengan kebutuhan nasabah baik pada saat pandemi maupun pada saat belum terjadi pandemi. Meskipun ada beberapa kendala dalam penggunaannya atau bahkan pada fitur-fiturnya namun nasabah tetap menggunakan layanan ini bahkan ada yang sudah bertahun-tahun menggunakannya karena dengan alasan memudahkan dalam bertansaksi, menghemat waktu, biaya transfer murah, dan juga cek saldo mudah.

Selain itu, ada 5 elemen yang menjadi pengukur pada kualitas pelayanan terhadap fitur *BRIS Online* menurut Bapak M. Timur Heru A selaku *Funding Officer (FO)* dari BSI Kantor Cabang Kediri menurut analisis peneliti sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Zeithaml, Parasuraman, dan Berry yang dikembangkan lagi oleh Lupiyoadi yang menyatakan bahwa elemen kualitas pelayanan ada 5 yaitu *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *emphaty*.³²

a. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Tangibles adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan

³¹Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Jakarta: Andi Offset, 2012)

³²Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2* (Jakarta: Salemba Empat, 2008)

sarana fisik perubahan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, fasilitas fisik, dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya.³³

Dalam hal ini, pihak dari BSI Kantor Cabang Kediri sendiri telah memberikan bukti nyata sesuai dengan teori, mulai dari memberikan fasilitas yang lengkap didalam gedung hingga mengatur penampilan pegaiwanya agar nasabah atau pelanggan yang datang akan merasa nyaman akan pelayanan yang dilakukan oleh BSI Kantor Cabang Kediri.

b. *Reliability* (Keandalan)

Reliability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan, berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan dengan akurasi tinggi.³⁴

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa pihak BSI Kantor Cabang Kediri telah memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan yaitu secara akurat dan terpercaya dalam menyampaikan informasi-

³³ Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa (Jakarta: Salemba Empat, 2001), Hal 148

³⁴ Ibid , 148.

informasi terkait dengan produk di BSI Kantor Cabang Kediri terutama pada produk *BRIS Online* sendiri.

c. *Responsiveness* atau ketanggapan.

Responsiveness adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Tidak membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas, sehingga tidak menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas jasa.³⁵

Dalam hal ini pihak BSI Kantor Cabang Kediri sangat tanggap kepada pelanggan. Hal ini dapat diketahui dari data wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak M. Timur Heru A selaku *Funding Officer (FO)* dari BSI Kantor Cabang Kediri, yang menyatakan bahwa pihak BSI Kantor Cabang Kediri membagikan brosur mengenai *BRIS online* agar memudahkan nasabah untuk memahami apa itu *BRIS online*. Tidak sampai disitu saja, BSI Kantor Cabang Kediri juga menyapa nasabahnya melalui “Halo BRIS” untuk mendengarkan keluhan apa yang dialami nasabah dalam menggunakan layanan dari BSI Kantor Cabang Kediri terutama pada layanan *BRIS online* sendiri serta mencari solusi terhadap masalah yang dihadapi.

³⁵ Ibid , 148.

d. *Assurance* atau jaminan dan kepastian.

Assurance adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri atas komponen: komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).³⁶

Berdasarkan hasil pengamatan dilapangan dapat diketahui bahwa para pegawai dari BSI Kantor Cabang Kediri telah sesuai dengan teori diatas karena para pegawai dari BSI Kantor Cabang Kediri sangat mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan atau nasabah kepada perusahaan atau BSI Kantor Cabang Kediri dengan cara menjelaskan secara detail mengenai apa itu *BRIS Online* atau mengenai produk-produk lain yang ingin nasabah tanyakan.

e. *Empathy*.

Empathy adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung.³⁷

Seperti yang sudah diketahui diatas, bahwa cara BSI Kantor Cabang Kediri untuk tetap melakukan

³⁶ Ibid . . . , 148.

³⁷ Tjiptono, *Manajemen*, 70

komunikasi dengan nasabah dimasa pandemi ini adalah dengan cara melakukan komunikasi secara *online* melalui layanan Hallo BRIS untuk tetap bisa mendengarkan dan juga memberikan keluhan ataupun saran dari nasabah mengenai *BRIS Online*.

2. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara diketahui bahwa fitur-fitur dari BRIS *online* mampu meningkatkan kepuasan nasabah di masa pandemi ataupun sebelum adanya pandemic. hal ini dapat diketahui dari lamanya nasabah menggunakan layanan dari BRIS *online* itu sendiri. Ada nasabah yang menggunakan layanan ini untuk memenuhi kebutuhannya lebih dari 1 atau bahkan 2 tahun. Mereka menyatakan puas menggunakan layanan ini karena layanan ini sangat membantu mereka dalam hal bertransaksi apalagi pada masa pandemi seperti sekarang ini.

Berdasarkan teori, menurut Barnes kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti bahwa suatu bentuk keistimewaan dari satu barang atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah harapan atau pemenuhan kebutuhan harapan melebihi

harapan³⁸. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan nasabah dari BSI Kantor Cabang Kediri yang telah tercantum di data yang menyatakan mereka merasa puas dengan layanan ini yang diungkapkan dengan berbagai alasan.

Berikut penuturan dari salah satu nasabah dari BSI Kantor Cabang Kediri bernama Izzatul: “Saya menggunakan layanan dari *BRIS Online* kurang lebih sudah 2 tahun. Alasan saya menggunakan layanan ini disamping karena tempat tinggal saya jauh dari BSI Kantor Cabang Kediri dan juga dari ATM adalah layanan ini lebih praktis dan sangat membantu dalam bertransaksi.”³⁹

Selain itu, berbagai upaya peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur *BRIS Online* pada BSI Kantor Cabang Kediri agar nasabah merasa puas menggunakan layanan ini, Salah satunya adalah dengan mengedukasi nasabah mengenai *BRIS online* sendiri. Berikut adalah penuturan dari Bapak Timur selaku *Funding Officer (FO)* dari BSI Kantor Cabang Kediri dalam menanggapi berbagai kendala dalam layanan *BRIS online*:

“Menanggapi adanya kendala dalam hal kualitas layanan *BRIS online* sendiri kebijakan kami dalam hal kualitas pelayanan ini adalah dengan cara mengedukasi nasabah

³⁸James Barnes, *Marketing*, Terbitan pertama (McGraw-Hill Ryerson Higher Education, 2003) hal.35

³⁹ Izzatul Laila, *wawancara* 22 Februari 2021

tentang bagaimana *transactional banking* dengan baik dan juga *continue* dengan cara membagikan brosur kepada nasabah yang isinya tentang tata cara pengaktifan *BRIS online*, dan kami juga senantiasa memberikan pelayanan melalui Hallo BRIS secara *online*.”

Berdasarkan pernyataan dari Bapak Timur, dapat disimpulkan bahwa BSI Kantor Cabang Kediri terus melakukan optimalisasi layanan untuk meningkatkan kepuasan nasabah terlebih lagi pada masa pandemi seperti sekarang ini.

Menurut analisis peneliti, berdasarkan teori ada 3 faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu: ⁴⁰

a. Sistem Keluhan dan Usulan

Artinya, seberapa banyak keluhan atau komplain yang dilakukan nasabah dalam suatu periode, makin banyak berarti makin kurang banyak demikian pula sebaliknya. Untuk itu perlu adanya sistem dalam menangani keluhan dan usulan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak M. Timur Heru A selaku *Funding Officer (FO)* dari BSI Kantor Cabang Kediri menyatakan bahwa:

“Alhamdulillah sejauh ini tidak banyak komplain yang masuk, karena sekali ada komplain kami langsung bisa mengatasinya. Begitu juga dengan layanan dari BRIS Online sendiri. Ada beberapa nasabah yang mengalami kendala dalam penggunaan ataupun ada masalah pada saat transfer dan

⁴⁰Kasmir, Kewirausahaan, (Jakarta : Rajawali Pers, 2009) Hal 163

sebagainya, tetapi kami menjelaskan dan memberi saran mengenai masalah yang dihadapi oleh nasabah kami.”

b. Survei Kepuasan Konsumen

Dalam hal ini bank perlu secara berkala melakukan survei baik melalui wawancara maupun kuesioner tentang sesuatu yang berhubungan dengan bank terhadap nasabah melalui transaksi selama ini. Untuk itu perlu adanya survei kepada konsumen.⁴¹

Survei konsumen selalu dilakukan secara berkala oleh pihak BSI Kantor Cabang Kediri. hal ini dilakukan agar pihak BSI sendiri mengetahui apa saja kendala yang dihadapi nasabah dalam bertransaksi, baik secara *online* maupun *offline*. Survei kepuasan nasabah dilakukan dengan menyebar kuesioner ke nasabah BSI Kantor Cabang Kediri tentang sesuatu yang berhubungan dengan bank terhadap nasabah melalui transaksi selama ini.⁴²

c. Konsumen Samaran

Bank dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank secara langsung, sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.

⁴¹ibid

⁴²M. Timur Heru A, Wawancara 4 Februari 2021



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data tentang analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur *BRIS Online* pada BSI Kantor Cabang Kediri dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur *BRIS online*, sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah baik pada saat pandemi maupun pada saat belum terjadi pandemi. Meskipun ada beberapa kendala dalam penggunaannya atau bahkan pada fitur-fiturnya namun nasabah tetap menggunakan layanan ini bahkan ada yang sudah bertahun-tahun menggunakannya karena dengan alasan memudahkan dalam bertansaksi, menghemat waktu, biaya transfer murah, dan juga cek saldo mudah.
2. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah, Nasabah merasa puas dengan layanan *BRIS online*, dan akan terus menggunakan layanan ini untuk bertransaksi karena menurut mereka layanan ini sangat mudah digunakan, menghemat waktu, dan memudahkan dalam bertransaksi. Selain itu pihak dari BSI Kantor Cabang Kediri juga akan terus meningkatkan kualitas dari layanan ini dengan berbagai cara mengenai *BRIS online*.

B. Saran

Adapun saran setelah dilakukan penelitian ini adalah :

1. Bagi BSI Kantor Cabang Kediri

Dalam rangka analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur *BRIS Online* pada BSI Kantor Cabang Kediri, diharapkan pihak bank lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan onlinenya agar nasabah selalu puas menggunakan layanan online maupun offline dari BSI Kantor Cabang Kediri baik pada saat pandemi maupun sudah tidak ada pandemi.

2. Bagi masyarakat

Semoga dengan adanya penelitian ini, dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bank syariah, terutama tentang layanan *BRIS online* dari BSI, sehingga kedepannya memiliki manfaat yang lebih baik dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

3. Untuk peneliti selanjutnya

Diharapkan mampu menjadi literatur dalam penelitian selanjutnya dengan objek dan sudut pandang yang berbeda, sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi semuanya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung, Alfabeta, 2004.
- Barnes, James. *Marketing*, Terbitan pertama, *McGraw-Hill Ryerson Higher Education*, 2003.
- Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, cetakan keenam, Bandung: Alfabeta, 2004.
- Djunaidy Ghony. *Metode Penelitian Kualitatif* , Yogyakarta: Ar-Ruz Media, 2012.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian* Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*, Edisi pertama, Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Herry Buchory dan Djasmin Saladin, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*, Bandung: Linda Karya, 2006.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta : Rajawali Pers, 2009.
- Lovelock dan Wright, *Pemasaran*, Jakarta: Indeks 2005.
- Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty, 2011.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Frame for marketing management-5/E (Marketing Manajement)*, Bandung : Pearson Education, 2011.

- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Purnomo, Hari. Edisi Pertama, *Pengantar Teknik Industri*, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2003.
- Rambat Lupiyoadi dan A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran konsumen dan jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Pt Raja Grafindo, 2006.
- Rangkuti, Freddy. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran, Edisi pertama*, Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.
- Usmara, A. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Amara Books, 2003.

JURNAL

- Ali Palilati, “*Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan*”. Jurnal: Universitas Kristen Petra, 2007.
- Hidayat, Rachmad. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.11. No.1. Maret 2009.

Iskandar, Priasmoro., Wijaksana, Tri Indra. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Transportasi PT. Tara Megah Muliatama (Taksi Gemah Ripah) Di Kota Bandung. e-Proceeding od Management*, Vol. 2 (3). 2015

Nina Indah Febriana, *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. Vol 3 (no. 1), 2016.

Sumarno, *Faktor-faktor Yang Diperimbangkan Tamu Menginap Di Hotel (Studi Kasus Tamu Hotel NCS Surabaya..* (Jurnal: UPN Veteran Jawa Timur 2003).

SKRIPSI/THESIS

Kevin Aditya Pratama, *“Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo.”* Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi Yogyakarta, 2018.

Manullang, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan.* Thesis-S2, Universitas Sumatera Utara, 2008.

Nurul Damayanti *“Usnar Analisis pengaruh kualitas layanan SMS Banking Bank BNI terhadap Loyalitas nasabah di kota Makasar.”* Skripsi Universitas Hassanudin Makasar, 2012.

Siti Nur Halimah, *“Pengaruh Internet Banking Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Tingkat*

Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bni Syariah Kc Surakarta)” Skripsi Surakarta, IAIN Salatiga, 2018.

INTERNET/WEBSITE

www.BRISyariah.co.id

WAWANCARA

Amalia, *wawancara* 4 Oktober 2020

Anggar, *wawancara* 22 Februari 2021

Izzatul Laila, *wawancara* 22 Februari 2021

M. Timur Heru A. *wawancara* pada tanggal 23 November 2020 dan 4 Februari 2021.

Puja Syarif, *wawancara* 3 Oktober 2020.

Rini Isnaini, *wawancara*, 21 Februari 2021.

Vinta, *wawancara* 22 Februari 2021 .

