

Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Karang Baru Aceh Tamiang

Nuria Ajjah¹, *Rafiza Zuliani², Alfian³

¹²³Institut Agama Islam Negeri Langsa

*Penulis Korespondensi: rafizazuliani@iainlangsa.ac.id

ABSTRACT

Service quality is not only determined by the party serving, but more by the party being served (consumers), because consumers enjoy the service. However, at Bank Syariah Indonesia (BSI) employees have tried to provide services in accordance with the criteria of good service and in accordance with sharia, but the service has not been in accordance with customer expectations. The purpose of this study was to determine customer perceptions of the quality of service at BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang and to determine the factors that influence customer perceptions of service quality. This study used a qualitative approach and data sources were obtained by interviewing 7 informants. The results of the study found that of the five indicators in service quality, only the tangible aspect was not optimally carried out by BSI BSI KCP Karang Baru, resulting in a less than good perception from customers. Based on various positive perceptions held by customers, there are factors that influence it, namely the speed of work from employees, accuracy of work and also friendliness. While the comfort factor has not been able to be fulfilled by BSI KCP Karang Baru. Employees have worked very hard, quickly, accurately and also displayed friendliness, but customers still feel uncomfortable when they are in the bank for too long because the number of chairs is very small and the room is narrow.

Keywords: Perception, Level Of Service Quality, Bank Syariah Indonesia.

ABSTRAK

Kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh pihak yang melayani, tapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani (konsumen), karena konsumen yang menikmati pelayanan. Namun Di Bank Syariah Indonesia (BSI) para karyawan sudah berusaha memberikan pelayanan sesuai dengan kriteria-kriteria pelayanan yang baik dan sesuai syariah namun pelayanan tersebut belum sesuai dengan yang diharapkan nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan yang ada di BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang dan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan sumber data diperoleh dengan mewawancarai 7 informan. Hasil penelitian didapati bahwa dari kelima indikator yang ada dalam kualitas pelayanan, hanya aspek berwujud yang kurang maksimal dilakukan oleh BSI BSI KCP Karang Baru sehingga menimbulkan persepsi yang kurang baik dari para nasabah. Berdasarkan berbagai persepsi positif yang dimiliki oleh nasabah terdapat faktor faktor yang mempengaruhinya yaitu faktor kecepatan kerja dari karyawan, ketepatan kerja dan juga keramahan. Sedangkan faktor kenyamanan belum mampu dipenuhi oleh pihak BSI KCP Karang Baru. Karyawan sudah sangat maksimal bekerja secara cepat, tepat dan juga menampilkan keramahan namun nasabah masih merasa kurang nyaman saat berada di Bank terlalu lama dikarenakan jumlah kursi yang ada sangat sedikit dan juga ruangan yang sempit.

Kata Kunci: Persepsi, Tingkat Kualitas Pelayanan, Bank Syariah Indonesia

PENDAHULUAN

Bank syariah merupakan perantara antara investor yang menginvestasikan dananya dengan pihak lain yang membutuhkan dana. Bank syariah adalah lembaga keuangan sebagai tempat menghimpun dana yang berbentuk tabungan dan menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat dengan menjalankan operasionalnya berlandaskan Al-Quran dan Hadits. Maka dari itu Bank syariah dikenal sebagai lembaga intermediasi Islam (Rubby, 2017). Di Indonesia sudah terdapat banyak perbankan syariah komersial, maka dari itu persaingan juga semakin ketat, banyak hal yang dilakukan oleh masing masing bank dalam mempertahankan kualitas pelayanan maupun produk yang ditawarkan. Pelayanan oleh bank syariah juga sangat diperhatikan untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada bank tersebut, karena masyarakat pada umumnya sangat kritis dalam menanggapi apa yang diberikan oleh pihak bank (Wijaya, 2019).

Kualitas pelayanan ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani, tapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani (konsumen), karena konsumen yang menikmati pelayanan dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Setidaknya ada lima kriteria pokok kualitas pelayanan, yaitu Bentuk fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) (Satriadi, 2021). Tinggi rendahnya penilaian kualitas pelayanan dari suatu badan usaha dipengaruhi oleh persepsi nasabah pada kualitas layanan tersebut, dimana persepsi nasabah pada kualitas layanan yang diberikan baik, nasabah akan berpersepsi positif, demikian juga sebaliknya kualitas pelayanan yang diberikan buruk, nasabah akan berpersepsi negatif (Tuti Anggraini, Yenni Samri, 2019).

Sedangkan persepsi nasabah diperoleh dari hasil yang didapatkan setelah selesai memakai layanan yang telah diberikan, setelah membandingkan dengan harapan konsumen. Persepsi adalah proses dimana seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensorik untuk memberi arti pada lingkungannya.(Widyarani, 2019). Dalam melakukan pelayanan tentunya BSI KCP Karang Baru akan memberikan ketentuan untuk standar pelayanan yang diberikan. BSI KCP Karang Baru dalam memberikan pelayanan kepada nasabah memperhatikan bentuk dasar-dasar melayani nasabah yang dilakukan oleh *customer service*. Bentuk dasar-dasar pelayanannya yaitu karyawan wajib berpakaian rapi dan bersih yaitu dengan baju, celana dan jilbab yang dikenakan rapi, serta adanya nama tag atau ID Card yang digunakan pada bagian terluar pakaian sebagai

informasi identitas dari karyawan di BSI KCP Karang Baru. Selain itu karyawan juga dituntut untuk mampu menjawab dengan diawali memberikan salam dulu kepada nasabah kemudian menanyakan keluhan nasabah dan menjelaskan produk yang ada di BSI KCP Karang Baru dengan tegas, percaya diri, sopan dan tanpa ragu-ragu. Sikap yang dilakukan karyawan BSI KCP Karang Baru yaitu bersikap ramah dan murah senyum kepada nasabah, mendengarkan keluhan nasabah dengan baik-baik, tidak mencela pembicaraan nasabah jika nasabah belum selesai berbicara, bersikap sopan dan tenang kepada nasabah. Jika karyawan ingin meninggalkan nasabah dalam keadaan masih memberikan pelayanan sebaiknya minta izin terlebih dahulu agar nasabah tidak kebingungan menunggu.

Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan kepada *Customer service* yang ada di BSI KCP Karang Baru mengatakan bahwa pelayanan yang perlu dilakukan adalah bersikap ramah dan sopan kepada nasabah, mengetahui atau memahami keluhan dan kemauan nasabah yang sedang dihadapi, tidak membuat nasabah merasa tersinggung dengan segala ucapan atau tindakannya, memberikan informasi mengenai produk BSI KCP Karang Baru dengan jelas dan mudah dipahami oleh nasabah, melayani nasabah sampai selesai, selain itu *customer service* juga harus melakukan atau menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) Bank Syariah Indonesia KCP Karang Baru.

Selain melakukan observasi dengan *customer service* peneliti juga melakukan observasi dengan beberapa nasabah BSI KCP Karang Baru. Melalui hasil observasi peneliti menemukan fakta bahwa pelayanan yang diberikan belum memenuhi kriteria pelayanan yang baik, dimana terkadang karyawan bersikap cuek dan acuh sehingga nasabah merasa tidak puas.

Nasabah yang lain mengeluhkan kurangnya karyawan yang bekerja di BSI KCP Karang Baru. Sehingga membuat pelayanan yang diberikan cukup lama, dan membuat nasabah mengantri lebih lama saat di dalam bank. Hal tersebut sesuai dengan penemuan peneliti saat melakukan observasi awal bahwa jumlah teller hanya dua orang dan satu orang *Customer service*. Kurangnya karyawan yang bekerja melayani nasabah membuat nasabah merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan karena harus mengantri terlalu lama.

Keluhan selanjutnya adalah fasilitas di BSI KCP Karang Baru belum memadai untuk memberikan kenyamanan para nasabah, dimana fasilitas tempat duduk yang masih kurang sehingga terkadang nasabah berdiri untuk mengantri dan membuat nasabah antri cukup lama hal tersebut membuat nasabah merasa tidak ingin kembali lagi ke Bank.

Keluhan-keluhan yang disampaikan oleh nasabah akan menyebabkan rasa ketidakpuasan di hati para nasabah, rasa ketidakpuasan tersebut muncul dikarenakan kualitas pelayanan yang diberikan kurang maksimal. Menurut Kotler, dimensi kualitas pelayanan merupakan gambaran atas beberapa jauh perbedaan antara kenyataan pelayanan dengan harapan para nasabah atas pelayanan yang seharusnya mereka terima (Kotler, 2018). Adanya ketidaksesuaian antara kenyataan dengan harapan akan menciptakan masalah, fenomena ini dinamakan kesenjangan (GAP). Dari sinilah terciptanya permasalahan dimana Bank Syariah BSI KCP Karang Baru, karyawan sudah berusaha memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan kriteria-kriteria pelayanan yang baik dan sesuai syariah namun pelayanan tersebut belum sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Lailatul dan M. Faisal menunjukkan bahwa secara umum kualitas pelayanan yang diberikan sudah cukup baik dan terbukti dari banyaknya nasabah yang merasa puas (Faisal, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Riska Maulana Efendi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan dalam kategori baik (Efendi, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh saeful Munajib menunjukkan bahwa kualitas pelayanan BMI KC Palangka Raya sudah cukup memuaskan bagi para nasabah (Muajib, 10 C.E.)

LANDASAN TEORI

Persepsi

Persepsi adalah proses pemahaman atau pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus didapat dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak (Rahayu, 2019). Istilah Persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap suatu benda ataupun suatu kejadian yang dialami. Persepsi ini didefinisikan sebagai proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indra kita (pengindraan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri (Suyonto, 2019).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan

adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Suryanto, 2022).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, yaitu faktor stimulus dan individu:

1. Faktor stimulus, yaitu karakteristik secara fisik seperti, ukuran, berat, warna atau bentuk. Stimulus menurut etta mamang merupakan bentuk fisik, visual, atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi individu.
2. Faktor individu merupakan sifat sifat individu yang tidak hanya meliputi proses sensorik saja, tetapi juga pengalaman di waktu lampau pada hal yang sama. Sifat sifat yang dapat memengaruhi persepsi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah fenomenologi. Fenomenologi berasal dari kata *phainomenon* dan *logos* (Yunani), *phainomenon* berasal dari kata "*phaenoo*" yang berarti membuat kelihatan atau kelihatan tampak, secara umum *phaenomenon* berarti tampak atau memperlihatkan. Logos ilmu atau ucapan. Dengan demikian, fenomenologi dapat diartikan sebagai ilmu tentang fenomena yang menampakkan diri dari kesadaran peneliti. Dalam arti luas, fenomenologi adalah ilmu tentang gejala atau hal-hal apa saja yang tampak dan kemudian dapat dianalisis (Sugiyono, 2016). Peneliti lebih menekankan pada data lapangan yaitu hasil wawancara, sesuai dengan penelitian yang diteliti yaitu tentang persepsi nasabah terhadap tingkat kualitas pelayanan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Pembantu Cabang (KCP) Karang Baru Aceh Tamiang.

Pendekatan penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian *naturalistit* karena penelitiannya dilakukan dalam kondisi yang alamiah (*natural setting*). Metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Ahyar et al., 2020).

Subjek penelitian terdiri dari informan kunci dan informan pendukung, pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* merupakan teknik penentuan sampel untuk tujuan tertentu saja. Artinya informan yang dipilih adalah yang mengetahui

permasalahan dengan jelas, untuk dapat menjadi sumber data yang baik serta mampu mengemukakan pendapat secara baik dan benar (Anggito, 2018) Berikut adalah kriteria informan dalam penelitian ini:

1. Bersedia untuk diwawancarai
2. Komunikatif
3. Karyawan BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang
4. Nasabah BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang

Menurut Sugiyono penelitian kualitatif tidak mengenal adanya jumlah sampel maksimal, para peneliti bisa melakukan penelitian kepada para informan sebanyak mungkin dan berakhir ketika sudah tidak menemukan fakta baru artinya jumlah sampel akan menyesuaikan dengan kebutuhan dari penelitian tersebut. dalam penelitian ini peneliti menggunakan 7 informan dimana 2 karyawan BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang dan 5 nasabah dari BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang. Alasan peneliti mengambil 7 informan tersebut adalah dikarenakan pada saat mewawancarai informan ke 4,5 dan 6 yaitu nasabah dan karyawan BSI yang mereka paparkan sama seperti informan-informan sebelumnya. Jadi peneliti tidak menemukan fakta-fakta baru saat mewawancarai mereka sehingga peneliti memutuskan untuk menghentikan penelitian di informan ke 7 saja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Yang Ada di BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang

Kualitas pelayanan industri perbankan ditentukan oleh penilaian nasabah, sehingga kepuasan nasabah dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat diterima nasabah. Terdapat 5 kriteria pokok kualitas pelayanan yaitu berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan perbankan terhadap nasabahnya.

Persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan bank dianggap cukup penting untuk kemajuan perindustrian dalam bidang perbankan. Karena bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan. Selain itu, persepsi dapat mempengaruhi tinggi rendahnya penilaian kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah dan dapat menentukan citra dari bank tersebut di masyarakat. Berikut ini adalah tabel keseluruhan dari persepsi nasabah mengenai kualitas pelayanan yang ada di

BSI KCP Karang baru:

Tabel 1.1 Respon Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan yang Ada di BSI KCP Karang baru

No	Indikator Kualitas Pelayanan	Persepsi Nasabah
1	Berwujud	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sarana prasarana memadai 2. Fasilitas masih kurang 3. Kondisi ruangan sempit 4. Tempat duduk terbatas 5. Nasabah kurang nyaman
2	Keandalan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan cepat dan ramah 2. Perlakuan kepada setiap nasabah sama 3. Pelayanan tepat waktu 4. Selalu memberi informasi kepada nasabah jika ada kendala terkait jaringan
3	Daya tanggap	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karayawan selalu memberikan informasi terkait produk yang ada di BSI 2. Jika nasabah mengalami masalah ada perlakuan khusus dalam menyelesaikan masalah tersebut 3. Tanggapan dari karyawan sangat bagus 4. Penjelasan yang diberikan karyawan mudah dimengerti
4	Jaminan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah percaya sepenuhnya terhadap BSI 2. Nasabah percaya BSI dapat menjaga seluruh data nasabah 3. Nasabah merasa aman saat transaksi di BSI 4. Seluruh perkataan karyawan dapat dipercaya oleh nasabah.
5	Empati	<ol style="list-style-type: none"> 1. Satpam sangat ramah 2. Karyawan sangat peduli 3. Komunikasi sangat sopan 4. Menyediakan pengaduan <i>e care</i> kepada nasabah yang mengalami masalah

Dari keseluruhan hasil wawancara peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh BSI KCP Karang baru sudah maksimal sehingga menimbulkan persepsi positif. Pelayanan yang berkualitas tersebut dapat terlihat dari terpenuhinya kelima indikator yang ada yaitu berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati. Persepsi nasabah dari aspek berwujud masih belum sepenuhnya positif dimana nasabah merasa sarana dan prasaran yang ada di BSI BSI KCP Karang Baru masih kurang lengkap, kondisi ruangan masih sempit, jumlah tempat duduk yang sangat terbatas sehingga ada nasabah yang berdiri saat menunggu antrian. Persepsi nasabah dari aspek keandalan karyawan mampu memberikan pelayanan yang tepat waktu, proses pelayanan di kasir dan CS yang cepat dan akurat, seluruh karyawan harus tetap tersenyum dalam melayani nasabah, karyawan memberikan pelayanan yang sama kepada setiap nasabah dan juga karyawan segera menginformasikan jika terjadi kendala seperti kendala jaringan saat melayani nasabah.

Persepsi nasabah dari aspek jaminan juga sangat baik dimana nasabah sudah merasa aman saat memberikan data diri kepada pihak bank dan juga merasa aman saat melakukan

transaksi menggunakan aplikasi BSI *mobile*. Dari aspek jaminan karyawan mampu menampilkan pengetahuan cukup baik mengenai produk-produk yang ada di BSI BSI KCP Karang Baru, tidak hanya bagian teller dan juga CS, satpam pun memiliki pengetahuan yang cukup bagus mengenai produk yang ada di BSI BSI KCP Karang Baru.

Dari aspek empati karyawan mampu bersikap yang sangat ramah dan selalu bersedia membantu permasalahan karyawan, kemudian pihak BSI menyediakan pengaduan *e care* bagi nasabah yang mengalami permasalahan seperti mentransfer uang tapi tidak masuk dan lain sebagainya, selanjutnya adalah karyawan selalu mendengarkan keluhan setiap nasabah dan selalu melakukan kontak mata kepada nasabah saat berbicara yang menunjukkan bahwa karyawan benar-benar peduli terhadap keluhan para nasabah.

Jadi dari kelima indikator yang ada di kualitas pelayanan hanya aspek berwujud yang kurang maksimal dilakukan oleh BSI BSI KCP Karang Baru sehingga menimbulkan persepsi yang kurang baik dari para nasabah. Hal tersebut dapat menjadi masukan tersendiri bagi pihak BSI BSI KCP Karang Baru untuk memperbaiki kualitas pelayanan dari aspek berwujud sehingga persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan secara sempurna dapat terpenuhi dan menimbulkan persepsi positif.

Penelitian ini memiliki kebaruan dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dimana pada penelitian sebelumnya seluruh aspek dari kualitas pelayanan seperti berwujud, daya tanggap, keandalan, jaminan dan empati seluruhnya terpenuhi dengan baik sehingga secara langsung akan menimbulkan persepsi yang positif. Namun pada penelitian ini ditemukan fakta baru yang belum ada di penelitian-penelitian terdahulu dimana kurang maksimalnya aspek berwujud yang ditampilkan oleh BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang ketidakmaksimalan tersebut dapat terlihat dari kurangnya fasilitas, kondisi ruangan yang masih sempit, tempat duduk yang terbatas sehingga membuat nasabah menjadi kurang nyaman dan menimbulkan persepsi yang kurang baik pada aspek berwujud.

Aspek berwujud merupakan aspek yang sangat penting yang harus dipenuhi oleh BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang hal tersebut dikarenakan berwujud merupakan tampilan awal yang dilihat oleh nasabah ketika pertama kali hadir ke BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang jika aspek berwujud tidak segera disempurnakan maka akan berdampak terhadap kepuasan nasabah sehingga tidak menutup kemungkinan nasabah akan beralih ke Bank lainnya.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang pastinya akan

berdampak terhadap kepuasan nasabah atau masyarakat, jika kualitas pelayanan yang diberikan BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang maksimal maka masyarakat akan senang saat berkunjung ke BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang. Perasaan senang tersebut akan menumbulkan persepsi yang baik dan secara langsung akan berdampak terhadap citra dari BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang. Jika banyak nasabah yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang maka nasabah akan loyal dan melakukan segala transaksi dari mulai tabungan hingga pembiayaan di BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang hal tersebut akan berdampak terhadap pendapatan dari BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang yang akan terus meningkat setiap tahunnya. Maka perlunya perbaikan dari kualitas pelayanan pada aspek berwujud karena pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik bagi keseluruhan operasional dari BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang.

Penelitian ini didukung oleh dilakukan oleh Lailatul dan M. Faisal menunjukkan bahwa secara umum kualitas pelayanan yang diberikan sudah cukup baik dan terbukti dari banyaknya nasabah yang merasa puas. Penelitian ini didukung oleh oleh Muhammad Riska Maulana Efendi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan dalam kategori baik. Penelitian ini didukung oleh saeful Munajib menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Bank Mandiri Indonesia KC Palangka Raya sudah cukup memuaskan bagi para nasabah.

Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nasabah Tentang Kualitas Pelayanan Yang Ada di BSI KCP Karang Baru Aceh Tamiang

Pelayanan (*service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi Pelayanan juga diartikan sebagai kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya. Kualitas pelayanan Bank merupakan setiap kegiatan yang dilakukan oleh seluruh karyawan Bank diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan dari para nasabah, dengan diberikannya pelayanan yang maksimal maka keinginan dan kebutuhan nasabah dapat terpenuhi sehingga menimbulkan kepuasan di hari para nasabah. Dalam penelitian ini terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan BSI KCP Karang baru dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nasabah

No	Faktor-Faktor	Persepsi Nasabah
1	Kecepatan	1. Pelayanan cepat 2. Karyawan bekerja secara serius 3. Karyawan bekerja secara fokus
2	Ketepatan	1. Tidak pernah terjadi kesalahan dalam melayani nasabah 2. Pengetahuan karyawan bagus
3	Keramahan	1. Karayawan ramah 2. Karyawan sangat sopan 3. Selalu tersenyum saat melayani nasabah
4	Kenyamanan	1. Ruangan kurang nyaman karena sempit 2. Tempat duduk terbatas

Berdasarkan berbagai persepsi positif yang dimiliki oleh nasabah terdapat faktor faktor yang mempengaruhinya yaitu faktor kecepatan kerja dari karyawan, ketepatan kerja dan juga keramahan. Sedangkan faktor nyaman belum mampu dipenuhi oleh pihak BSI KCP Karang Baru. Karyawan sudah sangat maksimal bekerja secara cepat, tepat dan juga menampilkan keramahan namun nasabah masih merasa kurang nyaman saat berada di Bank terlalu lama dikarenakan jumlah kursi yang ada sangat sedikit dan juga ruangan yang sempit.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa dari kelima indikator yang ada di kualitas pelayanan hanya aspek berwujud yang kurang maksimal dilakukan oleh BSI KCP Karang Baru sehingga menimbulkan persepsi yang kurang baik dari para nasabah. Hal tersebut dapat menjadi masukan tersendiri bagi pihak BSI BSI KCP Karang Baru untuk memperbaiki kualitas pelayanan dari aspek berwujud sehingga persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan secara sempurna dapat terpenuhi dan menimbulkan persepsi positif.

Berdasarkan berbagai persepsi positif yang dimiliki oleh nasabah terdapat faktor faktor yang mempengaruhinya yaitu faktor kecepatan kerja dari karyawan, ketepatan kerja dan juga keramahan. Sedangkan faktor nyaman belum mampu dipenuhi oleh pihak BSI KCP Karang Baru. Karyawan sudah sangat maksimal bekerja secara cepat, tepat dan juga menampilkan keramahan namun nasabah masih merasa kurang nyaman saat berada di Bank terlalu lama dikarenakan jumlah kursi yang ada sangat sedikit dan juga ruangan yang sempit.

Saran peneliti bagi pihak BSI KCP Karang Baru agar memperbaiki kualitas pelayanan dari aspek berwujud sehingga persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan secara sempurna dapat terpenuhi dan menimbulkan persepsi positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March). Graha Ilmu.
- Anggito, A. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Efendi, M. R. M. (2019). Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Pada Bank Bri Kantor Kas Radial Palembang. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, 2(1).
- Faisal. (2018). Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang. *Falah Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1).
- Kotler, A. (2018). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Perhalindo.
- Muajib, S. (10 C.E.). Menakar Kualitas Pelayanan Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Cabang Palangka Raya). *Jurnal Manajemen Dakwah*, 2(2022).
- Rahayu, I. S. (2019). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137. [https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150)
- Rubby, Z. (2017). *Manajemen Perbankan Syariah*. Pusat Pendidikan Pengkajian Islam.
- Satriadi. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryanto, K. (2022). *Kinerja pemasaran perusahaan*. Pustaka Aksara.
- Suyonto, D. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi, Dan Kasus*. Penerbit Caps.
- Tuti Angraini, Yenni Samri, J. N. dan S. (2019). *Lembaga Keuangan Syariah dan Dinamika Sosial*. 27–40. <https://www.cairn.info/revue-informations-sociales-2005-3-page-48.htm>
- Widyarani, N. (2019). *Psikologi Populer:Kunci Pengembangan Diri*. PT Elex Media

Konputindo.

Wijaya, L. D. (2019). *Manajemen Perbankan*. Ghalia Medika.