

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

1. Profil Perusahaan

Dengan berlakunya PP No.21 Tahun 2008 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil dan UU perbankan prinsip syariah, memberi peluang dan dorongan kepada para pengusaha muslim di sekitar Gresik dan Surabaya untuk mendirikan Bank Syariah. Tujuan utama para pendiri adalah meningkatkan kesejahteraan para pengusaha kecil dan menengah yang tidak terjangkau pelayanan bank umum serta masyarakat yang menginginkan pelayanan sesuai dengan syariat islam.

Bank Syariah Amanah Sejahtera adalah bank pembiayaan rakyat yang menjalankan usahanya dengan prinsip syariah islam dalam menghimpun dana berupa deposito berjangka dan tabungan, maupun menyediakan pembiayaan bagi pengusaha kecil dan menengah. Bank Syariah Amanah Sejahtera juga menyertakan misi sosial diantaranya pelayanan pembiayaan *AL-Qordhul Hasan* (Kebajikan), memberikan beasiswa yang dananya bersumber dari Zakat, Infak dan Sodaqoh, penyelenggaraan penyembelihan hewan Qurban pada hari Raya Idul Adha, penyediaan dana beasiswa bagi pelajar kurang mampu dan berprestasi serta kegiatan lain yang mengandung misi agama, sosial, dan program pemberdayaan Da'i dan Dhu'afa (P2D2).

Bank Syariah Amanah Sejahtera mulai beroperasi pada tanggal 2 Januari 1996 yang berkantor di Jl. Raya Cerme, Kabupaten Gresik dan telah

diresmikan oleh Menteri Keuangan Republik Indonesia, Bpk. Drs.H.Marie Muhammad sebagai BPR Syariah pertama di Kabupaten Gresik pada hari sabtu, tanggal 13 Juli 1996 pukul 10.00 WIB, bertempat di Gedung Grahadi, Gedung Negara, Jl. Pemuda 7 Surabaya. Alhamdulillah dengan rahmat Allah SWT Bank Syariah Amanah Sejahtera menunjukkan perkembangan yang baik, dan berkat dukungan dan kerjasama masyarakat, Bank Syariah Amanah Sejahtera sudah mempunyai 3 kantor cabang dan 4 kantor kas yang berlokasi di kabupaten Gresik dan Lamongan dan kantor cabang baru di kota Surabaya.

2. Visi dan Misi perusahaan

PT.BPRS Amanah Sejahtera dalam menjalankan kegiatan usaha berpedoman pada visi dan misi berikut :

Visi : Menciptakan perbankan syariah yang mantap sebagai sarana untuk menggerakkan ekonomi umat menuju terciptanya kehidupan masyarakat yang sehat, sejahtera, dan berpendidikan dibawah naungan ridha Allah SWT.

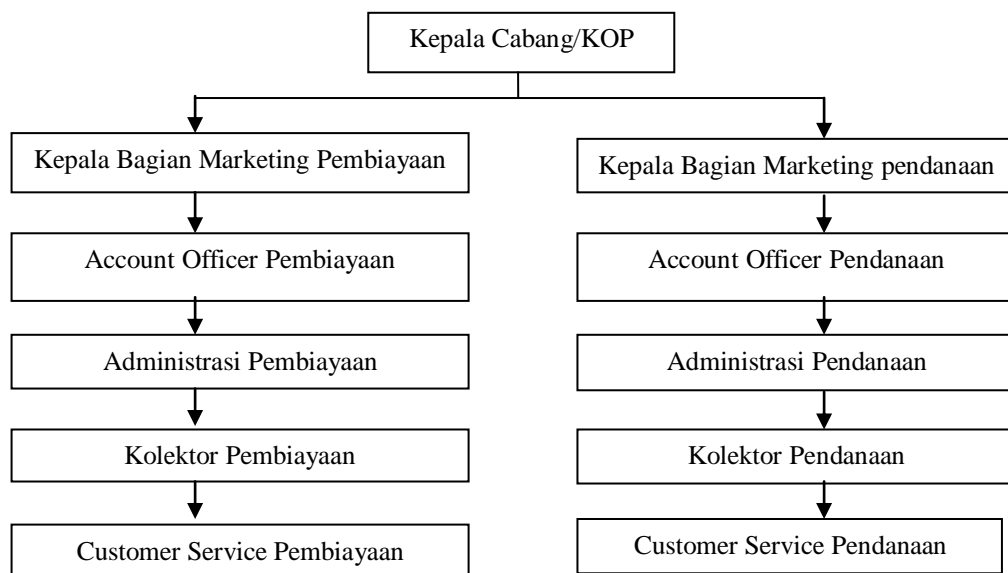
Misi :

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito dengan prinsip syariah.
- b. Memberikan pembiayaan bagi pengusaha kecil, menengah, dan masyarakat dengan prinsip bagi hasil dan jual beli untuk usaha yang halal, produktif, dan menguntungkan.

- c. Memberikan kontribusi yang positif kepada masyarakat muslim dalam menjalankan syariah islam khususnya di bidang kehidupan ekonomi, pendidikan dan kesehatan.

3. Struktur Organisasi Bagian Marketing PT.BPRS Amanah Sejahtera

Struktur Organisasi merupakan bagian penting dalam manajemen sebuah perusahaan dimana struktur organisasi digunakan untuk mengatur pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab, baik secara horisontal maupun vertikal. Unsur–unsur organisasi yang berkaitan satu dengan yang lain dalam rangka menjaga kegiatan operasional dan perkembangan perusahaan sehingga dapat berjalan sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Berikut adalah struktur organisasi bagian Marketing PT.BPRS Amanah Sejahtera:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bagian Marketing PT BPRS Amanah Sejahtera
Sumber: PT BPRS Amanah Sejahtera.

Berikut adalah tanggung jawab dan wewenang struktur organisasi bagian Marketing PT. BPRS Amanah Sejahtera:

1. Kepala Bagian Marketing

Tanggung Jawab Utama		
No	Uraian	Skala Waktu H/M/B/T
1.	Menentukan perencanaan produk penghimpuna dan penyaluran dana yang akan dipasarkan	B
2.	Menentukan strategi pemasaran serta mengevaluasi hasilnya	M
3.	Mengkoordinir tugas Account Officer dan kolektor dana dan pembiayaan	H
4.	Tercapainya target pemasaran Funding dan Lending	B
5.	Menilai dan mengevaluasi kinerja bagian pemasaran	B
6.	Terselenggaranya rapat pemasaran dan terselesaikan permasalahan di tingkat pemasaran	B/M/H
7.	Bertanggungjawab dalam proses penilaian terhadap potensi pasar dan pengembangan pasar.	T/B

H: harian, M: mingguan, B: bulanan, T: tahunan

Wewenang	
No	Uraian
1.	Memberikan usulan untuk pengembangan pasar, potensi bisnis dan strategi-strategi lainnya yang berhubungan dengan bisnis existing, peluang bisnis dan penyelesaian pembiayaan bermasalah kepada direksi.
2.	Membuat kebijakan yang berkaitan dengan marketing pembiayaan dan pendanaan
3.	Menentukan target pendanaan, financing dan penyelesaian pembiayaan bermasalah bersama dengan kepala cabang
4.	Membuat usulan tentang kebutuhan pelatihan dan training karyawan bagian marketing pembiayaan dan pendanaan
5.	Memimpin dan menentukan agenda rapat pemasaran
6.	Melakukan penilaian terhadap staf pemasaran (AO, CS pembiayaan) dan staf penagihan serta staf marketing pendanaan.
7.	Bertanggungjawab dalam proses penilaian terhadap potensi pasar dan pengembangan pasar.

2. Account Officer

Tanggung Jawab Utama		
No	Uraian	Skala Waktu H/M/B/T
1.	Mencari nasabah perorangan/lembaga yang layak sesuai kriteria peraturan BPRS, menilai, mengevaluasi, mengusulkan besarnya pembiayaan yang diberikan (tepat waktu, tepat jumlah dan tepat sasaran)	H
2.	Memastikan seluruh pengajuan pembiayaan telah diproses sesuai dengan proses yang sebenarnya	H
3.	Memastikan analisis pembiayaan telah dilakukan dengan tepat dan lengkap sesuai dengan kebutuhan dan mempresentasikan dalam rapat komite.	H
4.	Melakukan pengawasan penggunaan dana/ketepatan alokasi dana dan angsuran pembiayaan maupun perkembangan usaha serta pembinaan nasabah	H
5.	Membantu terselesaikannya pembiayaan bermasalah	B

6.	Melihat peluang dan potensi pasar yang ada dalam upaya pengembangan pasar.	M
7.	Melakukan sosialisasi seluruh produk bank syariah dan melakukan upaya kerjasama atau sindikasi dengan pihak/lembaga lainnya.	H
8.	Bertanggung jawab atas pencapaian target dalam memasarkan produk pendanaan bank atau dana simpanan pihak ketiga dan membina hubungan baik dengan nasabah.	
H: harian, M: mingguan, B: bulanan, T: tahunan		

Wewenang	
No	Uraian
1.	Memberikan usulan untuk pengembangan pasar kepada Kabag. Marketing
2.	Membuat laporan mingguan maupun bulanan tentang perkembangan usaha dan jumlah nasabah dan baki debit pembiayaan yang ditangani serta saldo dana pihak ketiga yang ditangani.
3.	Menentukan targe financing/pembiayaan bersamaa dengan Kabag. Marketing
4.	Ikut menentukan dan mengatur agend a rapat di bagian marketing
5.	Melakukan koordinasi dengan staf penagihan untuk target penyelesaian pembiayaan bermasalah dan koordinasi dengan kolektor dana dan admin, marketing pendanaan untuk memberikan laporan kepada nasabah.

3. Administrasi

Tanggung Jawab Utama		
No	Uraian	Skala Waktu H/M/B/T
1.	Meregister permohonan pembiayaan yang telah disetujui panitia.	H
2.	Mengadministrasikan kartu pembiayaan nasabah serta segala informasi yang berkaitan dengan lembaga-lembaga yang mempunyai jadwal antar jemput dana oleh kolektor.	H
3.	Membuat laporan-laporan yan diperlukan oleh Kabag. Marketing.	M/B/T
4.	Memelihara data nasabah tabungan dan deposito yang berkaitan dengan lembaga	H
5.	Menginput data setoran tabungan dari lembaga yang dibawa oleh kolektor dana	H
6.	Secara bersama-sama dengan kolektor dana tabungan dan deposito bertanggung jawab atas segala peristiwa yang berkaitan dengan antar jemput dana.	H
7.	Mengadministrasikan dan melakukan print out bilyet deposito dan memintakan tanda tangan ke Direksi/kepala kantor.	H
8.	Membuat jadwal presentasi dan jadwal penarikan dana beserta jumlahnya untuk dilaporkan kepada Kabag. Marketing.	M
H: harian, M: mingguan, B: bulanan, T: tahunan		

Wewenang	
No	Uraian
1.	Memberi usulan untuk memilih pihak asuransi yang akan kerjasama dengan pertimbangan premi nasabah kepada Kabag. Marketing.
2.	Membuat laporan mingguan maupun bulanan tentang perkembangan pembiayaan dan dana pihak ketiga.
3.	Menghubungi AO dan Kepala Kantor bila ada berkas dari panitia pembiayaan yang terdapat catatan-catatan atau penolakan.
4.	Berkoordinasi dengan bagian legal, CS, Teller terutama untuk nasabah yang realisasi.

5.	Membuat laporan-laporan untuk dikoreksi oleh Kabag. Marketing.
6.	Menghubungi bank-bank lain untuk mengetahui rata-rata bunga dan bagi hasil yang berlaku saat ini sebagai bahan promosi.

4. Kolektor Dana

Tanggung Jawab Utama		
No	Uraian	Skala Waktu H/M/B/T
1.	Menjemput dana pihak ketiga sesuai jadwal yang sudah ditetapkan oleh Kabag. Marketing.	H
2.	Menjemput angsuran pembiayaan atas perintah dan jadwal dari Kabag. Marketing	H
3.	Mencari nasabah baru dan wilayah baru baik pendanaan maupun pembiayaan	H
4.	Membantu memfollow up hasil presentasi yang dilakukan oleh AO pendanaan dan Kabag. Marketing.	M
H: harian, M: mingguan, B: bulanan, T: tahunan		

Wewenang	
No	Uraian
1.	Mengambil setoran dana baik DPK maupun angsuran.
2.	Memberikan informasi tentang bagi hasil bank yang dicapai bulan lalu.
3.	Memberi setoran dana untuk diinput oleh bagian administrasi pendanaan
4.	Berkoordinasi dengan Teller terutama untuk angsuran nasabah.
5.	Menyampaikan laporan yang diminta oleh lembaga yang dijemput dananya.

5. Customer Service

Tanggung Jawab Utama		
No	Uraian	Skala Waktu H/M/B/T
1.	Memberikan pelayanan baik informasi maupun administrasi kepada nasabah mengenai segala aspek perbankan terutama produk-produk yang ditawarkan oleh BPRS dengan memperhatikan waktu dan jumlah yang harus dilayani.	H
2.	Sebagai penerima tamu dan penerima telepon serta surat-surat penting.	H
3.	Memelihara dengan baik dalam hal pencatatan yang berhubungan dengan data-data nasabah Tabungan, Deposito dan pembiayaan (memberikan penomorann, pencatatan data nasabah) untuk menangani asuransi nasabah.	H
4.	Sebagai Contact Person untuk menangani asuransi nasabah.	H
H: harian, M: mingguan, B: bulanan, T: tahunan		

Wewenang	
No	Uraian
1.	Memberikan Informasi kepada nasabah/calon nasabah yang berkaitan dengan produk BPRS dan biaya administrasi BPRS sebatas yang diperbolehkan dan tidak melanggar kerahasiaan BPRS.
2.	Membuat laporan mingguan maupun bulanan tentang jumlah nasabah baru dan perkembangan secara umum dari bulan ke bulan.
3.	Memberikan jawaban atas komplain sebatas pengetahuan dan kategori tidak menimbulkan resiko reputasi bagi perusahaan.
4.	Menginput data master register nasabah baru atau nasabah membuka produk baru di BPRS.
5.	Menghitung premi asuransi pembiayaan dan mengarsip berkas-berkasnya.

Sumber: PT BPRS Amanah Sejahtera

4. Jenis Produk Yang ditawarkan

Untuk memenuhi keinginan masyarakat dalam hal penyimpanan dana, kami memberikan layanan yang maksimal kepada para nasabah yang membuka tabungan atau deposito di PT BPRS Amanah Sejahtera. Sistem tabungan yang BPRS jalankan selama ini adalah sistem antar jemput tabungan. Jadi nasabah yang letaknya berjauhan dengan PT BPRS Amanah Sejahtera tidak perlu pergi ke kantor BPRS untuk melakukan transaksi penarikan dana atau penyetoran dana, semua transaksi tersebut bisa dilakukan di tempat nasabah. Semua Produk dijalankan sesuai dengan fatwa dari Dewan Syariah Nasional dan diarahkan oleh Bank Indonesia khususnya Biro Perbankan Syariah.

a. Pendanaan

1) Tabungan Umum Amanah IB (*Mudharabah*)

Tabungan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Nasabah akan memperoleh bagi hasil yang berasal dari pendapatan bank dari dana tersebut.

2) Tabungan Haji Amanah IB (*Mudharabah*)

Tabungan yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk berangkat haji atau umroh. Tabungan ini akan membantu mewujudkan niat nasabah untuk berangkat haji atau umroh sesuai dengan kemampuan keuangan yang ada dan waktu pelaksanaan yang diinginkan. Dengan sistem Syariah insyaallah ibadah haji nasabah tetap terjamin dan barokah.

3) Tabungan Qurban Amanah IB (*Mudharabah*)

Tabungan yang diperuntukkan nasabah yang ingin meringankan biaya Qurban. Penarikan tabungan bisa dilakukan pada waktu mendekati hari pelaksanaan Qurban. Nasabah juga bisa melaksanakan Qurban di Bank Syariah Amanah Sejahtera atau melaksanakan Qurban sendiri.

4) Tabungan Usaha Amanah IB (*Mudharabah*)

Tabungan yang secara otomatis dibuka apabila nasabah mempunyai pembiayaan di Bank Syariah Amanah Sejahtera. Sehingga untuk proses pembayaran angsuran dapat dilakukan melalui rekening Tabungan Usaha Amanah IB (*Mudharabah*).

5) Tabungan Pendidikan Amanah IB (*Mudharabah*)

Tabungan yang diperuntukkan untuk kalangan pendidikan yang bertujuan untuk membantu proses pendidikan yang ada. Produk ini juga diperuntukkan bagi anak-anak/siswa sekolah sebagai sarana untuk belajar menabung.

6) Tabungan Mandiri Amanah IB (*Wadi'ah*)

Simpanan dana pihak ketiga (pribadi/umum) yang penyetorannya dan penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu, nasabah akan mendapatkan imbalan berupa bonus yang bersaing dan bersifat sukarela, besarnya sesuai dengan kebijakan manajemen.

7) Tabungan ZIS Amanah IB (*Wadi'ah*)

Zakat, Infaq, Shadaqah yaitu simpanan dana pihak ketiga (pribadi/umum) yang penyalurannya bisa diserahkan sepenuhnya

kepada bank atau disalurkan oleh nasabah sendiri sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati, dalam hal ini pihak bank tidak memberikan imbalan baik bagi hasil maupun bonus.

- 8) Deposito Amanah IB (*Mudharabah*) 1 Bulan, 3 Bulan, 6 Bulan, dan 12 Bulan.

Simpanan dana pihak ketiga (pribadi/umum) yang hanya dapat dilakukan pada jangka waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah penyimpan (Deposan) dengan bank dan mendapatkan imbalan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati.

b. Pembiayaan

- 1) Pembiayaan sistem bagi hasil

a) *Mudharabah*, pembiayaan untuk modal kerja usaha dengan modal 100% dana bank, sedangkan nasabah bertanggung jawab melaksanakan kegiatan usaha dan manajemen, bank mempunyai hak untuk melakukan kontrol dan pengawasan atas usaha yang dilaksanakan ditetapkan berdasarkan nisbah sesuai kesepakatan bersama (antara bank dan nasabah).

b) *Musyarakah*, pembiayaan untuk modal kerja usaha dengan sebagian dana bank, sedangkan nasabah bertanggungjawab melaksanakan kegiatan usaha dan manajemen, bank mempunyai hak untuk melakukan kontrol dan pengawasan atas usaha yang dilaksanakan ditetapkan berdasarkan nisbah sesuai kesepakatan bersama (antara bank dan nasabah).

2) Pembiayaan sistem jual beli

a) **Murabahah**, piutang untuk investasi ataupun konsumsi di mana pihak bank menjual barang sesuai dengan harga pokok yang dibeli dari supplier atau pemasok ditambah dengan margin/keuntungan yang disepakati.

b) **Istisna'**, piutang untuk investasi maupun konsumsi di mana pihak bank menjual barang berdasarkan pesanan nasabah sesuai dengan harga jual yang disepakati, dari transaksi ini bank memperoleh keuntungan.

3) Pembiayaan sistem *ujrah* (upah)

a) **Qardh**, merupakan produk pelengkap yang diberikan kepada nasabah yang sudah terbukti loyalitas dan bonafiditasnya yang membutuhkan dana talangan segera. Nasabah tersebut harus mengembalikan secepatnya, oleh karena itu produk ini berjangka waktu pendek. Sumber dana diambil dari dana komersial bank.

b) **Multijasa**, penyediaan dana atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan transaksi multijasa dengan menggunakan i'tikad *ijarah* atau *kafalah* berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan nasabah pembiayaan diwajibkan nasabah untuk melunasi hutang/kewajiban sesuai dengan akad.

4) Pembiayaan sistem kebajikan

Al-Qardhul Hasan, pembiayaan yang bersifat sosial yang diberikan kepada pengusaha kecil yang membutuhkan modal dimana secara teknik perbankan yang bersangkutan tidak memperoleh

pembiayaan komersial. Bank tidak memperoleh keuntungan material atas pembiayaan ini dan nasabah hanya menanggung biaya administrasi. Sumber dana berasal dari penerimaan *Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS)*

Tabel 4.1
Persyaratan pembiayaan

Persyaratan	Fotocopy KTP suami Istri yang masih berlaku, masing-masing 5 lembar.
	Fotocopy kartu keluarga, 3 lembar.
	Fotocopy surat nikah, 3 lembar (bagi yang sudah menikah)
	Fotocopy jaminan : Jaminan Kendaraan Bermotor (Sepeda motor atau mobil) Jaminan Rumah atau Tanah
	Fotocopy NPWP
	Slip gaji terakhir (jika karyawan)

Sumber : PT BPRS Amanah Sejahtera

5. Daerah Pemasaran

PT BPRS Amanah Sejahtera yang berpusat di Gresik tepatnya di Jl. Kalimantan No. 107 GKB Gresik . PT BPRS Amanah Sejahtera memiliki daerah pemasaran yang cukup luas. PT BPRS Amanah Sejahtera memiliki 3 cabang perusahaan yang digunakan untuk memperluas dan memperkuat wilayah pemasarannya, yaitu Cerme Gresik, Lamongan, dan Surabaya. Selain pembukaan cabang di beberapa daerah, PT BPRS Amanah Sejahtera juga membuka kantor-kantor kas untuk lebih mendekatkan dan lebih memudahkan pelayanan kepada nasabah dan calon nasabahnya. Berikut daftar kantor cabang dan kantor kas PT BPRS Amanah Sejahtera :

Tabel 4.2
Daftar Kantor Cabang dan Kantor Kas
PT BPRS Amanah Sejahtera Gresik

Nama Perusahaan	PT Bank Pembiayaan Rakyat Sayriah Amanah Sejahtera Situs : Web.amanahsejahtera.com
Kantor Pusat	Jl. Kalimantan No.107 Gresik 61151
Kantor Cabang Cerme	Jl. Cerme Kidul 148 Cerme-Gresik
Kantor Cabang Lamongan	Jl. Panglima Sudirman Ruko Permata Kav.30 Lamongan

Kantor Cabang Surabaya	Ruko West Point Kav.23 K, Sambikerep, Surabaya
Kantor Kas Gresik	Jl. Samanhudi 44 Gresik
Kantor Kas Bungah	Jl. Raya Bungah Km.17 Bungah-Gresik
Kantor Kas Menganti	Ruko Gading Mutiara Permai
Kantor Kas Babat	Jl. Raya Babat 256 Babat Lamongan

Sumber : PT BPRS Amanah Sejahtera

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa PT BPRS Amanah Sejahtera memiliki 1 kantor pusat, 3 kantor cabang dan 4 kantor kas dimana cabang Cerme Gresik memiliki 3 kantor kas yaitu kantor kas Gresik, kantor kas bungah, dan kantor kas menganti. Pada kantor cabang Lamongan masih memiliki 1 kantor kas yaitu kantor kas babat, sedangkan pada kantor cabang surabaya masih belum memiliki kantor kas. Tugas dari setiap cabang dan kantor kas adalah mencari nasabah baik untuk produk *Funding* maupun *Lending* (pembiayaan). Setiap kantor cabang dan kas memiliki kepala pimpinan masing-masing sehingga memiliki hak untuk melakukan pengambilan keputusan dengan pengetahuan dari kantor pusat.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan dengan tujuan penelitian maka hasil penelitian tentang

- 1) Strategi pelayanan PT. BPRS Amanah Sejahtera dalam meningkatkan jumlah nasabah Kreditur dan
- 2) Strategi promosi produk PT. BPRS Amanah Sejahtera dalam meningkatkan jumlah nasabah Kreditur dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Strategi pelayanan PT. BPRS Amanah Sejahtera dalam meningkatkan jumlah nasabah Kreditur.

a. Strategi pelayanan produk

Berdasarkan data dokumentasi, produk yang dihasilkan oleh PT.

BPRS Amanah Sejahtera adalah:

a. Produk Tabungan:

1. Tabungan umum Amanah IB (*Mudharabah*)
 2. Tabungan haji amanah IB (*Mudharabah*)
 3. Tabungan Qurban Amanah IB (*Mudharabah*)
 4. Tabungan Usaha Amanah IB (*Mudharabah*)
 5. Tabungan Pendidikan Amanah IB (*Wadi'ah*)
 6. Tabungan Zis Amanah IB (*Wadi'ah*)
 7. Deposito Amanah IB (*Mudharabah*)
- b. Produk Pembiayaan:
1. Pembiayaan sistem bagi hasil (*Mudharabah dan Musyarakah*)
 2. Pembiayaan sistem jual beli (*Murabahah dan Istisna'*)
 3. Pembiayaan sistem *ujrah* (upah) (*Qardh dan Multijasa*)
 4. Pembiayaan sistem kebajikan (*Al-Qardhul Hasan*)

Sumber: PT BPRS Amanah Sejahtera

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala bagian pemasaran Bapak Viki, PT. BPRS Amanah Sejahtera memiliki biaya simpan dan pinjam sebagaimana diutarakan sebagai berikut:

Kalau dari segi LPS bahkan dimana-mana, bukan di BPRS ini saja, LPS menjamin dana nasabah maksimal 2 milyar rupiah.

W/01/Pelayanan/F1P-07

Begitu juga diutarakan oleh *Customer Service* Ibu yani dalam suatu wawancara terkait dengan biaya simpan dan pinjam yang dimiliki oleh BPRS sebagai berikut:

Yang dijamin oleh LPS adalah 2 milyar rupiah

W/02/Pelayanan/F1P-35

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa biaya simpan dan pinjam yang diberikan oleh BPRS Amanah Sejahtera sebesar 2 Milyar Rupiah yang dijamin oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).

Nasabah yang melakukan simpanan berupa tabungan atau deposito akan diberikan jaminan oleh BPRS, sebagaimana hasil wawancara dengan Kepala Bagian Pemasaran Bapak Viki:

Untuk jaminan bagi nasabah yang menyimpan dana kita dijamin dengan LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).

W/01/Pelayanan/F1P-10

Begitu pula diutarakan oleh *Customer Service* BPRS dalam suatu wawancara, sebagai berikut:

Kalau produk tabungan dan deposito ada jaminan dari LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).

W/02/Pelayanan/F1P-38

Berdasarkan data di atas BPRS memberikan jaminan bagi nasabah yang melakukan simpanan berupa Tabungan dan Deposito dengan jaminan dari LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).

Selain jaminan, layanan menjadi salah satu faktor pendukung berjalannya kegiatan perbankan dengan baik. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Viki selaku Kabag pemasaran BPRS mengutarakan tentang kemudahan layanan yang diberikan sebagai berikut:

1. Layanan Antar Jemput Dana
2. Kemudahan yang diberikan BPRS kepada pihak-pihak yang sudah bekerjasama dengan BPRS untuk memberikan semacam pembiayaan kepada karyawan/guru dengan margin yang lebih minim.
3. Kelebihan kita juga tidak ada biaya administrasi untuk setiap bulannya itu bisa menjadi keuntungann juga, beda dengan bank lainnya yang setiap bulannya ada biaya administrasi, kalau kita tidak ada biaya administrasi , kita hanya pembukaan awalnya saja tidak ada biaya administrasi sehingga tabungan itu tidak akan berkurang, beda dengan bank konven yang ada biaya administrasi yang setiap tahounnya akan semakin besar dan jika tidak menabung lama kelamaan tabungan itu akan habis. Kalau kita sama sekali tidak ada biaya administrasi sama sekali jadi kan bener-benar orang pengen konsentrasi nabung.

W/01/Pelayanan/F1P-01

Selanjutnya berdasarkan data dokumentasi, PT. BPRS Amanah Sejahtera juga menyediakan fasilitas kemudahan dalam bertransaksi dan layanan informasi, sebagai berikut:

1. *RTGS* adalah jasa *transfer* uang valuta rupiah dengan bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara real time.
2. *Virtual Account* adalah nomer unik yang memiliki suatu rekening melalui kombinasi nomer BIN (Danamon) dan nomer rekening tabungan nasabah yang dapat digunakan oleh nasabah untuk membayar angsuran pembiayaan, spp, dan setoran tunai ke tabungan melalui jaringan Bank Danamon.
3. *Auto Debet* adalah prosedur pembayaran dengan cara transfer/pemindah bukuan sejumlah dana tertentu dari satu rekening ke rekening lain secara otomatis pada waktu yang sudah ditentukan.
4. Jasa pembayaran listrik dan air.
5. *Internet Banking* yaitu salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi berupa mutasi tabungan dan informasi perbankan lainnya melalui jaringan internet, untuk bisa mendapatkan layanan ini, nasabah diharuskan untuk melakukan registrasi terlebih dahulu di jaringan kantor kami yang terdekat.
6. *SMS Broadcast* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi melalui SMS.

Sumber: PT BPRS Amanah Sejahtera

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa BPRS memberikan kemudahan layanan bagi nasabah dengan berbagai fasilitas seperti antar jemput dana, layanan *RTGS*, *Virtual Account*, *Auto Debet*, *Internet Banking*, *SMS Broadcast* dan tidak ada biaya administrasi sehingga tabungan nasabah tidak akan berkurang.

PT. BPRS Amanah Sejahtera dalam menumbuhkan rasa percaya kepada nasabah dengan selalu memberi pelayanan yang terbaik, seperti hasil wawancara dengan Bapak Viki selaku Kabag. Pemasaran sebagai berikut:

Tertarik itu tergantung saat dilapangan ya, tergantung pihak marketingnya. Bagaimana kita bisa memenag nasabah itu agar tetap percaya dengan kita, bahkan setiap bank itu berbagai cara pasti berbeda-beda, punya cara tersendiri. Utamanya kita dibagian *marketing* dan utamanya juga dipronen yang harus menjaga *service*, jadi kita ada *service excellent* (pelayanan prima) untuk nasabah agar tetap percaya dengan kita. Ketika *CS* bagaimana memenag orang, ketika dia mau mempertanyakan semua hal tentang bank, pihak *CS* bisa menginformasikan semuanya, jadi pelayanan yang selalu kami tingkatkan.

W/01/Pelayanan/FIP-03

Sesuai data di atas dapat disimpulkan bahwa cara BPRS dalam menumbuhkan kepercayaan kepada nasabah yaitu meningkatkan *Service* dengan memberikan *Service Excellent* (Pelayanan Prima) kepada nasabah.

b. Pelayanan Jasa

Pelayanan pada BPRS Amanah Sejahtera tidak terlepas dengan peran *Customer Service* dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dalam bertransaksi. Sebagaimana diutarakan oleh Ibu Yani *CS* BPRS sebagai berikut:

Bentuk layanan kalau *Customer Service* itu pemberi informasi, untuk pelayanan kita pemberi informasi kepada nasabah mengenai produk-produk banknya, selain pemberi informasi kita juga sebagai penerima tamu bisa ya, karena ada bagian-bagian lain dari lembaga ini mungkin kita sambungkan kebagian lain, kita sebagai penyampai kepada bagian tersebut. Selain itu juga bisa kalau misalnya ada permasalahan-permasalahan yang mungkin di bagian lain, tapi *Customer Service* sebagai pintu pertama untuk menerima dulu claim-claim atau informasi-informasi lain juga bisa menjadi tugas *CS*.

W/02/Pelayanan/FIP-23

Begitu pula berdasarkan data dokumentasi disebutkan bahwa tujuan jabatan *CS* BPRS berperan sebagai jembatan antara nasabah dengan bank dengan memberikan pelayanan yang prima dan bertugas serta berfungsi sebagai *Resepionist* (penerima tamu), *Deskman* (petugas loket), *Salesman* (penjual produk), *Customer Relation* (penghubung nasabah), dan *Comunicator* (komunikasi).

Sumber: PT BPRS Amanah Sejahtera

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa peran *Customer Service* BPRS sebagai jembatan antara nasabah dengan BPRS, dan bertugas sebagai penerima tamu, pemberi informasi, penjual produk, penghubung dengan nasabah serta pihak yang berkomunikasi langsung dengan nasabah.

Customer Service BPRS berusaha untuk mengedepankan kualitas pelayanan jasa kepada nasabah. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Yani selaku *Customer Service* BPRS tentang strategi pelayanan yang diberikan BPRS kepada nasabah dapat berupa:

1) Peranan Keandalan (*Reliability*) PT. BPRS Amanah Sejahtera

P: Bagaimana cara *Customer Service* agar bisa menepati janji terhadap penawaran yang dilakukan oleh nasabah?

Y: Sebenarnya gini ya untuk nasabah-nasabah yang memang itu rata-rata penawaran, misalnya saja lembaga lain ingin menawarkan kerjasama kepada bank, prosedurnya kan kita tidak bisa langsung ketemu ya, atau langsung diputuskan seperti itu kan ngak ya “gimana mbak hasilnya apa kita gini gini “, tidak semua segampang itu, kita punya prosedur misalnya kasus penawaran tadi mereka butuh jawaban secepat mungkin, kita ada prosedur:

1. pertama masukkan dulu proposal yang lengkap, detail terus nanti akan dipelajari, ada bagian yang mempelajarinya sendiri. Jika kita rasa proposal tersebut ada kompeten sama BPRS, kan tidak semua lembaga berkompeten dan berpengaruh sama BPRS kita, kenapa kita harus fokus. Jadi misalkan asuransi kan kita kan belibet sama asuransi ya, itu masuk penawaran seperti itu, diluar itu misalnya penawaran sekedar cek up gitu kan itu tidak terlalu kesulitan bisa diuar.
2. Nah setelah mereka memasukan proposal kita pelajari kemudian pihak yang memepelajari ada pihak sendiri ya itu nanti mereka akan mengajukan kepada dieksi ya ini penawaran gini-gini, kemudian direksi bilang itu boleh juga ada kompeten dengan BPRS.
3. kemudian akan dipanggil, ada tindak lanjutnya nanti ada bagian umum yang akan mengagendakan untuk presentasi, nanti orangnya akan disuruh presentasi kemudian kalau cocok itu nati bisa kita tindak lanjuti untuk kerjasama.

Tapi kalau ada yang nanti ada langsung datang terus ingin ditemukan, kita nanti tawarkan dulu prosedurnya itu begini pak kurang lebihnya paling cepat seminggu ya tapi kita juga lihat jadwalnya dulu ya, kalau misalnya agenda saat itu repot jadi ya kita tidak bisa melakukan perjanjian ya, jadi ya kita tawarkan dulu kita jelaskan “ pak kalau penawaran prosedurnya begini masukan proposal dulu lalu akan kita pelajri presentasi baru nanti akan kita tindak lanjuti”. Itu kan kasus penawaran ya.

Kalau kasus nasabah yang komplin, ya nah nasabah komplin yang minta hasilnya gimana misalnya begitu ya. Ya itu nanti kita lihat dulu kasus nya seperti apa, kalau misalnya komplinnya tidak bisa kita tunjukkan dengan bukti-bukti disini, namanya juga perbankan ya, perbankan ada aja masalahnya. kalau kita bisa menunjukkan bukti,kita bisa bukakan langsung misalnya “ saya bayar koq mbak..buktinya mana pak? “ , “ Ya saya buang setelah setor saya buang”, jadi mereka lemah. Kita buktikan bukti kita catatan dibank kita seperti ini, misalnya mereka ngak terima langsung mereka ingin ketemu misalnya kepemimpinan dan bagian lainnya seperti itu, kita tawarkan dulu boleh ketemu tapi anda juga harus punya bukti juga, jangan hanya ketemu tapi nanti hanya perang mulut tanpa bukti, setelah melampirkan bukti baru nanti akan saya sampaikan kepemimpinan ya ada begini begini, kita siapkan berkas kita dulu sebagai barang bukti. kita juga, kita siapkan, terus kita agendakan, kalau mislnya direksinya tidak lagi dalam keadaan rapat atau acara keluar, mungkin bisa kita agendakan ketemu, semuanya kondisional. kalau tidak bisa nanti akan kita tanyakan dulu ke direksi bisa bertemu kapan ya jadi semuanya kondisional

W/02/Pelayanan/F1P-25

Berdasarkan data di atas dapat di simpulkan bahwa pihak BPRS khususnya *Customer Service* selalu berusaha memberikan pelayanan dengan baik dan menepati janji terhadap penawaran yang dilakukan nasabah dan menjelaskan setiap prosedur penawaran. Pihak BPRS biasanya menjanjikan waktu kurang lebih satu minggu akan ada kabar dari pihak BPRS terhadap penawaran yang diberikan oleh nasabah.

2) Peranan Ketanggapan (*Responsiveness*) PT. BPRS Amanah Sejahtera

P: Bagaimana cara CS dalam menangani setiap keluhan nasabah?

Y: Nasabah kan namanya nasabah kalau kita menjadi nasabah pasti satu tidak mau antri pengennya *perfect* ya, itulah nasabah sama nasabah pada saat antri bilanganya kurang inilah kurang itulah itu semuanya sama nasabah seperti itu. Tapi ya kita kasih solusi seperti ini kalau misalnya mereka keluhannya hanya sekedar pelayanan. Keluhan itu ada dua ya, ada sekedar pelayanan dan keluhan dari fisiknya pembayaran, kalau misalnya keluhannya hanya sekedar pelayanan kita sebisa mungkin nurut dengan nasabah, misalkan dulu kasirnya cuma dua akhirnya kita tambah menjadi tiga, kita niatnya agar nasabah tidak komplain, misalnya lagi ruangnya terlalu sempit akhirnya kita lebarkan lagi ruangnya. Jadi masukan dari nasabah kita juga menyediakan kotak saran puas dan tidak puas, itu sebenarnya kita bisa tau apa yang diinginkan nasabah, sebenarnya itu bagus ya, meskipun ramainya kan tidak setiap hari tapi kan namanya maunya nasabah, maunya rame terus, jadi kita turuti saja ya meskipun dengan kita menuruti maunya nasabah kita pasti mengeluarkan *cost-cost/* biaya-biaya ya, kita tambah lagi teller SDMnya dan yang lainnya, tapi tidak apa kita menuruti nasabah agar mereka bisa merasa nyaman, itu bukti pelayanan kita kepada nasabah.

Kalau misalnya keluhan fisik setoran, mereka sudah setor tapi dibukti kita belum, kita hanya bisa kasih solusi dengan bertemu langsung, atau nanti kalau misalnya dia belum biasa melunasinya, kita kasih kelonggaran sedikit, misalnya “kita tunggu sampai akhir bulan, bapak harus melunasinya”. Misalkan mereka sudah bayar tapi tidak ada bukti, mungkin saat itu mereka dibayarkan orang atau bagaimna ya kita tidak tahu ya, untuk meringakankn boleh kita lakukan *lobby-lobby* dengan nasabah agar tidak menekan mereka juga untuk mendapat solusi terbaik.

W/02/Pelayanan/FIP-27

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa pihak *Customer Service* berusaha untuk selalu mendengarkan setiap keluhan nasabah dan berusaha untuk menyelesaikannya agar nasabah bisa merasa nyaman dengan BPRS, baik keluhan dari segi fisik bangunan, jumlah SDMnya, ataupun keluhan dari bukti setoran yang tidak cocok, CS berusaha untuk memberikan penjelasan dan memberikan solusi untuk mendapatkan kesepakatan

antara kedua belah pihak. BPRS juga menaruh kotak saran dan kotak puas, tidak puas sebagai sarana bagi nasabah untuk dapat memberikan saran dan kritik kepada BPRS, sehingga BPRS juga dapat memperbaiki pelayanannya.

3) Peranan Jaminan dan kepastian (*Assurance*) PT. BPRS Amanah Sejahtera

P: Bagaimana Kemudahan yang diberikan CS kepada nasabah dalam mencari informasi/menghubungi pihak BPRS?

Y: Kita memberikan informasi tidak ada batasannya ya, jadi kapan nasabah bisa kita jelaskan lewat telpon dan kapan nasabah diharuskan datang ke bank. Biasanya sebab informasi dasar kita bisa lewat *via phone*, *wibesitenya* atau sms bersama itu ya, tapi kalau informasi yang detail kita arahkan untuk langsung ke bank atau kita sambungkan langsung kepada bagian langsung, misalnya nasabah ingin sekali ke produk talangn haji, kita akan sambungkan langsung kebagiannya yang lebih kompeten bagian tersebut. Tapi ada batasannya kalau misalnya mereka hanya sekedar informasi masalah prosedur ya jadi bisa *via phone* misalnya ingin informasi masalah penarikan bagaimana setoran bagaimana itu kan *rool* ya semuanya bukan rahasia, misalnya ingin informasi yang lebih detail lagi kita akan tunjukkan data misalnya mereka ingin ditunjukkan informasi mengenai angsuran dan sebagainya, mungkin tidak sama atau bagaimana, nah itu kan kita tidak bisa *via phone*, kita akan sarankan untuk datang dan menunjukkan langsung data misalnya rekening pembayaran pembiayaan agar semuanya bisa klir.

W/02/Pelayanan/F1P-30

Selain memberikan kemudahan dalam menghubungi BPRS, berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti didapatkan data bahwa BPRS khususnya bagian *Customer Servicer*, *Teller* dan satpam bersikap ramah dan sopan serta penuh perhatian saat menangani nasabah yang melakukan transaksi baik itu setoran, pembiayaan maupun *transfer*.

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa *Customer Service* BPRS memberikan kemudahan kepada nasabah dalam mencari informasi ataupun menghubungi nasabah baik *Via Phone*, *Wibesite* atau langsung datang ke kantor BPRS. *CS*, *Teller*

dan satpam juga berusaha selalu bersikap ramah dan sopan saat melayani nasabah yang melakukan transaksi.

4) Peranan Empati (*Empathy*) PT. BPRS Amanah Sejahtera

P: Bagaimana cara CS untuk memahami keinginan dan kebutuhan nasabah?

Y: Yang pertama kita tanyakan dulu keperluannya apa, nantikan nasabah menjelaskan. Biasanya kebanyakan pengajuan ya, pengajuan pembiayaan, pertamanya tanya persyaratan kita jelaskan atau misalnya mereka membutuhkan bicara pada bagian mana baru nanti kita sambungkan kebagian yang dibutuhkan.

W/02/Pelayanan/F1P-28

Berdasarkan data dokumentasi juga disebutkan bahwa PT BPRS Amanah Sejahtera memberikan kemudahan nasabah dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh BPRS dengan memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan mencari informasi seperti: layanan *RTGS*, *Transfer*, *Virtual Account*, *Auto Debet*, *Internet Banking*, dan *SMS Broadcast*.

Sumber: PT BPRS Amanah sejahtera

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa BPRS memberikan kemudahan dengan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan nasabah dalam melakukan transaksi dan seorang CS juga berusaha untuk dapat memahami keinginan dan kebutuhan nasabahnya.

5) Peranan Berwujud (*Tangibles*) PT. BPRS Amanah Sejahtera

Berdasarkan hasil observasi, BPRS memberikan fasilitas sarana prasarana yang cukup memadai dari ruang tunggu yang nyaman, tempat parkir dan tempat transaksi yang tertata dengan rapi serta penampilan karyawan yang menarik dan seragam.



Gambar 4.2
Suasana Ruang Tunggu dan tempat transaksi nasabah dengan Teller



Gambar 4.3.
Tempat Parkir PT BPRS Amanah Sejahtera

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa BPRS berusaha untuk memberikan fasilitas sarana prasarana yang memadai dan memberikan kenyamanan dan keamanan bagi nasabah saat bertransaksi serta berusaha untuk berpenampilan yang menarik dan selalu terlihat seragam dan semangat.

Pelayanan yang diberikan oleh BPRS begitu dirasakan oleh nasabah, dapat dilihat berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Nasabah Deposito BPRS, Saudari Ci'a tentang pelayanan BPRS:

Saya memilih BPRS ini Karena disini tidak ada bunga, adanya bagi hasil jadi antara nasabah dan bank tidak akan saling merugikan.

W/04/Pelayanan/F1P-43

Untuk pelayanannya pertama kita dikasih nomer antrian, lalu nanti kita dipanggil petugas, jadi antriannya teratur.

W/04/Pelayanan/F1P-47

Selanjutnya Menurut Saudari Neyni, selaku nasabah Tabungan Wadi'ah tentang pelayanan BPRS:

Saya memilih disini, Soalnya dekat dengan rumah, Ini kan Bank Amanah Sejahtera, istilahnya bukan bank umum/*konvensional*, tapi syariah. Bank ini untuk kependidikan juga baik, lalu potongannya juga tidak terlalu banyak, Tidak terlalu antri

W/05/Pelayanan/F1P-56

Pelayanannya memuaskan, pegawainya ramah dan sopan.

W/05/Pelayanan/F1P-60

Sarana prasarananya cukup memadai, tidak ketinggalan dengan bank-bank *konvensional* yang sudah besar.

W/05/Pelayanan/F1P-61

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh BPRS sudah begitu dirasakan oleh nasabah, baik dari petugas yang ramah dan sopan serta pelayanan yang cepat sehingga tidak mengakibatkan antri dan sarana prasarana yang sudah cukup memadai membuat nasabah merasa nyaman melakukan transaksi serta potongan yang kecil membuat nasabah tertarik bergabung dengan BPRS.

Dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah pihak BPRS juga melakukan program pelatihan khusus, seperti yang diutarakan oleh Kabag. Pemasaran Bapak Viki:

Ada pelatihan khusus itu untuk setiap bulan atau perdua bulan atau per 3 bulan ada, jadi pelatihan diluar dari interen kita. Kita berikan pelatihan kepada *teller*, *Customer Service* semuanya tergantung dari kebutuhan kita. Itupun *ekstern*, kita ikut diluar.

W/01/Pelayanan/F1P-05

Begitu pula yang diutarakan ibu Yani selaku CS BPRS tentang bentuk pelatihan yang diberikan, sebagai berikut:

Bentuk pelatihan produk dan pelatihan pelayanan.

W/02/Pelayanan/F1P-32

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa PT BPRS Amanah Sejahtera memberikan suatu pelatihan kepada pihak *Teller* dan *Customer Service* dalam bentuk pelatihan produk dan pelayanan yang dilakukan secara *ekstern* diluar perusahaan.

2. Strategi promosi produk PT. BPRS Amanah Sejahtera dalam meingkatkan jumlah nasabah.

PT. BPRS Amanah Sejahtera melakukan promosi produk dengan cara menemui langsung nasabahnya, sebagaimana hasil wawancara dengan Kabag Pemasaran sebagai berikut:

Kita promosinya langsung ke nasabah baik itu untuk produk *funding* (pendanaan) dan *lending* (pembiayaan). Jadi benar-benar untuk *funding* kita langsung promosi kesekolah-sekolah.

W/01/Promosi/F2P-12

Berdasarkan data di atas disimpulkan bahwa BPRS melakukan promosi produk dengan langsung bertemu dengan calon nasabah untuk produk Tabungan dan Deposito.

Menurut Kabag pemasaran BPRS, Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak BPRS dalam mencari nasabah, sebagai berikut:

Tidak ada promosi khusus sebenarnya, Cuma kalau kita(BPRS) memang kita sudah bekerjasama dengan sekolah-sekolah, kita memberikan semacam *sponsorship* kesekolah-sekolah yang sudah bekerjasama dengan kita, karena biasanya kalau kita memberikan *sponsorship* kita juga membuka *open table*, kita bisa bagi-bagi brosur untuk orang tua wali

murid, mereka bisa menanyakan tentang produk kita tentang tabungan dan pembiayaan.

W/01/Promosi/F2P-13

Untuk kegiatan lain kita seperti mengadakan pameran istilahnya promosilah untuk produk-produk kita di BPRS.

W/01/Promosi/F2P-14

Pada dasarnya setiap hari kuncinya untuk karyawan pendanaan memang tugasnya untuk mencari pendanaan *door to door* kesekolahan untuk mencari dana. Pada dasarnya memang itu tugasnya pihak pendanaan, tapi itu juga tergantung dari masing-masing sekolah dan nasabah kalau untuk waktunya.

Tapi untuk spesifik melakukan kegiatan besar masih belum, dan begini kebanyakan nasabah itu kasarnya begini mengetahui dari mulut kemulut misalnya “ bank ini enak pelayanannya, bagi hasilnya lumayan besar, kalau pembiayaan lebih enak angsurannya”. Seperti itu.

W/01/Promosi/F2P-15

Sebagaimana hasil wawancara dengan nasabah BPRS Saudari Ci’a, tentang kegiatan promosi yang dilakukan oleh BPRS, sebagai berikut:

Dulu saat ada acara dikampus saya, BPRS ini juga memberikan bantuan berupa *sponsorship* ya.

W/04/Promosi/F2P-55

PT. BPRS Amanah Sejahtera melakukan kegiatan untuk mendekatkan diri dengan masyarakat disekitar wilayah kantor, sebagaimana yang diutarakan oleh Kabag. Pemasaran Bapak Viki, sebagai berikut:

Berbaur dengan nasabah itu misalnya begini semacam kalau bulan puasa kita mengajak kepada anak yatim untuk berbuka puasa bersama atau santunan diwilayah kantor di GKB Gresik dan kalau Idul Adha kita ada penyembelihan hewan Qurban dan kita bagikan kemasayarakat, itu juga bisa menjadi bentuk promosi juga.

W/01/Promosi/F2P-20

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa BPRS masih melakukan kegiatan promosi dalam bentuk kerjasama dengan lembaga/sekolah yang berkompeten dengan BPRS, serta pemberian *sponsorship*, mengikuti pameran dan *open table*, belum ada kegiatan

promosi besar yang dilakukan oleh BPRS karena kebanyakan nasabah BPRS mengetahui adanya BPRS dari nasabah lain istilahnya promosi dari mulut ke mulut. Selain itu BPRS juga melakukan kegiatan bakti sosial seperti buka bersama dengan anak yatim, santunan menjadi bentuk promosi bagi BPRS.

PT. BPRS Amanah Sejahtera dalam memperluas jaringan kerjasama masih menjangkau ke lembaga/ sekolah, Sebagaimana hasil wawancara dengan Kabag. Pemasaran Bapak Viki, sebagai berikut:

Sampai saat ini untuk memperluas itu kita masih menjangkau kesekolah-sekolah, karena terus terang untuk dana yang lebih besar itu dari tabungan pendidikan. Dari dana setiap bankpun berbeda-beda untuk sasarannya. Ada bank yang kerjasama dengan perusahaan industri atau mana yang mengena dengan bank tersebut. Tapi untuk BPRS Amanah Sejahtera kalau *fundingnya* (pendanaan) lebih kesekolah-sekolah jadi langsung kecalon nasabah dan memperkenalkan produk ke mereka yang dilakukan oleh pihak marketingnya sendiri.

W/01/Promosi/F2P-18

Berdasarkan data dokumentasi lembaga yang menjadi mitra usaha PT. BPRS Amanah Sejahtera, diantaranya

Daftar Tabel 4.3
Mitra Usaha PT BPRS Amanah Sejahtera

No	Mitra Usaha Pendanaan dan Pembiayaan
1.	KB (Kelompok Bermain)/PG (Play Group)
2.	TK (Taman kanak-kanak)/TKIT (Taman Kanak-kanak islam terpadu)
3.	SD (Sekolah Dasar)/SDIT (Sekolah dasar islam terpadu)
4.	SMP (Sekolah Menengah Pertama)/SMPIT (Sekolah Menengah Pertama islam terpadu)
5.	SMA (Sekolah Menengah Atas)
6.	MI (Madrasah Ibtidaiyah)/MTsN (Madrasah Tsanawiyah)
7.	Klinik
8.	Ta'mir masjid
9.	Sarana Olahraga

Sumber: PT BPRS Amanah Sejahtera

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa PT BPRS Amanah Sejahtera dalam memperluas jaringan kerjasama masih menjangkau

lembaga/sekolah-sekolah yang berkompeten dengan BPRS sebagaimana data dokumentasi dari BPRS.

Menurut Kabag Pemasaran PT. BPRS Amanah Sejahtera Bapak Viki, fungsi Promosi adalah:

Untuk mempromosikan produk dan untuk menambah nasabah dan memberi informasi kepada nasabah apabila nasabah membutuhkan informasi yang berkenaan dengan BPRS serta untuk memperkenalkan produk BPRS dan keunggulan BPRS.

W/01/Promosi/F2P-21

Upaya yang selama ini dilakukan oleh pihak BPRS Amanah Sejahtera untuk meningkatkan jumlah nasabah diutarakan oleh Kabag Pemasaran Bapak Viki sebagai berikut:

Dengan cara promosi, bagian marketing langsung kelapangan untuk mempromosikan produk-produk BPRS dan berusaha untuk meningkatkan rata-rata bagi hasil setiap bulannya.

W/01/Promosi/F2P-11

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi promosi bagi BPRS yaitu untuk memberikan informasi kepada masyarakat akan produk dan keberadaan BPRS. Kegiatan promosi juga sebagai upaya BPRS untuk meningkatkan jumlah nasabah serta dengan meningkatkan rata-rata bagi hasilnya.

Dalam melakukan kegiatan promosi tidak akan terlepas dengan adanya kendala yang dihadapi, namun menurut kepala bagian Pemasaran PT. BPRS Amanah Sejahtera sebagai berikut:

Sebenarnya kalau dinilai dari kendala tidak ada kendala, jadi tergantung dari nasabah dan kecakapan karyawan marketingnya apa bisa mempromosikan produk BPRS atau tidak, kan kita juga tidak bisa

memaksakan nasabah untuk menabung atau melakukan pembiayaan kepada kita, jadi tidak ada kendala sama sekali.

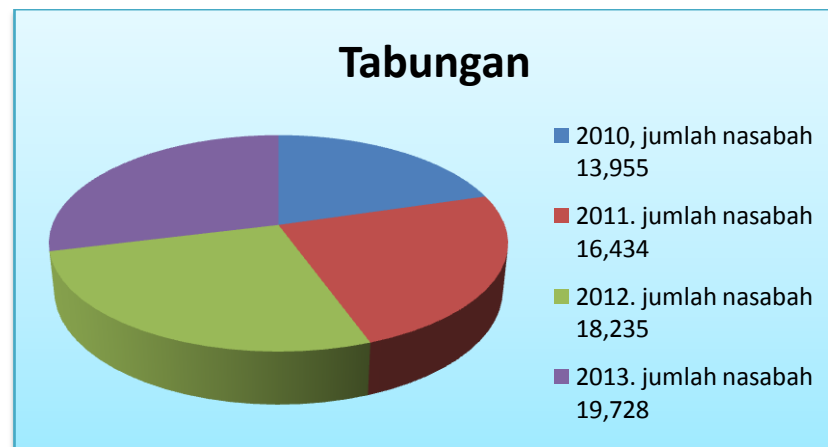
W/01/Promosi/F2P-19

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa tidak ada kendala berarti yang dialami oleh BPRS dalam mempromosikan produknya, semua kembali kepada kecakapan karyawan *marketing* saat mempromosikan produk BPRS kepada calon nasabah.

3. Peningkatan jumlah nasabah PT. BPRS Amanah Sejahtera

Berdasarkan data dokumentasi, peningkatan jumlah nasabah Tabungan dan Deposito PT. BPRS Amanah Sejahtera dari tahun 2010-2013 dapat dilihat pada grafik dibawah ini:

Grafik 4.1
Peningkatan jumlah nasabah Tabungan PT. BPRS Amanah Sejahtera
Tahun 2010-2014

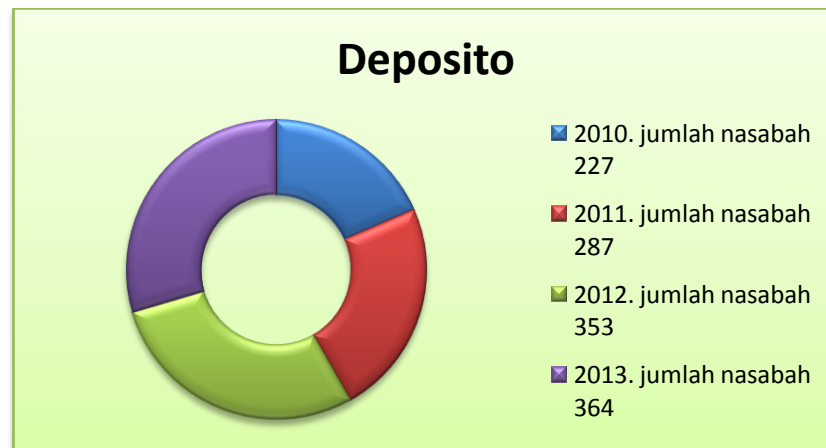


Sumber: PT. BPRS Amanah Sejahtera

Berdasarkan Grafik 4.1. dapat dilihat bahwa jumlah nasabah dari tahun 2010-2013 mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2010 jumlah nasabah yang melakukan penyimpanan uang berupa produk

tabungan sebesar 13,955, lalu pada tahun 2011 mengalami peningkatan nasabah sebesar 16,434, dilanjutkan tahun 2012 sebesar 18,235 peningkatan nasabahnya serta tahun 2013 sebesar 19,728 jumlah nasabah PT. BPRS Amanah Sejahtera.

Grafik 4.2
Peningkatan jumlah nasabah Deposito PT. BPRS Amanah Sejahtera
Tahun 2010-2013



Sumber: PT. BPRS Amanah Sejahtera

pada Grafik 4.2. dapat dilihat peningkatan jumlah nasabah yang melakukan penyimpanan dana dalam bentuk produk Deposito berjangka. Pada tahun 2010 jumlah nasabah deposito berjumlah 227 nasabah, jumlah tersebut mengalami peningkatan pada tahun 2011 menjadi 287 nasabah, pada tahun 2011 jumlah nasabah deposito juga mengalami peningkatan menjadi 353 nasabah dan pada tahun 2013pun mengalami peningkatan menjadi 364 nasabah deposito.

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah Tabungan Dan Deposito BPRS mengalami peningkatan dari tahun 2010-2013. Strategi pelayanan dan promosi yang dilakukan oleh BPRS

menjadi salah satu alasan nasabah memilih untuk bergabung dengan BPRS, pelayanan yang baik serta sarana prasarana yang memadai membuat nasabah nyaman dan aman untuk menyimpan uangnya di PT. BPRS Amanah Sejahtera Gresik.

C. PEMBAHASAN

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian, maka pembahasan mengenai

1) Peranan strategi pelayanan PT. BPRS Amanah Sejahtera dalam meningkatkan jumlah nasabah Kreditur; dan 2) Peranan strategi promosi produk PT. BPRS Amanah Sejahtera dalam meningkatkan jumlah nasabah Kreditur, sebagai berikut:

1. Peranan strategi pelayanan PT. BPRS Amanah Sejahtera dalam meningkatkan jumlah nasabah Kreditur.

Bank Sebagai lembaga keuangan yang tugasnya memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), pinjaman uang (*kredit*) serta jasa-jasa keuangan lainnya. PT. BPRS Amanah Sejahtera sebagai salah satu bank pembiayaan rakyat syariah menawarkan beberapa jenis produk dari jenis produk Tabungan, Deposito dan pembiayaan bagi masyarakat yang membutuhkan. Untuk menjaga kepercayaan yang diberikan nasabah, BPRS berusaha untuk selalu meningkatkan *service* dengan menggunakan *service Excellent* (Pelayanan Prima) , untuk dapat mempertahankan nasabah lama dan menarik calon nasabah bergabung dengan BPRS.

Pelayanan pada PT. BPRS Amanah Sejahtera tidak akan terlepas dengan peran *Customer Service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, sebagaimana disebutkan bahwa tugas dan fungsi dari *Customer*

Service BPRS selain sebagai pemberi informasi, CS juga berperan sebagai penerima tamu baik nasabah yang datang langsung ke kantor maupun *via phone* untuk disambungkan kebagian-bagian lain di BPRS, selain itu CS juga berperan sebagai pintu pertama untuk menerima keluhan dari nasabah sebelum di laporkan kebagian yang bersangkutan di BPRS. CS juga bertugas sebagai penjual produk BPRS dan penghubung antara nasabah

Kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank akan selalu menjadi penilaian bagi setiap konsumen/nasabahnya. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Zeithmal,et,al dalam buku Umar (2000;38-39) menyebutkan bahwa dimensi kualitas pelayanan terbagi menjadi 5 elemen, dan dalam prakteknya berdasarkan deskripsi hasil penelitian, PT. BPRS Amanah Sejahtera menggunakan dimensi pelayanan untuk meningkatkan kualitas jasa pelayanan kepada nasabahnya, sebagai berikut:

a. Peranan Keandalan (*Realibility*) PT. BPRS Amanah Sejahtera

PT. BPRS Amanah Sejahtera berusaha selalu memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan. Misalnya PT. BPRS menerima sebuah penawaran dari sebuah lembaga untuk bekerjasama, terkadang lembaga/pihak yang bersangkutan menginginkan proses yang cepat, sedangkan pada PT. BPRS ada prosedur yang harus dilengkapi sebelum penawaran tersebut diterima, sebagai seorang CS bertugas untuk menjelaskan terlebih dahulu kepada pihak lembaga/nasabah mengenai prosedur untuk melakukan kerjasama.

Akan tetapi namanya seorang lembaga/nasabah terkadang punya sifat yang seenaknya sendiri dan mendesak untuk segera memperoleh jawaban dan bertemu dengan pihak operasional BPRS, maka CS akan menjelaskan kalau proses penawaran ini tidak bisa langsung menerima jawaban, jadi pihak BPRS menjanjikan dalam waktu kurang lebih satu minggu akan ada kabar dari pihak BPRS apakah penawaran tersebut di ACC atau tidak.

b. Peranan Ketanggapan (*Responsiveness*) PT.BPRS Amanah Sejahtera

PT. BPRS Amanah Sejahtera berusaha untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat saat nasabah melakukan transaksi baik itu setoran, penarikan ataupun *transfer* agar tidak terlalu banyak antrian dan proses transaksi berjalan dengan teratur dan memberikan kenyamanan bagi nasabah. Begitu pula saat nasabah mengalami keluhan, baik itu keluhan pelayanan ataupun keluhan dari bukti fisik setoran yang tidak sama.

Sering kali nasabah merasa tidak puas ataupun tidak nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh BPRS. Ada saja keluhan dari nasabah misalnya keluhan bagian *Teller* kurang SDMnya, ataupun keluhan ruangan yang terlalu sempit, disini pihak BPRS berusaha untuk memperbaiki dengan menambah SDM dibagian Teller dan memperluas ruangan untuk memberikan kenyamanan dan keamanan bagi nasabah, atau misalnya keluhan fisik setoran dimana pihak nasabah merasa sudah membayar tetapi bukti di BPRS tidak ada, disini CS berusaha menjelaskan dan memberikan solusi dengan melakukan lobby agar tidak merugikan kedua belah pihak.

BPRS juga menyediakan kotak saran dan kotak puas tidak puas yang diletakkan di bagian *Teller*, dengan begitu BPRS akan dapat mengetahui keinginan dan kemauan dari nasabah sehingga dapat memperbaiki kualitas pelayanannya.

c. Peranan Jaminan dan kepastian (*Assurance*) PT. BPRS Amanah Sejahtera

PT. BPRS Amanah Sejahtera khususnya seorang *Customer Service* berusaha melayani nasabah dengan bersikap ramah, sopan dan tanpa ada batasannya, kapanpun nasabah ingin mencari informasi/sekedar memberikan saran ataupun mengutarakan keluhan, CS BPRS akan menyediakan waktu baik itu *via phone, website, SMS broadcast* maupun nasabah langsung datang ke kantor BPRS.

Selain memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, BPRS juga memberikan jaminan kepada para nasabahnya baik yang menyimpan uangnya berupa tabungan atau deposito dengan jaminan dari LPS (Lembaga Penjamin Simpanan), jadi uangnya dijamin aman.

d. Peranan Empati (*Emphaty*) PT. BPRS Amanah Sejahtera

PT. BPRS Amanah Sejahtera memberikan kemudahan layanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi seperti layanan antar jemput dana, dimana nasabah tidak diharuskan untuk datang langsung ke kantor BPRS saat ingin melakukan penarikan maupun setoran, karena pihak BPRS akan langsung ke lokasi nasabah, namun dengan jumlah penarikan maupun setoran tertentu. BPRS juga tidak ada biaya administrasi setiap

bulannya sehingga uang yang nasabah tabung ke BPRS akan tetap tidak berkurang akan tetapi cenderung bertambah dengan adanya bagi hasil.

Selain kemudahan layanan, BPRS juga memberikan fasilitas pelayanan dan fasilitas informasi bagi nasabah seperti fasilitas *RTGS* yaitu jasa *transfer* antar kota, *Virtual Account* merupakan nomer unik dari rekening nasabah melalui kombinasi nomer BIN (Danamon), *Auto Debet* fasilitas yang digunakan nasabah untuk membayar SPP, rekening listrik, rekening air secara otomatis dalam waktu yang ditentukan, dan fasilitas layanan informasi seperti *Internet Banking*, dimana nasabah dapat melihat mutasi tabungan melalui internet dan juga *SMS Broadcast* merupakan fasilitas layanan bagi nasabah untuk memperoleh informasi melalui SMS.

Selain memberikan fasilitas yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi, sebagai seorang CS harus mampu memahami keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Untuk itu saat melayani nasabah, CS berusaha menanyakan terlebih dulu keperluannya apa, setelah nasabah menjelaskan baru CS akan mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh nasabah, dan jika nasabah ingin disambungkan dengan bagian lain di operasional BPRS, CS akan menanyakan terlebih dahulu keperluannya apa, baru setelah itu akan disambungkan dengan bagian yang bersangkutan.

e. Peranan Berwujud (*Tangibles*) PT. BPRS Amanah Sejahtera

PT. BPRS Amanah Sejahtera selalu berusaha berpenampilan yang menarik, sopan dengan memakai pakaian yang seragam dan rapi tidak terlihat kusut (*seperti yang ditunjukkan dalam lampiran*). Pihak BPRS juga memberikan fasilitas gedung yang memadai, cukup luas sehingga memberikan kenyamanan kepada nasabah, menata ruangan dengan baik, menyediakan ruangan *Teller* dan ruangan *CS* yang berbeda tempat sehingga tidak terlihat sempit, menyediakan ruang tunggu serta menyediakan tempat parkir yang luas dan juga petugas untuk menjaga kendaraan nasabah.

BPRS juga menyediakan seorang satpam yang bertugas untuk mempersilahkan nasabah masuk dan menanyakan keperluannya sebelum satpam mengarahkan nasabah kepada *Customer Service* bagi yang membutuhkan informasi mengenai hal yang berkaitan dengan BPRS dan memberikan nomer antrian bagi nasabah yang ingin melakukan transaksi baik setoran, penarikan ataupun transaksi yang lainnya.

Pelayanan yang diberikan oleh BPRS sudah begitu dirasakan oleh nasabah, baik dari sikap petugas yang ramah dan sopan serta pelayanan yang cepat sehingga tidak mengakibatkan antri dan sarana prasarana yang sudah cukup memadai membuat nasabah merasa nyaman melakukan transaksi. Selain itu tidak adanya biaya administrasi dan potongan yang kecil serta rata-rata bagi hasil yang lumayan besar membuat nasabah/calon nasabah tertarik bergabung dengan BPRS.

PT. BPRS Amanah Sejahtera dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya membutuhkan karyawan yang memiliki keterampilan yang bagus dalam melayani seorang nasabah. Oleh karena itulah pihak BPRS memberikan pelatihan kepada karyawan BPRS khususnya *Teller* dan *Customer Service* setiap bulan atau perdua bulan atau per 3 bulan, dimana pelatihan tersebut bersifat *ekstern*, diadakan oleh perusahaan diluar BPRS. Dimana bentuk pelatihan tersebut dalam bentuk pelatihan produk dan pelatihan pelayanan yang dapat menunjang kemampuan karyawan BPRS Amanah Sejahtera dalam melayani dan memperkenalkan produk BPRS kepada nasabah agar nasabah tertarik dan percaya kepada BPRS.

2. Peranan strategi promosi produk PT. BPRS Amanah Sejahtera dalam meningkatkan jumlah nasabah

PT. BPRS Amanah Sejahtera melakukan promosi produk dengan langsung bertemu dengan calon nasabahnya, untuk produk Tabungan dan Deposito, pihak marketing BPRS lebih banyak melakukan kerjasama dengan lembaga/sekolah yang memiliki kompeten dengan BPRS. Menurut Wahjono (2010;135) menyebutkan bahwa macam sarana promosi terdapat Empat variabel, dimana sarana yang digunakan oleh PT. BPRS Amanah Sejahtera untuk mempromosikan produk BPRS, sebagai berikut:

1. Periklanan (*Advertaising*)

Merupakan sarana promosi yang paling sering digunakan oleh bank dalam rangka mengkomunikasikan produk dan jasa bank, dalam

iklan biasanya termuat manfaat produk, harga, dan di mana bisa didapatkan.

PT. BPRS Amanah Sejahtera menggunakan media periklanan sebagai sarana untuk memperkenalkan produk BPRS dimata masyarakat. BPRS membagikan brosur kepada masyarakat pada suatu *event-event* tertentu seperti saat BPRS memberikan *sponsorship* kelembaga/sekolah yang sudah bekerjasama dengan BPRS, serta menyediakan brosur keseluruhan kantor pusat, cabang dan kantor kas, serta media internet melalui *website* BPRS: *Web.amanahsejahtera.com*. Sehingga nasabah lebih mudah untuk mencari informasi mengenai produk BPRS.

2. **Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)**

Merupakan bentuk promosi yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan secara langsung melalui kegiatan-kegiatan potongan harga, pemberian hadiah baik langsung maupun secara undian untuk produk tertentu, pada tempat tertentu dan pada waktu tertentu.

PT. BPRS Amanah Sejahtera tidak memberikan sebuah potongan harga maupun hadiah berupa undian, hanya pada PT. BPRS Amanah Sejahtera didapatkan data bahwa BPRS memberikan sebuah *souvenir* bagi nasabah yang melakukan penyimpanan dana berupa deposito dan juga memberikan bonus bagi nasabah yang melakukan penyimpanan berupa tabungan Wadi'ah, dimana bonus tersebut diberikan sesuai dengan ketentuan dari manajemen BPRS.

3. Publisitas (*Publicity*)

Merupakan kegiatan bank dalam rangka mengenalkan ke publik dengan media-media yang dikenal non komersial. Bagi bank publisitas dapat ditempuh dengan menyelenggarakan suatu kegiatan yang melibatkan masyarakat umum dan cenderung bukan merupakan ajang penjualan produk dan pengiklanan, seperti kegiatan amal (*Charity*), Bakti sosial, *sponsorship* kegiatan dan pameran.

PT. BPRS Amanah Sejahtera melakukan kegiatan Bakti Sosial dengan mengadakan buka puasa bersama dengan anak yatim piatu dan santunan serta pembagian hewan Qurban pada saat Idul Adha dengan masyarakat sekitar kantor sebagai salah satu bentuk promosi BPRS. (*seperti yang ditunjukkan pada lampiran*)

BPRS juga melakukan kegiatan promosi berupa pemberian *sponsorship* kepada lembaga/ sekolah yang sudah bekerjasama dengan pihak BPRS seperti *event-event* pentas seni, seminar ataupun perlombaan, dimana BPRS juga dapat membuka semacam *Open Table* sehingga nasabah/calon nasabah dapat secara langsung bertemu dengan karyawan BPRS dan bertanya mengenai semua hal tentang produk BPRS secara langsung.

Selain itu BPRS juga melakukan promosi produk dengan mengikuti pameran-pameran (*seperti yang ditunjukkan pada lampiran*) dan juga kegiatan Amal (*Charity*) dengan memberikan beasiswa kepada pelajar kurang mampu dan berprestasi serta kegiatan misal, agama dan sosial serta program pemberdayaan Da'i dan Dhua'afa (P2D2).

4. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Merupakan kegiatan promosi yang dilakukan dengan melakukan penjualan pribadi kepada pelanggan. Dalam penjualan pribadi terjadi sentuhan langsung antara tenaga pemasaran dengan pelanggan akhir, sehingga memungkinkan terjadinya kontak langsung, disaat kontak langsung itulah dapat digali beberapa hal untuk kegiatan pemasaran lainnya.

Media promosi *Personal Selling* juga menjadi media yang sering digunakan oleh BPRS Amanah Sejahtera, dimana pada saat BPRS memberikan *sponsorship* kepada lembaga/sekolah yang sudah bekerjasama, BPRS membuka semacam *Open Table* sehingga pegawai BPRS dapat langsung bertemu dengan nasabah/calon nasabah yang ingin bertanya mengenai produk BPRS dan pegawai juga dapat memberikan penjelasan secara detail dan lebih dekat dengan nasabah/calon nasabah. Sehingga menghilangkan kesan *eksklusif* antara pihak BPRS dengan nasabah dan menciptakan suasana yang akrab dengan nasabah.

PT. BPRS Amanah Sejahtera untuk saat ini, dalam memperluas jaringan kerjasama masih menjangkau lembaga/sekolah-sekolah yang berkompeten dengan BPRS, karena menurut Kepala bagian Pemasaran dana yang lebih besar itu diperoleh dari tabungan pendidikan. Sedangkan fungsi promosi bagi BPRS selain untuk mempromosikan produk BPRS tapi juga sebagai sarana untuk menambah nasabah baru agar mau bergabung dengan BPRS dan memberikan informasi mengenai semua hal yang berhubungan dengan BPRS.

Upaya yang dilakukan oleh BPRS untuk meningkatkan jumlah nasabah yaitu dengan cara meningkatkan promosi yang dilakukan oleh karyawan BPRS langsung ke calon nasabahnya dan berusaha untuk meningkatkan rata-rata bagi hasilnya, sehingga nasabah tertarik untuk bergabung dengan BPRS. Dalam melakukan kegiatan promosi pasti tidak akan lepas dari kendala yang dihadapi, namun bagi BPRS tidak kendala yang berarti saat melakukan promosi ke masyarakat, karena BPRS tidak dapat memaksa masyarakat untuk bergabung atau tidak dengan BPRS, semua tergantung pihak *Marketingnya*, bagaimana kecakapan mereka saat mempromosikan produk dan bagaimana *CS* dalam melayani dan menjawab setiap pertanyaan dari nasabah mengenai BPRS.