

**EFEKTIVITAS KINERJA DENGAN KONSEP BALANCED SCORECARD DALAM
PERSPEKTIF PELANGGAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR
CABANG KENDARI MT HARYONO**

Jumiati¹; Rusding Muhalling²; Muhammad Imran³

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari Jl. Sultan Qaimuddin Kendari No. 17 Baruga,

Telp. (0401)39310

Fax. (0401) 39310 Email. lainkendari@yahoo.co.id

Program Studi Perbankan Syariah

Email Korespondensi : jumiatijumi3100@gmail.com

ABSTRACT

This research discusses the effectiveness of performance with balanced scorecard concepts in a customer perspective at Indonesian Islamic Bank kendari branch MT Haryono that formulation for trouble : (1) How is the effectiveness of BSI Kc Kendari MT Haryono performance in a customer perspective?. (2) How to a descriptive analysis for the effectiveness of BSI Kc Kendari MT Haryono with reference to the concept of balanced scorecard?. This research aims to determine the extent to which the effectiveness of the performance of the Indonesian Islamic bank kendari branch MT Haryono is measured from the customer perspective and provides an accurate descriptive analysis of the effectiveness of the company's performance using the balanced scorecard method from the customer perspective. This type of research is qualitative descriptive research using field research. Data collection techniques are carried out using interview, observation, and documentation techniques. Data analysis techniques are carried out using data reduction techniques. Presentation of data, and verification/with drawal of conclusions by testing the validity of data using source triangulation techniques, triangulation techniques and time triangulation. There results of research at the Indonesian Islamic bank kendari branch MT Haryono about the effectiveness of performance with the balanced scorecard method in the customers perspective, starting with effectiveness, is an assessment/measurement that states how far

1

2

3

the target (quantity, quality, and time) has been achieved. Where the better the percentage of targets achieved, the higher the effectiveness. While performance is the implementation of an activity or programs or policy in realizing the goals, objectives, vision and missions that were reserved at the beginning. And one method of assessment/measurement of a performance is the balanced scorecard method. At the Indonesian Islamic bank kendari branch MT Haryono where performance effectiveness is one of the benchmarks to achieve the desired results. Performance effectiveness is measured from the customer perspective at the kendari branch of the Indonesian Islamic bank MT Haryono, which has been implemented properly, meaning that the customer perspective is good in the eyes of the customer or customer.

Keywords: Effectiveness, Performance, Balanced Scorecard, Customer

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang Efektivitas Kinerja Dengan Konsep Balanced Scorecard Dalam Perspektif Pelanggan Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kendari Mt Haryono yang rumusan masalah : (1) Bagaimana Efektivitas kinerja Bsi Kc Kendari Mt Haryono dalam perspektif pelanggan ?. (2) Bagaimana analisa deskriptif untuk efektivitas kinerja Bsi Kc Kendari Mt Haryono dengan mengacu pada konsep balanced scorecard ?. Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui sejauh mana efektivitas kinerja BSI KC. Kendari Mt. Haryono diukur dari perspektif pelanggan dan Memberikan sebuah analisis deskriptif secara akurat terhadap efektivitas kinerja perusahaan dengan metode balanced scorecard dalam perspektif pelanggan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian Deskriptif Kualitatif dengan menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik Analisis data yang dilakukan menggunakan teknik reduksi data (*data reduction*). Penyajian data, dan verifikasi/penarikan kesimpulan dengan pengujian keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu. Hasil penelitian pada BSI Kantor Cabang Kendari MT Haryono tentang efektivitas kinerja dengan metode balanced scorecard dalam perspektif pelanggan yaitu dimulai dengan efektivitas adalah Sebuah penilaian/pengukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin baik presentase target yang dicapai, makin tinggi efektifitasnya. sedangkan Kinerja adalah pelaksanaan suatu kegiatan atau program atau kebijaksanaan dalam

mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi yang di cadangkan di awal. Dan salah satu metode penilaian/pengukuran dari sebuah kinerja adalah metode Balanced Scorecard. Di bank BSI KC Kendari Mt. Haryono dimana efektivitas kinerja merupakan salah satu tolak ukur untuk mencapai hasil yang diinginkan. Efektivitas kinerja diukur dari perpektif pelanggan di Bank Syariah Indonesia MT Haryono sudah diterapkan dengan baik artinya perspektif pelanggan sudah baik dimata nasabah atau pelanggan.

KataKunci: Efektivitas,Kinerja,BalancedScorecard,danPerspektif Pelanggan

PENDAHULUAN

Semakin kompetitifnya persaingan di dunia bisnis membuat pengelola perusahaan berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan. Oleh karena itu, agar perusahaan dapat memenangkan persaingan dan masih ingin eksis didunia bisnis, setiap perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif suatu organisasi. Pelanggan merupakan ujung tombak yang membuat perusahaan bertahan dalam menghadapi ketatnya persaingan, maka kepuasan pelanggan harus tetap dijaga dan terus diperbaiki (Zaky Machmuddah, 2019) Dengan lahirnya beberapa UU tersebut semakin mengokohkan eksistensi perbankan syariah di indonesia dalam memacu pertumbuhan dan perkembangan institusi keuangan yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam (Umami Kalsum, 2016)

Balanced scorecard merupakan alat ukur kinerja perusahaan yang komprehensif dengan mengukur kinerja keuangan dan non keuangan untuk mencapai tujuan perusahaan yang bersifat jangka panjang, sehingga perusahaan dapat menjalankan bisnis dengan lebih baik dan terstruktur. Kerangka *balanced scorecard* memasukkan strategi, target, dan inisiatif yang diperlukan. Pengukuran kinerja dengan *balanced scorecard* pada umumnya diukur dengan melihat dalam empat perspektif: keuangan, konsumen, proses bisnis internal, pembelajaran dan pertumbuhan.

. Pengukuran kinerja dengan Balanced Scorecard tidak hanya menggunakan aspek keuangan saja, melainkan juga aspek-aspek non keuangan seperti kepuasan pelanggan, karena keberhasilan dari sebuah lembaga atau perusahaan usaha tergantung kepada kepuasan para pelanggannya, pelanggan atau konsumen adalah jantung dari sebuah bisnis atau perusahaan, guna mencapai keseimbangan pengukuran kinerja. Sebagai bank yang berkembang terus, Bank BSI KC Kendari MT Haryono harus mampu bersaing dengan bank-bank sejenis lainnya yang juga

telah berkembang pesat. Persaingan yang semakin ketat juga harus ditimbangi dengan manajemen yang baik agar bank bisa bertahan.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat *deskriptif* dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan *induktif* (Madekhan, 2018). Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang mendeskripsikan data-data yang diperoleh dilapangan, yang kemudian menggunakan metode-metode dasar teori yang ada sebagai dasar analisisnya.

HASIL PENELITIAN

1. Efektivitas kinerja Bank BSI KC. Kendari MT. Haryono dalam perspektif pelanggan

Efektivitas Kinerja merupakan salah satu tolak ukur dari sebuah pencapaian atau hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Efektivitas kinerja dapat juga diartikan sejauh mana tingkatan seseorang atau kelompok organisasi dalam melaksanakan tugas pokoknya untuk mencapai sasaran yang diinginkan.

Efektivitas kinerja dalam perspektif pelanggan diatur dalam peraturan Bank Indonesia No. 22/20/PBI/ 2020 tentang perlindungan konsumen Indonesia. Seperti halnya dengan bank lainnya, di bank BSI KC Kendari MT. Haryono dimana efektivitas kinerja merupakan salah satu tolak ukur untuk mencapai hasil yang diinginkan. Berdasarkan wawancara yang didapatkan oleh bapak i komang tri widya yang menyatakan bahwa Sodiman et al., 2022), (Alwahidin et al., 2023), (Kalsum, 2014; Rahmasuciana et al., 2016), (Maguni et al., 2020), (Rahmasuciana et al., 2016), (Halim et al., 2022), (Halim et al., 2022; Maguni et al., 2020), (Ulfa et al., 2022) (Zainal et al., 2022)

:

“ Efektivitas merupakan salah satu tolak ukur dari sebuah kinerja yang menargetkan suatu tujuan tertentu. Sedangkan kinerja merupakan suatu usaha yang mengutamakan praktek daripada jobdesk yang diberikan oleh pegawai perusahaan “

Secara keseluruhan kinerja bank BSI KC Kendari MT Haryono dari perspektif customers dalam hal ini nasabah sangat baik. Tiga indikator yang digunakan dalam mengukur efektivitas dalam perspektif ini semuanya menghasilkan tanggapan yang baik. Ini menandakan bahwa bank BSI KC Kendari MT Haryono telah berhasil mencapai kinerja yang baik dalam mengelola konsumen (nasabah) sehingga nasabah merasa senang dan percaya menjadi nasabah bank BSI KC Kendari MT Haryono.

2. Analisa deskriptif untuk efektivitas kinerja BSI KC. Kendari MT. Haryono dengan mengacu pada konsep *Balanced Scorecard*?

Persepsi dari *customer* dalam hal ini adalah nasabah Bank BSI KC Kendari MT Haryono mengenai kinerja perusahaan akan menjadi target atau sasaran serta mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan nasabah yang berada dalam segmen tersebut, sehingga tolak ukurnya dapat lebih terfokus.

Tolak ukur kinerja pelanggan/ nasabah adalah *customer satisfaction* (tingkat kepuasan pelanggan). *customer satisfaction* mengukur seberapa jauh para nasabah merasa puas terhadap perusahaan (baik menyangkut pelayanan, *image and reputation*) yang meliputi jasa perusahaan, citra perusahaan dan hubungan dengan nasabah.

Seperti halnya pada penelitian ini dari 7 nasabah diperoleh kesimpulan bahwa mereka puas dengan pelayanan (pelayanan bank, pelayanan fasilitas bank dan masih banyak lagi). Yang diberikan oleh bank BSI KC Kendari Mt Haryono. Para pelanggan atau nasabah tersebut juga akan menyampaikan atau menceritakan sekaligus merekomendasikan mengenai pelayanan yang diberikan oleh Bank BSI KC Kendari MT Haryono kepada saudara, teman, kerabat maupun masyarakat sekelilingnya. Hal tersebut dapat dijadikan media promosi yang efektif oleh Bank BSI KC Kendari MT Haryono

PEMBAHASAN

Efektivitas kinerja di BSI KC Kendari MT Haryono meliputi atribut jasa perusahaan, citra perusahaan dan hubungan dengan nasabah

a. Atribut Produk/Jasa

Atribut produk jasa mencakup fungsionalitas produk atau jasa, harga dan mutu. data hasil wawancara pelanggan atau nasabah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan data – data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini, setelah dianalisis dengan berdasarkan teori yang ada, masih terdapat beberapa kelemahan dalam sistem pengukuran kinerja terhadap pelanggan, hal ini disebabkan oleh tingkat pelayanan atau hal

yang termaksud didalam atribut produk atau jasa yang diberikan oleh pihak bank terutama dalam pelayanan salah satunya dalam hal antrian atau menunggu. . Selain itu, pihak bank BSI KC Kendari MT Haryono juga memerlukan beberapa pembenahan dalam proses internal agar kepuasan pelanggan dalam hal atribut produk atau jasa dapat tercapai.

b. Atribut Dengan Hubungan Pelanggan

Mempertahankan pangsa pasar dan retensi pasar, atribut hubungan dengan pelanggan harus terus dijaga dan diperbaiki, utamanya dalam hal keluhan pelanggan atau nasabah

Hal ini membuktikan bahwa nasabah atau pelanggan merupakan sumber utama bagi pendapatan perusahaan yang juga merupakan salah satu bagian / komponen dari sasaran keuangan. Dan pernyataan tersebut dapat dibuktikan dengan perkataan kak putri jumlah peminat atau yang mau menjadi nasabah di Bank BSI KC Kendari MT Haryono sangat signifikan setiap tahun. Sehingga hubungan yang tercipta antara pengukuran yang ada dengan strategi dapat membuat manajemen untuk mengkomunikasikan dan menghubungkan berbagai tujuan dan sasaran yang bersifat strategis. Dari usaha- usaha yang ada, di harapkan dapat menjalin hubungan yang baik antara pihak badan usaha dengan pelanggan yang ada sehingga loyalitas pelanggan atau nasabah dengan badan usaha dapat terjaga.

c. Atribut Citra Perusahaan

Image and reputation merupakan faktor *intangibile* yang menarik seseorang konsumen untuk berhubungan dengan perusahaan. Bank BSI KC Kendari MT Haryono selalu menjaga dan memperbaiki produk / jasanya sehingga citra positif selalu tertanam baik di benak pelanggan agar pelanggan tetap royal.

Beberapa hal yang dilakukan oleh Bank BSI KC Kendari MT Haryono untuk menciptakan citra positif dari pelanggan antara lain : pertama, tampilan gedung, Kedua, produk, Ketiga, kualitas karyawan bank, Keempat, Pelayanan yang ramah.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan tentang Efektivitas Kinerja Bank Syariah Indonesia MT Haryono Berdasarkan perspektif pelanggan. Efektivitas Kinerja Berdasarkan Atribut Jasa Perusahaan. Sebagaimana unsur Efektivitas kinerja berdasarkan atribut jasa perusahaan diukur dari perspektif pelanggan di Bank Syariah Indonesia MT Haryono

yang pengambilan informasinya melalui wawancara terhadap 7 narasumber dan masing-masing menjawab pertanyaan dengan jawaban yang rata-rata BAIK maka disimpulkan artinya perspektif pelanggan dari atribut jasa pelanggan sudah baik dimata nasabah atau pelanggan. Efektivitas Kinerja Berdasarkan Hubungan Perusahaan Dengan Nasabah

Hubungan mitra dengan perusahaan adalah melihat bagaimana baiknya hubungan para nasabah dengan pihak BSI KC Kendari MT. Haryono, baik dalam melakukan transaksi, kenyamanan, dan harmonisasi nasabah dengan karyawannya. Dari hasil wawancara dengan nasabah menunjukkan bahwa hubungan perusahaan dengan nasabah sudah BAIK. Efektivitas Kinerja Berdasarkan Citra Perusahaan. Atribut ini bank tidak dapat mengukur tetapi bank hanya dapat memberikan citra positif, karena faktor-faktor dalam atribut ini tidak berwujud tetapi tertanam dalam benak pelanggan. Tanggapan nasabah menunjukkan secara langsung bahwa nasabah mengakui bahawa Bank BSI KC Kendari MT Haryono dengan citra nya yang selama ini sebagai bank yang mencitrakan islami menjadikan sebagai salah satu bank yang diminati oleh masyarakat.

Reference

- Alwahidin, Jufra, A. A., Mulu, B., & Sari, K. N. (2023). A NEW ECONOMIC PERSPECTIVE: UNDERSTANDING THE IMPACT OF DIGITAL FINANCIAL INCLUSION ON INDONESIAN HOUSEHOLDS CONSUMPTION. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 26(2). <https://doi.org/10.59091/1410-8046.2070>
- Halim, A., Atikah, D., Rezki, A., Nurul Fadillah, F., & Astuti, D. (2022). Student Reflections on Intercultural Communicative Competence: A Case Study of EFL Islamic Higher Education Students in Kendari. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i8.10754>
- Kalsum, U. (2014). Fiat Money dalam Perspektif Ekonomi dan Hukum Islam. *Al- 'Adalah*, 12(2).
- Maguni, W., Mulu, B., Turmudi, H. Muh., Insawan, H., & Ni'mah, F. (2020). Analysis of Financial Ratio on Profitability Level (Return on Equity) in PT. Bank Muamalat Indonesia TBK. *Al-Ulum*, 20(1). <https://doi.org/10.30603/au.v20i1.696>
- Rahmasuciana, D. Y., Alwahidin, A., Utomo, A. S., & Rofi'i, M. (2016). Stock Returns and Liquidity Changes Around the Screening Announcement: An Empirical Study in Indonesia. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 3(2). <https://doi.org/10.14421/grieb.2015.032-02>
- Sodiman, Dudung Abdurahman, & Ahmad Muttaqin. (2022). Islam in The Practice of Maritime Economy in Indonesia. *HIKMATUNA: Journal for Integrative Islamic Studies*, 8(1). <https://doi.org/10.28918/hikmatuna.v8i1.5641>
- Ulfa, U., Zainal, A., Mayasari, R., & Rezki, A. (2022). The Relationship Between Self-Concept, Interpersonal Communication and Self-Adjustment in Students. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i8.10766>
- Zainal, A., Rezki, A., Binti Awad, F., & Ainul Rafiah, W. (2022). Cultural Misrepresentations of the COVID-19 Response in Indonesia. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i8.10738>