

**KUALITAS HUBUNGAN (*RELATIONSHIP QUALITY*)
ANTARA BANK DAN NASABAH PADA BANK SYARIAH DAN
BANK KONVENSIONAL
(Studi Perbandingan Antara Bank BSI MT Haryono Kendari dan
BNI Kendari)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Mematuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Perbankan Syariah

OLEH:

ESTI JULIANTI

18050102002

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KENDARI
2022**



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Sultan Qaimuddin No.17 Telp/Fax (0401) 3193710
E-Mail: Febi_iaain@yahoo.co.id –website: <http://febi,iainkendari.ac.id>

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “**Perspektif Ekonomi Masyarakat: Perbandingan Bank Syariah dan Bank Konvensional dalam Pendekatan *Relationship Quality***” yang ditulis oleh saudari **Esti Julianti, NIM. 18050102002**, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, telah dikonsultasikan dan disetujui oleh pembimbing I dan Pembimbing II, untuk selanjutnya siap mengikuti seminar skripsi

Pembimbing I

Dr. Hj. Ummi Kalsum, M.Ag
NIP. 197401092005012001

Pembimbing II

Adzil Arsy Sabana, SE., ME
NIP. 198902232019031008

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KENDARI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga, Kendari Sulawesi Tenggara
Telp/Fax. (0401) 3193710/ 3193710
email : iainkendari@yahoo.co.id website : http://iainkendari.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul "**PERSPEKTIF EKONOMI MASYARAKAT PERBANDINGAN BANK SYARIAH DAN BANK KONVENSIONAL DALAM PENDEKATAN RELATIONSHIP QUALITY**" yang ditulis oleh **ESTI JULIANTI NIM. 18050102002** Mahasiswa Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas **Ekonomi dan Bisnis Islam** IAIN Kendari, telah diuji dan dipresentasikan dalam **Skripsi** yang diselenggarakan pada hari **Rabu** tanggal **09 November 2022** dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar (SE).

Dewan Penguji Skripsi

Ketua	:	Dr. Hj. Ummi Kalsum M.Ag	(.....)
Sekretaris	:	Adzil Arsyi Sabana SE, ME	(.....)
Anggota1	:	Dr. Muhammad Hadi M.HI	(.....)
Anggota2	:	Sodiman M.Ag	(.....)

Kendari, 22 Mei 2023
Dekan
Dr. H. Rusdin Muhalling M.El
NIP. 1963.07.29.2000031001

Visi Program Studi Perbankan Syariah (PBS) :

"Menjadi program studi unggul dalam pengembangan ilmu perbankan syariah yang transdisipliner"

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa segala informasi dalam skripsi yang berjudul “Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Antara Bank Dan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Perbandingan Antara Bank BSI MT Haryono Kendari dan BNI Kendari)” di bawah bimbingan Ibu Dr. HJ. Ummi Kalsum M.Ag dan Bapak Adzil Arsyi Sabana SE, ME, telah diperoleh dan disajikan sesuai dengan peraturan akademik dan kode etik IAIN Kendari. Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terdapat karya yang telah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Semua sumber rujukan yang digunakan dalam skripsi ini telah disebutkan di dalam daftar pustaka. Dengan penuh kesadaran saya menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya saya sendiri. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat dan atau dibuatkan oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Kendari, 28 Oktober 2022

2 Rabiul Akhir 1444 H

Penulis



Esti Julianti

NIM.18050102002

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Sivitas Akademik Institut Agama Islam Negeri Kendari, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Esti Julianti
NIM : 18050102002
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Kendari Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non=Exclusif Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Antara Bank Dan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Perbandingan Antara Bank BSI MT Haryono Kendari dan BNI Kendari)”**.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Kendari berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (**database**), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Kendari
Pada Tanggal : 28 oktober 2022.
Yang menyatakan



Esti Julianti
NIM.18050102002

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil'alamin puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Yang selalu mencurahkan rahmat dan hidayah-nya, dan kepada-Nya kami memohon bantuan atas segala urusan duniawi dan agama, sholawat dan salam penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, serta seluruh keluarga dan sahabatnya.

Penulisan skripsi yang berjudul **“Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Antara Bank Dan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Perbandingan Antara Bank BSI MT Haryono Kendari dan BNI Kendari)”** ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari.

Dalam penyusunan skripsi ini terdapat berbagai kendala yang dihadapi. Namun segala proses tersebut dapat dijalani dengan bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan partisipasi aktif dari semua pihak berupa saran dan kritik yang bersifat membangun demi penyempurnaannya.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi, yakni :

Bapak saya tercinta Tarsan dan mama saya tersayang Ai Sumiati, S.Pd serta kakak-kakak saya Hermawan Saputra, Amd.Kep., Eska Tryharyani, Amd.Keb., Yessi Putri Anggraeni, S.Hut., dan Setiawati, S.Pd., yang telah membantu baik moral maupun materil dengan iringan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

1. Prof. Dr. Faizah Binti Awad, M.Pd. Selaku Rektor IAIN Kendari yang telah memberikan dukungan sarana dan fasilitas serta kebijakan yang mendukung penyelesaian studi penulis.
2. Dr. H. Rusdin Muhalling, M.EI Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari yang telah memberikan dukungan.
3. Nurjannah S. Kom, M. Pd, selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Kendari yang senantiasa memberikan motivasi, nasehat serta saran kepada penulis.
4. Dr. HJ. Ummi Kalsum M.Ag selaku dosen pembimbing pertama saya yang telah memberikan arahan disetiap tahapan pengerjaan Skripsi hingga selesai.
5. Adzil Arsyi Sabana SE, ME, selaku dosen pembimbing kedua saya yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan baik dalam pengerjaan skripsi hingga selesai.
6. Dr. Muhammad Hadi M.HI, selaku dosen penguji pertama saya yang telah memberikan arahan disetiap tahapan pengerjaan skripsi ini hingga selesai.

7. Kepada seluruh dosen dan tenaga kerja kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN kendari yang ramah dan cekatan dalam melayani setiap keluhan penulis dalam menyelesaikan proposal.
8. Seluruh staf Fakultas Ekonomi dan bisnis islam yang telah melayani setiap keperluan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. Kepada sahabat-sahabatku, Asnur Safitri, Elma Haruddin, Indri Damayanti, SE., Pinky Nurindah Ramadhani Sudjatmiko, SE., Yuliana, SE., Habibu Rahmat, dan seluruh angkatan 2018 khususnya prodi Perbankan syariah yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu terima kasih karena sudah memotivasi penulis sehingga penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih juga kepada anggota Verenig dan juga teman-teman kelompok KKN yang telah memberikan suport, saling memotivasi, dan merangkul sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada teman-teman organisasi yang sudah memotivasi, mensupport, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kendari, 28 Oktober 2022

Penulis,

Esti Julianti
NIM. 18050102002

ABSTRAK

Esti Julianti, NIM 18050102002, Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Antara Bank Dan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Perbandingan Antara Bank BSI MT Haryono Kendari dan BNI Kendari), Dibimbing oleh Hj. Ummi Kalsum dan Adzil Arsyi Sabana. Progam Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2022.

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui perbandingan kualitas hubungan (*Relationship quality*) antara bank dan nasabah pada Bank BSI KC M.T. Haryono Kendari dan Bank BNI Kendari.

Jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan kooperatif atau perbandingan perbandingan kualitas hubungan (*Relationship quality*) antara bank dan nasabah pada Bank BSI KC M.T. Haryono Kendari dan Bank BNI Kendari. Serta menggunakan teknik pengumpulan Data seperti observasi, wawancara, dokumentasi. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bank BSI MT Haryono Kendari Bank BNI Kendari dan telah memiliki SOP dan fasilitas-fasilitas layanan mobile banking yang telah ditentukan oleh pusat. Sedangkan fasilitas-fasilitas sudah cukup lengkap serta memadai dan memiliki pelayanan yang baik sehingga kepercayaan nasabah, komitmen nasabah, komunikasi dengan nasabah dan keuntungan kedua belah pihak. Selanjutnya produk-produk yang dimiliki kedua

bank sudah mengalami peningkatan agar nasabah dapat merasakan kenyamanan. Untuk kepercayaan nasabah bank BSI MT Haryono dan Bank BNI Kendari setelah dilakukannya penelitian ini nasabah dari kedua bank tersebut lebih percaya kepada bank BSI MT Haryono dibandingkan bank BNI Kendari terkhusus untuk nasabah muslim kota Kendari sebagai nasabah bank BSI MT Haryono, sedangkan dalam berkomitmen nasabah dari kedua bank tersebut tidak ada perbandingan atau selisih karena kedua bank tersebut mampu memberikan yang terbaik untuk nasabahnya sehingga mampu membuat nasabahnya untuk tetap berlangganan atau tetap menjadi nasabah mereka. Dalam hal komunikasi, bank BSI MT Haryono kendari sangat memprioritaskan nasabah untuk memberikan informasi-informasi yang bermanfaat untuk nasabahnya baik secara lisan maupun tulisan melalui media ataupun secara langsung, sedangkan bank BNI Kendari banyak memberikan informasi, namun untuk mendapatkan informasi tersebut sangat susah, serta untuk keuntungan dari bank BSI MT Haryono dan Bank BNI Kendari, memiliki prinsip yang berbeda sehingga keuntungan yang diperoleh nasabah pun berbeda, namun kedua bank mampu memberikan sesuai kebutuhan serta yang terbaik untuk nasabahnya.

Kata Kunci : **Pebandingan, bank syariah, bank konvensional, dan *relationship quality* (kualitas hubungan).**

ABSTRACT

Esti Julianti, NIM 18050102002, Relationship Quality between Banks and Customers at Islamic Banks and Conventional Banks (Comparative Study Between Bank BSI MT Haryono Kendari and BNI Kendari), Supervised by Hj. Ummi Kalsum and Adzil Arsyi Sabana. Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, 2022.

The purpose of this study is to compare the relationship quality between banks and customers at Bank BSI KC M.T. Haryono Kendari and Bank BNI Kendari.

This type of qualitative research with a cooperative approach or comparison of relationship quality between banks and customers at Bank BSI KC M.T. Haryono Kendari and Bank BNI Kendari. And using data collection techniques such as observation, interviews, documentation. Data analysis uses data reduction, data presentation and withdrawal.

The results showed that the BSI bank MT Haryono Kendari Bank BNI Kendari and already has SOPs and mobile banking service facilities that have been determined by the center. Meanwhile, the facilities are quite complete and adequate and have good service so that customer trust, customer commitment, communication with customers and benefits for both parties. Furthermore, the products owned by both banks have increased so that customers can feel comfortable. For the trust of customers of BSI MT Haryono bank and

Bank BNI Kendari after conducting this research, customers from both banks trust BSI MT Haryono bank more than BNI Kendari bank, especially for Muslim customers in Kendari city as BSI MT Haryono bank customers, while in committed customers from both there is no comparison or difference because the two banks are able to provide the best for their customers so that they are able to make their customers stay subscribed or remain their customers. In terms of communication, Bank BSI MT Haryono Kendari prioritizes customers to provide useful information for their customers either orally or in writing through the media or directly, while Bank BNI Kendari provides a lot of information, but getting that information is very difficult, and to The advantages of Bank BSI MT Haryono and Bank BNI Kendari, have different principles so that the benefits obtained by customers are different, but both banks are able to provide according to their needs and the best for their customers.

Keywords: Comparison, Islamic banks, conventional banks, and relationship quality.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....ii

HALAMAN PENGESAHANiii

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....iv

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....iv

KATA PENGANTARvi

ABSTRAK.....ix

ABSTRACTxi

DAFTAR ISI.....xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang Masalah.....1

1.2. Fokus Penelitian6

1.3. Rumusan Masalah7

1.4. Tujuan Penelitian7

1.5. Manfaat Penelitian8

1.6. Definisi Operasional9

1.7. Sistematika Pembahasan10

BAB II KAJIAN PUSTAKA 11

2.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan 11

2.2. Landasan Teori..... 14

2.2.1. Kualitas Hubungan (<i>Relationship Quality</i>)	14
2.2.2. Perbandingan <i>Bank Syariah dan Bank Konvensional</i>	28
2.3. Kerangka Pikir	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1. Jenis Penelitian.....	45
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
3.3. Data dan Sumber Data	45
3.4. Teknik Pengambilan Data Informan	46
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6. Teknik Analisis Data.....	48
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1. Hasil Penelitian	51
4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	51
4.1.2. Kualitas Hubungan (<i>relationship quality</i>) antara bank dan nasabah pada bank syariah dan bank konvensional	56
4.2. Pembahasan.....	74
4.2.1. Kualitas Hubungan (<i>relationship Quality</i>) antara bank dan nasabah pada bank syariah dan bank konvensional	75

BAB V PENUTUP84

5.1. Kesimpulan 84

5.2. Saran..... 85

DAFTAR PUSTAKA87

LAMPIRAN.....92

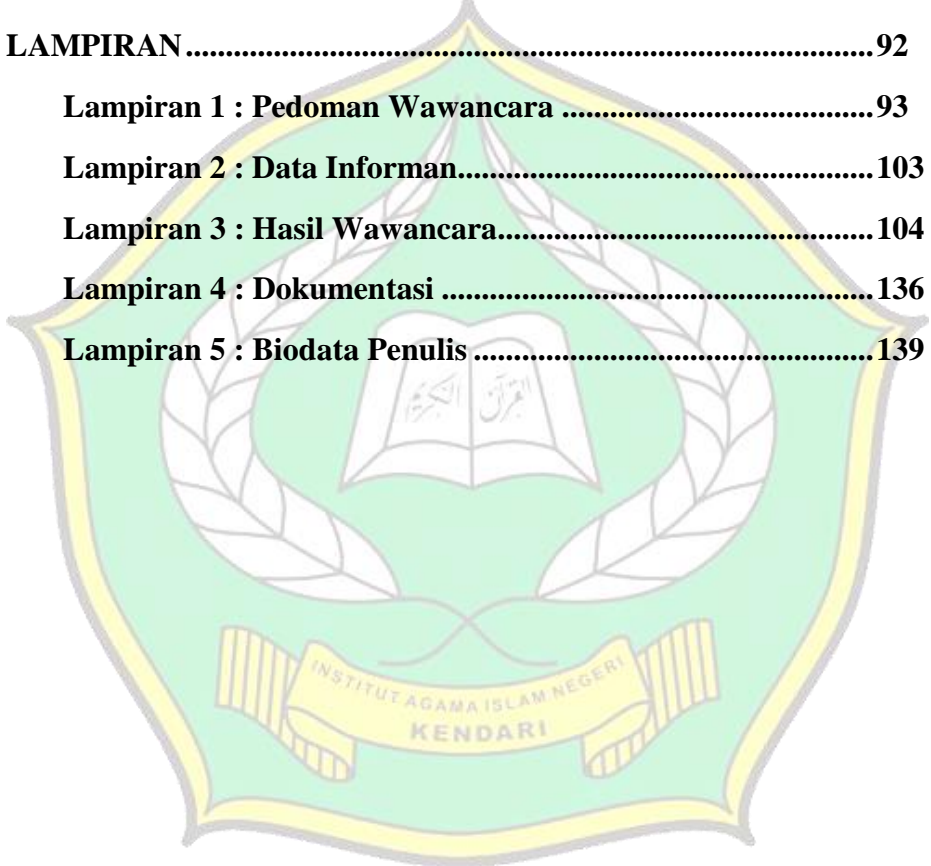
Lampiran 1 : Pedoman Wawancara93

Lampiran 2 : Data Informan..... 103

Lampiran 3 : Hasil Wawancara..... 104

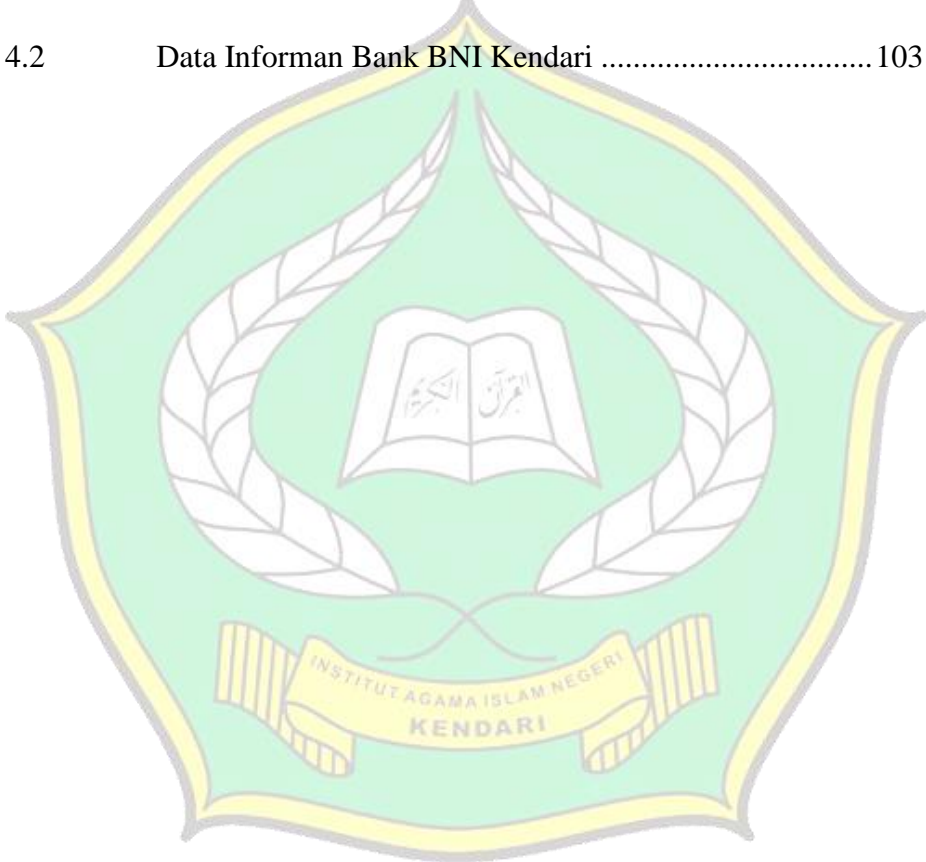
Lampiran 4 : Dokumentasi 136

Lampiran 5 : Biodata Penulis 139



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Halaman
4.1	Data Informan Bank BSI MT Haryono Kendari	103
4.2	Data Informan Bank BNI Kendari	103



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka dual-banking system atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional. (ojk, 2017)

Lembaga perbankan merupakan pusat dari sistem suatu negara, lembaga keuangan ini yang menjadi wadah orang perseorangan, badan-badan usaha swasta, badan-badan usaha milik negara, hingga pemerintah yang menyimpan dana yang dimiliki. (Husain Insawan, Alwahidin 2021: 68)

Bank merupakan lembaga keuangan yang bertujuan untuk membantu perputaran perekonomian masyarakat dan membantu taraf hidup masyarakat ke arah yang lebih baik. Dengan adanya bank tersebut diharapkan mampu membuat perekonomian Indonesia menjadi negara maju. Definisi bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah dengan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank menurut undang-undang nomor 10 tahun 1998 didefinisikan badan usaha yang

menghimpun dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dana yang terkumpul tersebut ke masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak.

Bank konvensional secara garis besar adalah bank yang menggunakan sistem bunga, sedangkan bank syariah menggunakan sistem bagi-hasil. Masyarakat Indonesia sebagian besar adalah muslim, oleh karenanya potensi pasar perbankan syariah di Indonesia sangat besar. Ditandai dengan banyak berdirinya Badan Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), banyak bank-bank konvensional yang membuka kantor cabang bank syariah, bahkan mengganti jenis usahanya dari bank konvensional menjadi bank syariah (Junaedi a. T., 2012: 90).

Undang-undang no. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Dengan progres perkembangannya yang impresif, yang mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan (ojk, 2017)

Pertumbuhan ekonomi dan industri di Indonesia telah banyak mengalami kemajuan yang sangat pesat dibandingkan dengan beberapa dekade sebelumnya dengan kemajuan ekonomi dan industri di Indonesia membawa dampak yang baik untuk perbankan syariah. Hal ini dapat dibuktikan bahwa Bank Umum Syariah (bus) dari tahun ke

tahun mengalami perkembangan yang sangat baik, karena bank umum syariah mulai dipercaya oleh masyarakat.

Pesatnya perkembangan perekonomian saat ini telah mendorong pertumbuhan industri-industri perbankan. Hal ini menyebabkan persaingan yang ketat diantara perusahaan-perusahaan perbankan, terutama dalam hal memperoleh dan mempertahankan nasabah. Tingkat persaingan yang tinggi mengharuskan perusahaan perbankan untuk memperhatikan pentingnya elemen kualitas hubungan (*relationship quality*) sebagai upaya untuk mempertahankan nasabah yang ada. Untuk itu perusahaan perbankan harus memahami nasabahnya agar tetap loyal dan tidak berpindah ke pesaing. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan perbankan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan para nasabah, serta berusaha memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Disamping itu agar suatu perusahaan bisa memenangkan persaingan, maka dibutuhkan berbagai inovasi dalam pengelolaannya.

Kualitas hubungan (*relationship quality*) digunakan untuk menjaga silaturahmi antara bank dan nasabah. Dengan adanya kualitas hubungan yang tinggi, maka nasabah dapat mengendalikan integritas bank sebagai penyedia jasa dan mempunyai keyakinan terhadap performance bank dimasa depan karena tingkat performance bank dimasa lalu yang telah diputuskan secara konsisten. Kualitas hubungan (*relationship quality*) merupakan kunci keberhasilan dari hubungan pemasaran (*relationship marketing*). Secara umum kualitas hubungan dapat diukur dari kepercayaan, kepuasan, dan komitmen. Kualitas

hubungan (*relationship quality*) memiliki berbagai konsep diantaranya: kepercayaan, kepuasan pelanggan, komitmen, customer orientation, konflik, kerjasama, opportunism, kekuatan komunikasi, adaptasi, suasana, dan ikatan. (Fandy:2000: 79-84)

Perkembangan perbankan syariah tidak lepas dari iklim kompetisi di dalam dunia perbankan khususnya persaingan antara bank syariah satu dengan bank syariah lainnya suatu perusahaan melakukan proses komunikasi. Komunikasi adalah sarana perusahaan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan nasabah secara langsung maupun tidak langsung tentang produk yang perusahaan tawarkan.

Menjaga kualitas hubungan dengan nasabah merupakan upaya untuk mempertahankan nasabah yang sudah lama. Meskipun pada umumnya mempertahankan nasabah lama lebih sulit daripada mendapatkan nasabah baru. Dengan menjaga kualitas hubungan dengan nasabah, nasabah akan merasa puas dengan dan konsisten dengan pengalamannya dalam penggunaan produk yang disediakan oleh perusahaan.

Relationship quality merupakan kemampuan perusahaan dalam membangun perspektif keyakinan dalam benak pelanggan. Menurut Morgan dan Hunt, *relationship quality* memiliki berbagai konsep diantaranya yaitu komunikasi, kepercayaan dan komitmen. Komunikasi adalah suatu hal yang sangat penting dalam suatu bisnis dan merupakan bagian dari salah satu bauran pemasaran. Karena dapat mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru, suatu

perusahaan melakukan proses komunikasi. Komunikasi adalah sarana perusahaan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan nasabah secara langsung maupun tidak langsung tentang produk yang perusahaan tawarkan (Philip Kotler & Kevin Lane Kotler: 2007: 90-96). Komunikasi akan berdampak pada kinerja perusahaan yang meliputi loyalitas nasabah. Menurut penulis, komunikasi yang baik dan tepat akan membentuk loyalitas nasabah.

Relationship Quality (kualitas hubungan) yang tinggi maka nasabah dapat mengandalkan integritas seorang penyedia jasa dan mempunyai keyakinan terhadap performance seorang penyedia jasa di masa yang akan datang, karena di masa lalu telah memuaskan secara konsisten.

Menurut Lovelock, Patterson dan Walker dalam Tjiptono (2000:94) kualitas hubungan (*relationship quality*) ini di pengaruhi oleh beberapa faktor seperti (1) kepercayaan (*trust*), (2) kepuasan terhadap produk dan jasa sebelumnya, (3) persepsi terhadap nilai, (4) efektivitas komunikasi, (5) ikatan sosial/keakraban.

Perkembangan industri perbankan telah mengalami kemajuan yang cukup pesat khususnya pada bank syariah, hal ini terlihat dengan adanya tingkat persaingan yang semakin tinggi dalam industri perbankan juga mengharuskan perusahaan perbankan untuk dapat memperhatikan pentingnya elemen kualitas hubungan (*relationship quality*) dan kualitas layanan (*service quality*) sebagai upaya untuk memberikan kepuasan bagi nasabah dan membuat nasabah tetap loyal dan tidak pindah kepada pesaing. (Nuri : 2010:56)

Menurut Lages (2005:70), kualitas hubungan atau *relationship quality* adalah mengukur kualitas hubungan antara organisasi dengan pelanggannya. Aurskevicene, et.al. (2010:49). *Relationship quality* diukur dengan menggunakan lima dimensi, yaitu komunikasi yang efektif, kepercayaan, manfaat perlakuan spesial, manfaat sosial, komitmen, kualitas teknis dan kualitas fungsional. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *relationship quality* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan terutama pada dimensi kualitas fungsional, kepercayaan dan komitmen. Hashim et al., (2011:98) menemukan bahwa *relationship quality* mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Klara Aroma Wardani (2021:79-85) hasil dari uji t pengaruh *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah pada indikator kepuasan dan kepercayaan disimpulkan bahwa tidak berpengaruh parsial terhadap loyalitas nasabah.

Dari latar belakang yang telah diuraikan dan beberapa penelitian terdahulu yang telah disampaikan, inilah yang menjadi ketertarikan peneliti dalam mengangkat judul Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Antara Bank Dan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Perbandingan Antara Bank BSI MT Haryono Kendari dan BNI Kendari).

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian hanya pada, "Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Antara Bank Dan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi penulis

Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada fakultas ekonomi dan bisnis islam institut agama islam negeri Kendari dan juga menambah pengetahuan dan pengalaman penulis agar dapat mengembangkan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kendari.

1.5.2. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada masyarakat atau pihak-pihak terkait mengenai permasalahan yang ada sehingga masyarakat dapat mengetahui pemahaman tentang perspektif masyarakat terhadap *relationship quality* (kualitas hubungan) bank syariah maupun bank konvensional.

1.5.3. Bagi dunia pendidikan

Penelitian ini dapat dijadikan sumbangan pemikiran atau studi banding bagi mahasiswa atau sebagai referensi dan acuan bagi peneliti-peneliti selanjutnya khususnya yang membahas mengenai masalah perspektif masyarakat terhadap *relationship quality* (kualitas hubungan) bank syariah maupun bank konvensional.

1.6. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul penelitian. Sesuai dengan judul penelitian yaitu “Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Antara Bank Dan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Perbandingan Antara Bank BSI MT Haryono Kendari dan BNI Kendari)”, maka definisi operasional yang perlu dijelaskan yaitu :

- 1) *Relationship Quality* atau kualitas hubungan merupakan keharusan yang harus dimiliki perusahaan serta implikasi yang baik ataupun buruk antara satu dengan yang lain terkait dengan nasabah dan pihak perusahaan barang dan jasa.
- 2) Nasabah merupakan seseorang yang menjadi salah satu pelanggan atau pengguna jasa dari perusahaan perbankan baik itu syariah maupun bank konvensional
- 3) Bank syariah dan bank konvensional
Bank syariah adalah perusahaan yang operasionalnya menggunakan prinsip-prinsip syariah yang sesuai dengan fatwa DSN-MUI. Bank konvensional merupakan perusahaan yang menjalankan operasionalnya secara konvensional, memberikan jasa dan lalu lintas keuangan sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan.

1.7. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan, Pada bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

Bab II Tinjauan Pustaka, Bab ini memuat tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar analisis penelitian, kerangka teori, dan hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitian, Bab ini memuat jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data serta teknik pemeriksaan keabsahan data.

Bab IV Hasil Dan Pembahasan, Bab ini memuat uraian tentang hasil yang diperoleh dalam penelitian yang meliputi gambaran dan sejarah perusahaan, deskripsi objek, karakteristik responden, analisis data, pembahasan atas hasil pengelolaan data.

Bab V Penutup, yaitu bagian penutup pada bab ini diuraikan tentang kesimpulan dari pembahasan yang telah di kaji dalam bab-bab sebelumnya dan berisi saran agar penerapan kajian kedepan lebih efektif dari sebelumnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Peneliti melakukan penelitian ini dengan referensi berupa penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Penelitian terdahulu digunakan untuk membantu mendapatkan penyusunan dalam penelitian serta berkaitan dengan apa yang berkaitan dengan perspektif masyarakat terhadap *relationship quality* (kualitas hubungan) perbandingan bank syariah dan bank konvensional:

1. Pada penelitian yang dilakukan oleh Egha Ezar Junaeka Putra pada tahun 2013 dengan judul “Pengaruh *Relationship Quality* terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Yogyakarta)”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *relationship quality* yang dilakukan oleh pihak bank berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BNI Syariah Yogyakarta. Didukung dengan hasil uji SPSS yang telah diolah peneliti, menunjukkan bahwa *relationship quality* secara simultan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan persentase sebesar 44,1% dengan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.
2. Penelitian lain juga dilakukan oleh Santi, Ratih dan Eva pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh *Relationship Quality* terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Siswa di BRI Syariah Kantor Kas UNISBA”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *relationship quality* berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas namun

meskipun signifikan pengaruh yang diberikan lemah karena hasil uji yang telah diolah hanya memperoleh persentase 38%.

3. Skripsi karya Nofriani, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul “Pengaruh *Relationship Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta”. Fokus pada penelitian ini yaitu pengaruh *relationship quality* terhadap loyalitas dan menganalisis kepuasan pelanggan sebagai mediasi dalam mengetahui *relationship quality* terhadap loyalitas pelanggan pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat terdapat pengaruh positif *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*, pengaruh positif kepercayaan terhadap *customer loyalty*, dan komitmen terhadap *customer loyalty*. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian peneliti. Kesamaan tersebut terletak pada tema penelitian yaitu membahas *relationship quality*. Perbedaannya terletak pada variabel penelitian yang dipengaruhi yaitu *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*.
4. Skripsi karya Ilham Akbar, mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, dengan judul “Pengaruh *Relationship Marketing* dan *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengganti Variabel Intervening Pada Produk Parfum Mulegh Di Purwokerto”. Fokus pada penelitian ini yaitu bertujuan untuk menentukan dampak *relationship marketing* dan *relationship quality* terhadap kepuasan pelanggan dan untuk

menentukan apakah kepuasan pelanggan bisa menjadi variabel intervening. Hasil penelitian menunjukkan bahwa relationship marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, relationship quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap relationship quality, kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh relationship marketing terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh relationship quality terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian peneliti. Kesamaannya terletak pada variabel terikat yang digunakan yaitu, relationship quality, sedangkan pada penelitian ini hanya berfokus pada relationship quality. Perbedaannya yaitu terletak pada tema penelitian yaitu membahas mengenai loyalitas sebagai variabel bebas.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Fita Elentri Chyintia Putri yang berjudul “Pengaruh *Service Quality* Dan *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Sidoarjo” menunjukkan bahwa *relationship quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai signifikan dari koefisien regresi $0.283 > 0.05$ dan koefisien pengaruh sebesar 0.274. Adapun persamaan dengan peneliti dengan penelitian relevan dengan penelitian ini yaitu teori yang membahas tentang *relationship quality* (kualitas hubungan). Sedangkan

perbedaan dengan penelitian relevan terdapat pada fokus penelitiannya yaitu peneliti ini membahas tentang service quality terhadap loyalitas nasabah di bank BRI kantor cabang Sidoarjo.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Kualitas Hubungan (*Relationship quality*)

a. Definisi Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*)

Relationship Quality (kualitas hubungan) menjadi istilah yang pada beberapa tahun terakhir semakin populer. Ditambah dengan perkembangan informasi dan komunikasi yang semakin merambah berbagai aplikasi bisnis, dan *Relationship Quality* menjadi salah satu proses bisnis yang menarik diperbincangkan. Istilah *relationship quality* (kualitas hubungan) berarti kualitas dipersepsikan berdasarkan kehangatan suatu hubungan. Dengan adanya kualitas hubungan yang tinggi maka nasabah dapat mengandalkan integritas seorang penyedia jasa dan mempunyai keyakinan terhadap performance seorang penyedia jasa di masa yang akan datang, karena di masa lalu telah memuaskan secara konsisten.

Konsep *relationship quality* (kualitas hubungan) telah muncul dari teori dan penelitian dibidang pemasaran hubungan dimana tujuan utama dari penelitian tersebut ialah mempererat hubungan yang sudah kuat dan mengubah nasabah yang tidak peduli menjadi loyal.

Kotler dan Amstrong mendefinisikan bahwa *relationship quality* adalah suatu proses untuk menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang baik perusahaan dengan para pelanggan dan stakeholder lainnya (Philip Kotler, 2010: 77). Selain merancang strategi baru untuk menarik pelanggan baru dan membuat transaksi, perusahaan juga harus berjuang mempertahankan pelanggan yang ada dan membangun relasi yang berjangka panjang agar mampu menghasilkan laba bagi perusahaan.

Zeithaml dan Bitner mendefinisikan *relationship quality* merupakan suatu filosofi dalam menjalankan bisnis, orientasi strategis yang menitik beratkan pada mempertahankan dan mengembangkan pelanggan yang ada dan lebih dari menarik pelanggan baru. Filosofi tersebut mengasumsikan bahwa banyak konsumen bisnis lebih memilih untuk memiliki suatu hubungan yang terjalin dengan satu perusahaan daripada untuk berpindah secara terus-menerus diantara kumpulan perusahaan yang ada dalam usaha untuk mencari value. (Francis Buttle, n.d. 2006: 156)

Kualitas hubungan (*relationship quality*) menurut Kumar, Scheer dan Steenkamp dalam Farida Jasfar berkaitan dengan hal-hal yang mencakup masalah konflik. Kepercayaan, komitmen dan kesinambungan hubungan di masa mendatang. *Relationship quality* (kualitas hubungan) yang baik akan menurunkan level konflik dan sebaliknya memperbesar

kepercayaan, komitmen, berlanjutnya hubungan jangka panjang dan kelanjutan investasi. *Relationship quality* menurut Huang adalah serangkaian episode interaksi perusahaan yang terjadi antara dua belah pihak dengan nasabah dalam rentang waktu tertentu untuk menjalin hubungan dengan kualitas yang mencapai satu tujuan bersama (Pahlevi, 2019: 77).

b. *Relationship Quality* (kualitas hubungan) dalam Pandangan Islam

Kualitas hubungan atau *relationship quality* sangat penting dalam pandangan islam. Menjaga kualitas hubungan dengan sesama umat muslim sangat dianjurkan oleh Nabi Muhammad SAW atau yang biasa disebut dengan silaturahmi atau *ta'awun*. Allah SWT dan rasul-nya memerintahkan umatnya untuk tetap bersilaturahmi dan saling tolong menolong dalam hal kebaikan seperti yang Nabi Muhammad SAW bersabda:

Dari Anas bin Malik ra, bahwa Rasulullah saw bersabda : “ barangsiapa yang ingin diluaskan rizkinya dan dipanjangkan umurnya (kebaikannya) maka bersilaturahmilah. (HR. Bukhari no. 5985 dan Muslim no. 2557)

Dan dalam Al-Qur'an Allah SWT berfirman sebagai berikut:

عَنْ وَيَنْهَى الْقُرْبَى ذِي وَائْتَايَ وَالْإِحْسَانَ بِالْعَدْلِ يَاْمُرُ اللَّهُ إِنَّ
تَذَكَّرُونَ لَعَلَّكُمْ يَعْظُمُكُمْ وَالْبَغْيِ وَالْمُنْكَرِ الْفَحْشَاءِ

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (QS. An-Nahl:90)

Ayat maupun hadist diatas memberikan peringatan jika tidak menjalin silaturahmi rezeki akan terhambat karena kurangnya komunikasi dengan kerabat. Begitu juga jika kita tidak menjaga kualitas hubungan dengan baik maka apapun yang akan dikerjakan tidak berjalan lancar, begitu pentingnya kita menjaga kualitas hubungan dengan manusia maupun dengan Allah SWT.

Begitu pula dalam konteks penerima jasa maupun pemberi jasa. Contohnya nasabah dan bank, perusahaan harus lebih memperhatikan kualitas hubungan dengan para nasabah untuk menarik perhatian calon nasabah agar terbangun relasi jangka panjang dan memberikan keuntungan bagi perusahaan maupun nasabah.

c. **Indikator *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan)**

Menurut Lovelock, Patterson, dan Walker yang dikutip oleh Egha Eka Junaeka Putra Hassany dalam skripsinya mengatakan bahwa *relationship quality* ada beberapa indikator yang mempengaruhi hal tersebut sebagai berikut:

1) Kepercayaan (*trust*)

a) Definisi Kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan adalah perasaan yang dimiliki oleh konsumen atau penerima jasa atas semua pengetahuan dan juga informasi yang diterima sebagai kesimpulan atau keputusan yang telah dibuat oleh konsumen itu sendiri.

Kepercayaan akan muncul dari sebuah keyakinan bahwa hubungan kerjasama akan memberikan manfaat seperti apa yang diharapkan oleh kedua belah pihak. Ketika kepercayaan muncul, maka akan terjalin sebuah hubungan kerjasama jangka panjang yang tidak melupakan sikap saling jujur, ketika kepercayaan dan kejujuran ada maka akan terjadi peningkatan hubungan kerjasama, sehingga memberikan keuntungan bagi pihak-pihak yang terlibat sehingga laba yang diharapkan akan semakin meningkat serta *relationship quality* (kualitas hubungan) akan meningkat karena adanya kerjasama yang baik antara nasabah dan pihak bank (Huang, 2012: 190).

Kepercayaan (*trust*) secara umum dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan suatu hubungan. Tanpa adanya kepercayaan suatu hubungan tidak akan bertahan dengan waktu yang panjang. Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan untuk

bersandar pada mitra bisnis yang dipercayai. Kepercayaan merupakan pendapat yang dimiliki oleh seorang nasabah terhadap bank (Miftahudin, 2018: 80).

Menurut Safitri (2011) yang dikutip dalam Yousafzai dkk (2003:84-860) setidaknya terdapat enam definisi kepercayaan yang relevan dengan relationship quality (kualitas hubungan). Hasil identifikasi dari berbagai literatur tersebut dapat dikemukakan sebagai berikut:

- a. Rotter (1967) mendefinisikan kepercayaan adalah keyakinan bahwa kata atau janji seseorang dapat dipercaya dan seseorang akan memenuhi kewajibannya dalam sebuah hubungan pertukaran.
- b. Morgan dan Hunt (1994) mendefinisikan bahwa kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya.
- c. Mayer et al. (1995) mendefinisikan kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa

tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya.

d. Rousseau et al. (1998) mendefinisikan kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perhatian atau perilaku yang baik dari orang lain.

e. Gefen (2000) mendefinisikan kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab.

f. Ba dan Pavlou (2002) mendefinisikan kepercayaan adalah penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu menurut harapan orang kepercayaannya dalam suatu lingkungan yang penuh ketidak-pastian.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala

kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan dan sesuai yang tertulis diatas kertas.

b) Kepercayaan dalam perspektif Islam

Kepercayaan dalam Islam dikenal juga sebagai amanah (dapat dipercaya) salah satu sifat Rasulullah SAW yang pada dasarnya sebagai ummat-Nya mempunyai sifat tersebut. Amanah secara etimologi yang berarti jujur atau dapat dipercaya. Amanah dalam bahasa Indonesia berarti pesan, perintah, ataupun keterangan. Amanah secara istilah ialah sesuatu yang harus dipelihara dan dijaga, maksud dari kalimat tersebut ialah amanah adalah suatu sifat yang Allah bebankan kepada manusia, agar melaksanakan segala perintah yang ada didalamnya. Al-Qur'an mengajarkan bahwa manusia ialah makhluk Allah yang memikul beban (*mukallaf*).

Sebagai mukmin yang baik amanah terhadap perintah. Amanah manusia kepada orang lain, diantaranya mengembalikan titipan kepada yang mempunyainya, tidak menipu, dan tidak bermain curang serta menjaga rahasia. Manusia telah Allah perintahkan untuk menyampaikan amanah kepada yang berhak untuk menerimanya, sebagaimana Allah telah berfirman dalam Q.S An-Nisa ayat 58:

حَكَمْتُمْ وَإِذَا أَهْلَهَا إِلَى الْأَمْنِ تَوَدُّوا أَنْ يَأْمُرَكُمْ اللَّهُ أَنْ
 يَعِظُكُمْ نِعْمًا اللَّهُ إِنَّ بِالْعَدْلِ تَحْكُمُوا أَنْ النَّاسِ بَيْنَ
 بَصِيرًا سَمِيعًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ ۖ بِهِ

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.

Sebagaimana dalam ayat tersebut, jika kepercayaan dikaitkan dengan *relationship quality* (kualitas hubungan) nasabah terhadap bank BNI dan BSI, maka nasabahlah pelaku yang mempercayakan dana kepada pihak bank. dan pihak bank itu sendiri juga bertugas menjaga kepercayaan dari nasabah yang sudah mengamanahkan sejumlah dananya kepada pihak bank. Jika kepercayaan sudah tidak lagi di dapat dari pihak bank maka nasabah enggan menabung ataupun berinvestasi di bank tersebut.

2) Komitmen

Sheth dan Mittal berpendapat bahwa komitmen ialah hasrat atau keinginan kuat untuk mempertahankan dan melanjutkan relasi atau yang telah dirasakannya dan dipandang penting juga bernilai jangka panjang.

Menurut Fullerton dan Taylor yang di kutip oleh Fita Elentri Chyintia Putri (Elentri & Putri, 2018: 120-126) dalam penelitiannya menyatakan bahwa bentuk komitmen dapat dibagi menjadi tiga macam, yaitu sebagai berikut:

- a) *Continuence commitment* merupakan komitmen yang timbul karena pelanggan terikat pada perusahaan dan akan memakan waktu jika pelanggan atau konsumen pindah ke perusahaan lain.
- b) *Normative commitment* ialah komitmen yang timbul karena pelanggan merasa bahwa ia wajib menjalankan suatu usaha bisnis dengan perusahaan tertentu.
- c) *Affective commitment* merupakan komitmen yang muncul karena masing-masing pihak yang berhubungan merasa yakin bahwa diantara mereka terdapat nilai-nilai yang sejalan dan timbulnya komitmen ini berdasarkan kesepakatan bahwa yang saling menguntungkan ini perlu untuk dilanjutkan.

Komitmen itu sendiri menambahkan peran penting dalam kualitas hubungan antara pembeli dan penjual, lain kata nasabah dan pihak bank. Jika *quality* (kualitas) sangat dipengaruhi oleh sifat individu yang

terlibat, maka sifat dasar *relationship* (hubungan) antara pihak bank dan nasabah dapat mengesampingkan beberapa efek karakteristik interpersonal.

3) Komunikasi

Komunikasi merupakan proses saling memberikan informasi antara individu melalui sistem yang lazim baik melalui simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Komunikasi yang dimaksud melibatkan dua orang atau lebih dengan menggunakan cara-cara berkomunikasi yang biasa dilakukan oleh sejumlah orang baik lisan maupun tulisan (Djoko, 2006: 112).

خَافُوا ضِعْفًا ذُرِّيَّةً خَافَهُمْ مِنْ تَرَكُّوْا لَوِ الَّذِينَ وَلِيخَشَ
سَدِيْدًا قَوْلًا وَّلِيْقُوْا اللّٰهَ فَلِيَنْقُوْا عَلَيْهِمْ

Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar (QS. An-Nisaa' : 09)

Dari ayat diatas bisa dikatakan kunci dari *relationship quality* (kualitas hubungan) ialah komunikasi yang baik dengan bertutur kata yang baik dan sopan kepada siapapun. Dalam islam tidak

dianjurkan menggunakan bahasa atau berbicara menggunakan bahasa yang kurang baik. Begitu juga dalam hal perusahaan jasa dengan konsumen atau penerima jasa, komunikasi yang dibangun harus baik agar kerjasama yang dibangun seperti yang diharapkan. Jujur dalam menyampaikan produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen ataupun nasabah adalah hal paling penting dalam berbisnis maupun bekerjasama agar terjalin lama atau jangka panjang. Dengan adanya komunikasi yang baik dengan bertutur kata yang baik dan sopan serta jujur konsumen atau nasabah akan merasa tersanjung, sehingga konsumen ataupun nasabah tersebut akan tetap kerjasama dengan perusahaan jasa dengan senang hati, sehingga menguntungkan satu sama lain.

4) Laba (Keuntungan)

Pada dasarnya setiap badan usaha memiliki tujuan yaitu memperoleh laba (keuntungan). Suatu badan usaha dalam memperluas usahanya harus ditunjang dengan adanya laba usaha. Secara umum laba dapat diperoleh dari seluruh penghasilan dikurangi dengan biaya. Besarnya laba yang dicapai menjadi ukuran sukses atau tidaknya suatu badan usaha.

Mahmud dan Halim (2000: 57) menyatakan bahwa laba (*gain*) merupakan kenaikan modal saham dari transaksi yang bersifat insidental dan bukan merupakan kegiatan pokok perusahaan dan dari transaksi lainnya yang mempengaruhi perusahaan selama satu periode tertentu, kecuali yang berasal dari pendapatan operasional dan investasi oleh pemilik saham.

Definisi laba menurut Zaki Baridwan (2000: 31) laba (*gains*) adalah kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama satu periode kecuali yang timbul dari pendapatan (*revenue*) atau investasi oleh pemilik.

a) Unsur-unsur laba (keuntungan)

1. Pendapatan yaitu, arus kas masuk atau penambahan nilai atas aktiva suatu entitas atau penyelesaian suatu kewajiban-kewajiban (kombinasi keduanya) yang berasal dari penyerahan atau produksi barang.
2. Beban yaitu, arus kas keluar atau pemakaian nilai aktiva atau terjadinya kewajiban (kombinasi) keduanya yang berasal dari penyerahan atau produksi barang. Pemberian

jasa atau pelaksanaan aktivitas-aktivitas lain yang merupakan operasi utama inti yang berkelanjutan dari suatu entitas.

3. Keuntungan/ laba yaitu, kenaikan ekuitas (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi periferan (menyatakan sesuatu yang bersifat sampingan, tidak merupakan hal utama) atau insidental pada suatu entitas dari transaksi yang lain dan kejadian serta situasi lain yang mempengaruhi entitas kecuali yang dihasilkan dari pendapatan atau investasi pemilik.
 4. Kerugian/ rugi yaitu, penurunan ekuitas (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi periferan (menyatakan sesuatu yang bersifat sampingan tidak merupakan hal yang utama) atau insidental pada suatu entitas dari transaksi laba dan kejadian serta situasi lain yang mempunyai entitas kecuali yang dihasilkan dari beban atau distribusi kepada pemilik.
- b) Faktor-faktor yang mempengaruhi laba (keuntungan)
- 1) Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk akan

mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

- 2) Harga jual Harga jual produk akan mempengaruhi volume penjualan produk yang bersangkutan.
- 3) Volume penjualan dan produksi Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap produksi tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

Laba dalam ilmu ekonomi dan bisnis merupakan keuntungan yang dihasilkan oleh badan usaha yang telah dikurangi biaya-biaya atau beban-beban dalam penanaman modal. Semakin kecil nilai dari beban atau biaya yang dikeluarkan maka semakin besar laba atau keuntungan yang diperoleh badan usaha.

2.2.2. Perbandingan Bank Syariah dan Bank Konvensional

a. Definisi Bank syariah

Menurut UU no 21 tahun 2008 memutuskan bahwa Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip

Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. (Ojk, 2008 : 3)

Bank syariah merupakan suatu perusahaan jasa yang menawarkan produk-produk dibawah wewenang Majelis Ulama Indonesia (MUI), dalam menjalankan seluruh kinerjanya dilandasi oleh prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip tersebut dapat menguntungkan perusahaan dan juga nasabah atau konsumen.

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram. Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamankan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai kehendak pemberi wakaf (*wakif*).

Menurut (Susanto & Umam, 2013: 180-187) Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah juga merupakan lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-

Qur'an dan Hadits Nabi SAW. Salah satu ayat alqur'an yang menjelaskan tentang pelarangan riba dalam islam adalah Al-Qur'an Surah Al-Imran:130 sebagai berikut:

اللَّهُ ط ۞ وَأَنْتُمْ مُضَعَفَةٌ أَضْعَافًا رَّبَّوَا تَأْكُلُوا لَا أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
نُفْلِحُونَ لَعَلَّكُمْ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. Peliharalah dirimu dari apa neraka, yang disediakan untuk orang-orang kafir. (QS. Al-Imran: 130)

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah (Wardhani, 2019: 86).

1. Prinsip Dasar Bank Syariah

a) Prinsip titipan atau simpanan (Al-Wadiah)

Al-Wadiah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki. Secara umum terdapat/tidak terdapat dua jenis al-wadiah, yaitu:

- 1) Wadiah *Yad Al-Amanah (Trustee Depository)* adalah akad penitipan barang/uang dimana pihak penerima

titipan tidak diperkenankan menggunakan barang/uang yang dititipkan dan tidak bertanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang titipan yang bukan diakibatkan perbuatan atau kelalaian penerima titipan. Adapun aplikasinya dalam perbankan syariah berupa produk safe deposit box.

2) *Wadiah Yad adh-Dhamanah (Guarantee Depository)*

adalah akad penitipan barang/uang dimana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang/uang dapat memanfaatkan barang/uang titipan dan harus bertanggung jawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang/uang titipan. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang/uang titipan menjadi hak penerima titipan. Prinsip ini diaplikasikan dalam produk giro dan tabungan.

Dalam praktiknya, nisbah antara bank dengan deposit berupa bonus untuk giro wadiah sebesar 30%, nisbah 40 : 60 untuk simpanan tabungan dan nisbah 45 : 55 untuk simpanan deposito.

b) *Prinsip Bagi Hasil (Profit Sharing)*

Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tatacara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah:

- 1) *Mudharabah* adalah perjanjian antara 2 pihak, yaitu pihak pertama sebagai pemilik dana (sahibul mal) dan pihak kedua sebagai pengelola dana (mudharib) untuk mengelola suatu kegiatan ekonomi dengan menyepakati nisbah bagi hasil atas keuntungan yang akan diperoleh, sedangkan kerugian yang timbul ditanggung oleh pemilik dana sepanjang tidak terdapat bukti bahwa mudharib melakukan kecurangan atau tindakan yang tidak amanah (*misconduct*).

Berdasarkan kewenangan yang diberikan kepada *mudharib*, *mudharabah* dibedakan menjadi 2 yakni : 1) *Mudharabah muthlaqah* Yaitu *mudharib* diberikan kewenangan sepenuhnya untuk menentukan pilihan investasi yang dikehendaki. 2) *Mudharabah muqayyadah* Yaitu *arahan investasi* ditentukan oleh pemilik dana, sedangkan *mudharib* bertindak sebagai pelaksana/pengelola.

- 2) *Al- Musyarakah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Dua jenis *al-musyarakah*: *Musyarakah pemilikan*, tercipta karena warisan, wasiat, atau kondisi lainnya

yang mengakibatkan pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih. *Musyarakah akad*, tercipta dengan cara kesepakatan dimana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan tiga modal musyarakah.

c) Prinsip Jual beli (*Al-Tijarah*)

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (*margin*). Implikasinya berupa:

- 1) *Al-Murabahah* merupakan akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.
- 2) *Salam* adalah akad jual beli barang pesanan dengan penangguhan pengiriman oleh penjual dan pelunasannya dilakukan segera oleh pembeli sebelum barang pesanan tersebut diterima sesuai syarat-syarat tertentu. Bank dapat bertindak sebagai pembeli atau penjual dalam suatu transaksi salam. Jika bank bertindak sebagai penjual kemudian memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan dengan cara salam maka hal ini disebut salam paralel.

3) *Istishna'* adalah akad jual beli antara pembeli dan produsen yang juga bertindak sebagai penjual. Cara pembayarannya dapat berupa pembayaran dimuka, cicilan, atau ditangguhkan sampai jangka waktu tertentu. Barang pesanan harus diketahui karakteristiknya secara umum yang meliputi: jenis, spesifikasi teknis, kualitas, dan kuantitasnya.

d) Prinsip Sewa (*Al-Ijarah*)

Al-ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan hak kepemilikan atas barang itu sendiri. *Al-ijarah* terbagi kepada dua jenis: (1) *Ijarah*, sewa murni. (2) *ijarah al muntahiya bit tamlik* merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa.

e) Prinsip jasa (*Bee-Based Service*)

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain:

1) *Wakalah* ialah nasabah memberi kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti transfer.

- 2) *Kafalah* merupakan Jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung.
- 3) *Hawalah* adalah pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Kontrak hawalah dalam perbankan biasanya diterapkan pada Factoring (anjak piutang), Post-dated check, dimana bank bertindak sebagai juru tagih tanpa membayarkan dulu piutang tersebut
- 4) *Ar-Rahn* adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan utang atau gadai.
- 5) *Al-qardh* adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Produk ini digunakan untuk membantu usaha kecil dan keperluan sosial. Dana ini diperoleh dari dana zakat, infaq dan shadaqah.

b. Definisi Bank Konvensional

Bank menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1999 tentang perubahan atas UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan pada Bab 1 dan Pasal 1 serta ayat 2 dijelaskan bahwa, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Adapun pada ayat 1 dijelaskan tentang definisi perbankan, perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Hasan, 2009: 49-58).

Bank umum konvensional atau yang biasa disebut dengan bank umum adalah badan usaha yang menjalankan kegiatan usahanya dalam bidang jasa keuangan baik secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah. Bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan jenisnya terdiri atas Bank umum Konvensional dan Bank Pengkreditan Rakyat (Wardhani, 2019: 78-96).

1. Prinsip Dasar Bank Konvensional

Dalam menentukan harga dan mendapatkan keuntungan bank yang berdasarkan prinsip konvensional menggunakan dua metode, yaitu:

- a) Menetapkan bunga sebagai harga untuk produk simpanan dan juga produk pinjamannya (kredit) juga ditentukan berdasarkan tingkat suku bunga tertentu. Penentuan harga yang biasa disebut dengan istilah *spread Based*.
- b) Jasa-jasa bank lain, pihak perbankan menetapkan berbagai biaya dalam nominal atau prosentase tertentu. System pengenaan biaya ini disebut dengan istilah *Fee Based*.

1) Produk-produk Bank Konvensional

Menurut (Ratnasari, 2018: 127) ada beberapa produk pada bank konvensional beserta penjelasannya, sebagai berikut:

- a) Giro merupakan produk perbankan yang berfungsi untuk memindah bukukan dana dari rekening nasabah suatu ke rekening nasabah yang lain. Fungsi dari giro ini tidak lain untuk mempermudah transaksi keuangan.
- b) Cek adalah salah satu sarana yang digunakan untuk menarik atau mengambil uang direkening giro. Fungsi lain dari cek adalah sebagai alat untuk melakukan pembayaran.
- c) Tabungan merupakan simpanan pada bank yang penarikan sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh bank dan dapat dilakukan

menggunakan buku tabungan, slip penarikan, kwitansi atau kartu (ATM).

d) Deposito merupakan simpanan pada Bank yang memiliki jangka waktu tertentu, pencairannya dilakukan pada saat jatuh tempo yang terdiri dari Deposito Berjangka (time deposit), Sertifikat Deposito (Certificate of Deposit) dan Deposit On Call.

e) Kredit merupakan sebuah produk perbankan yang mampu memberikan keuntungan besar pada sektor perbankan. Hal tersebut terjadi karena dengan kredit bank mendapatkan pendapat berupa selisih tingkat suku bunga kredit dengan tingkat suku bunga tabungan. Dari produk kredit itu sendiri bank menawarkan jenis kredit yang antara lain meliputi kredit modal kerja, kredit investasi, kredit perdagangan dan kredit konsumtif.

c. Perbandingan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Perbandingan atau perbedaan (selisih) kesamaan, yang mana perbandingan ini sangat lumrah dalam kehidupan sehari-hari kita seperti perbedaan pendapat, perbedaan wajah, perbedaan tempat tinggal dan lain sebagainya, sehingga diantara perbedaan tersebut dapat memiliki nilai lebih.

Menurut (Wardhani, 2019: 185-193) dalam dunia perbankan pun banyak perbandingan atau perbedaannya berikut perbedaan bank syariah dan bank konvensional.

1. Akad

Transaksi akad yang dilakukan bank syariah harus sesuai dengan prinsip syariah Islam, berdasarkan alquran dan Hadist dan telah difatwakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Akad atau transaksi di bank syariah yang banyak digunakan antara lain, akad al-mudharabah (bagi hasil), al-musyarakah (perkongsian), al-musaqat (kerjasama tani), al-ba'I (bagi hasil), al-ijarah (sewa menyewa), dan al-wakalah (keagenan).

Sedangkan bank konvensional, surat perjanjian dibuat berdasarkan hukum positif yang sedang berlaku di Indonesia. Sebagaimana yang telah dijelaskan pada prinsip dasar bank konvensional.

2. Keuntungan

Bank syariah menggunakan pendekatan bagi hasil untuk mendapatkan keuntungan, sementara bank konvensional justru menggunakan konsep biaya untuk menghitung keuntungan dalam nasabah. Setiap pinjaman atau pembiayaan yang diberikan kepada nasabah, bank syariah memberikan keterangan bagi hasil bank dan nasabah.

Sedangkan bank konvensional, “bunga” yang diberikan kepada nasabah sebenarnya berasal dari keuntungan bank meminjamkan dana kepada nasabah sebenarnya berasal dari keuntungan bank meminjamkan dana kepada nasabah lain dengan “bunga” yang lebih besar.

3. Pengelolaan Dana

Bank syariah akan menolak untuk menyalurkan kredit yang diinvestasikan kepada kegiatan bisnis yang melanggar hukum islam, seperti perdagangan barang haram, perjudian (*maisir*), dan manipulasi (*gharar*). Kegiatan bisnis ini yang halal dan sesuai prinsip ekonomi syariah ini menjadi syarat penting pemberian pembiayaan usaha dan kredit lainnya. Bahkan dalam produk kartu kredit syariah, pemilik kartu kredit syariah dilarang menggunakan untuk kegiatan atau transaksi yang tidak halal.

Sedangkan bank konvensional akan menyalurkan kredit tanpa harus mengetahui darimana atau kemana uang tersebut disalurkan, selama debitur bias membayar cicilan dengan rutin.

4. Hubungan Bank dan Nasabah

Hubungan bank dengan nasabah juga menjadi factor penting yang membedakan bank syariah dan bank konvensional. Di Bank syariah, nasabah

diperlakukan sebagaimana seorang mitra aliansi patner. Perlakuan ini terjadi karena bank dan nasabah diikat dalam “akad” yang sangat transparan.

Sedangkan di Bank konvensional, hubungan nasabah dan bank lebih pada hubungan kreditur dan debitur atau hubungan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman. Jika debitur lancar dalam pembayaran kredit, bank akan memberikan keterangan lancar. Sedangkan jika pinjaman macet, bank akan menagih hingga menyita asset yang di agungkan. Namun akhir-akhir ini bank konvensional juga berusaha untuk memperkuat hubungan emosional dengan nasabah dengan berbagai cara.

5. Cicilan dan Promise

Bank syariah menerapkan system cicilan dengan jumlah tetap berdasarkan keuntungan bank yang sudah disetujui antar pihak bank dan nasabah saat akad kredit. Selain itu, konten promosi bank syariah juga harus disampaikan secara jelas, tidak ambigu, dan tidak transparan.

Sedangkan bank konvensional punya banyak program promosi untuk menarik nasabah. Seperti promosi suku bunga tetap atau fixed rate selama periode tertentu, sebelum akhirnya memberikan suku bunga berfluktuasi atau floating rate kepada nasabah.

2.3. Kerangka Pikir

Kerangka berfikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor atau kerangka yang telah didefinisikan sebagai hal yang penting yang dapat menjelaskan hubungan antara penguji antar variabel, yang bertujuan untuk memperjelas kerangka pemikiran sebagai landasan dalam pemahaman (Sugiyono, 2015:60).

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi membawa transformasi dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat di era moderen ini dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi guna menghadapi persaingan yang semakin ketat. Hal ini juga yang memberikan pengaruh dalam kemajuan teknologi di dunia perbankan saat ini dengan pengembangan dari beberapa faktor sehingga memberikan nilai yang baik bagi perbankan.

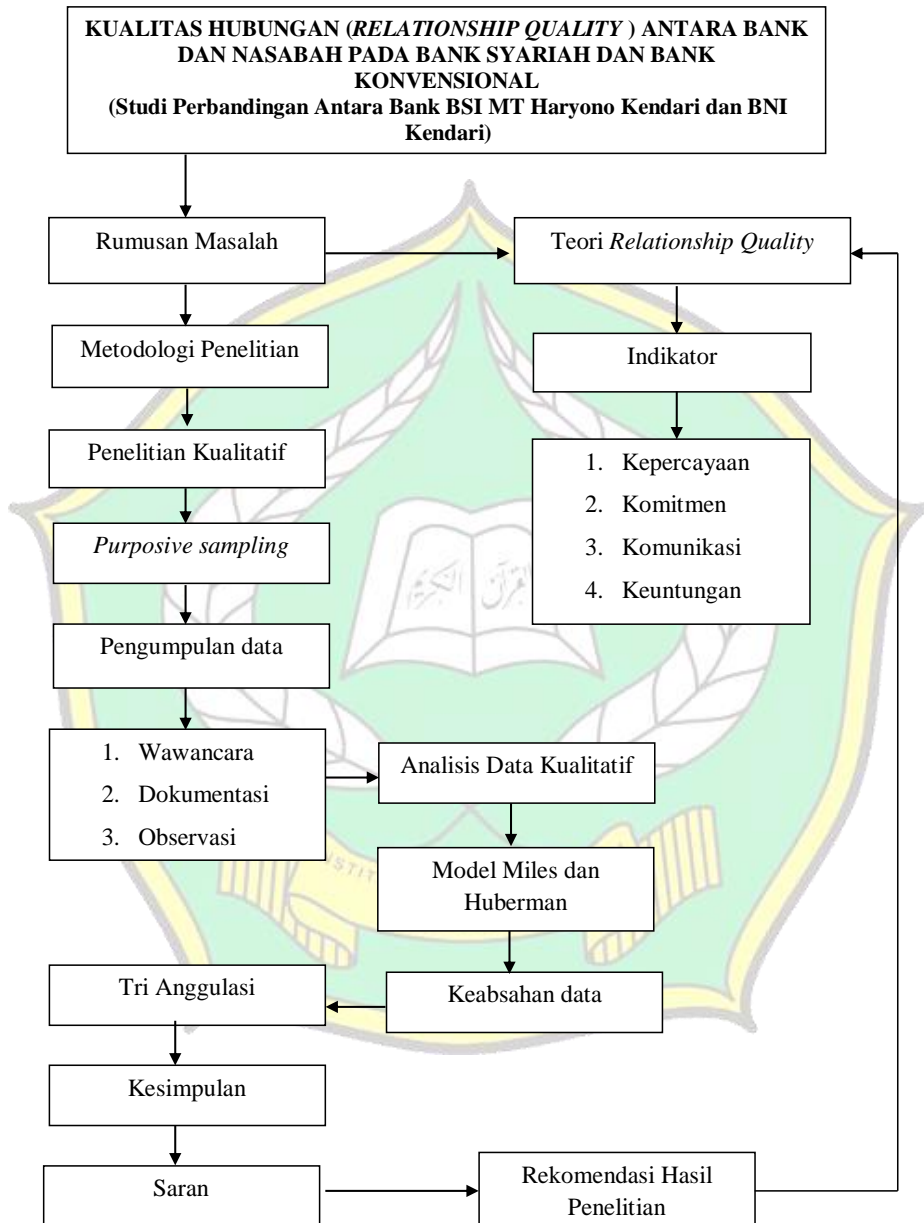
Moderen ini berbagai transaksi perbankan telah menggunakan teknologi informasi yang semakin canggih, ini tentu saja tidak luput dari strategi bisnis bank dalam mengupayakan untuk menghadirkan berbagai produk dengan berbagai variasi untuk menarik minat nasabah. oleh karena itu maka bank harus mampu menarik perhatian nasabah dengan berbagai sudut pandang dengan memenuhi kebutuhan nasabah serta menumbuhkan rasa keingintahuan nasabah sehingga nasabah mengambil keputusan untuk tetap berkomitmen serta untuk berkomunikasi dengan pihak bank. Menurut Kumar, Scheer dan Steenkamp dalam Farida Jasfar berkaitan dengan hal-hal yang mencakup masalah konflik. Kepercayaan, komitmen dan

kesinambungan hubungan di masa mendatang. *Relationship quality* (kualitas hubungan) yang baik akan menurunkan level konflik dan sebaliknya memperbesar kepercayaan, komitmen, komunikasi serta keuntungan bagi pihak bank dan nasabah, berlanjutnya hubungan jangka panjang dan kelanjutan investasi.

Dalam kerangka berfikir ini, dimaksudkan untuk menggambarkan dan mengkaji lebih dalam tentang kebenaran adanya pengaruh, Kepercayaan, komitmen, komunikasi serta keuntungan pada Bank BSI MT Haryono Kendari, dan bank BNI Kendari yang dimana diperkuat oleh teori yang menghasilkan indikator-indikator yang menjadi landasan dalam penelitian ini. Berdasarkan uraian dan penjelasan tersebut maka kerangka berfikir teoritis penulis ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Sumber: Diolah dilapangan pada Tahun 2022

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis, Metode dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, deskriptif yang berbentuk deskriptif atau yang dijabarkan kemudian pengumpulan data yang menggambarkan sebuah fenomena atau fakta secara apa adanya. Serta metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Kemudian pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan komparasi atau perbandingan adalah penelitian pendidikan yang menggunakan teknik membandingkan suatu objek dengan objek lain. objek yang dibandingkan dapat berwujud tokoh atau cendekiawan, aliran pemikiran, kelembagaan maupun manajemen.

3.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Agustus sampai Oktober 2022. Penelitian ini dilakukan di Bank BSI KC Kendari MT Haryono dan BNI Kendari. Alasan penulis memilih lokasi tersebut karena ingin mengetahui bagaimana kualitas hubungan (*relationship quality*) antara bank dan nasabah pada bank syariah dan bank konvensional.

3.3. Data dan Sumber Data

Sumber data ini merupakan proses peneliti mendapatkan informasi maupun rujukan atau referensi. Dalam penelitian ini, peneliti

akan menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data penelitian yang diperoleh dari penelitian secara langsung kepada sumber aslinya atau tanpa ada perantara. Karena penelitian ini merupakan penelitian lapangan, maka yang menjadi sumber informasi dan data utama adalah wawancara dengan nasabah. Data primer yang dimaksud diantaranya kepercayaan, komitmen, dan komunikasi nasabah dan pihak bank yang terkait.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh orang lain. data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari buku, jurnal dan artikel lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder yang dimaksud diantaranya data nasabah dan profil bank BSI KC Kendari M.T. Haryono dan juga bank BNI KC Kendari.

3.4. Teknik Pengambilan Data Informan

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu laki-laki dan perempuan berumur produktif yaitu 20-60 tahun. Penggunaan teknik purposive sampling dalam penelitian ini bertujuan untuk dapat

mengetahui bagaimana perspektif ekonomi masyarakat perbandingan bank BSI MT Haryono Kendari dan bank BNI Kendari.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dikehendaki sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan teknik sebagai berikut :

1) Observasi

Observasi disebut juga pengamatan, yang meliputi kegiatan pemantauan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera. Adapun pada teknik ini peneliti menggunakan observasi terstruktur yaitu pedoman observasi yang disusun secara terperinci sehingga menyerupai check-list. Peneliti tinggal membubuhkan tanda v (check) pada kriteria yang sesuai.

2) Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam. Wawancara atau interview adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara. (Arikunto, 2006: 156)

Dalam penelitian ini, karena mengingat keterbatasan waktu dan juga kesempatan meneliti, maka peneliti mengambil informan yang terdiri dari:

- 1) Kepala bank atau yang dapat mewakili BSI KC Kendari
M.T. Haryono
- 2) Kepala bank atau yang dapat mewakili BNI Kendari
- 3) 3 nasabah bank BSI KC Kendari M.T. Haryono
- 4) 3 nasabah bank BNI Kendari

3) Dokumentasi

Studi dokumen dalam penelitian kualitatif merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Studi dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah secara intens sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian. Dalam penelitian ini dokumentasi berupa hasil pedoman wawancara, dan sumber-sumber penunjang lainnya yang dijadikan referensi penulis yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.6. Teknik Analisis Data

Setelah pengumpulan data telah terangkum, maka selanjutnya peneliti menganalisis data yang telah dikumpulkan. Kemudian data tersebut disusun secara sistematis dan rasional yang terkumpul baik dari hasil observasi, wawancara dan dokumen-dokumen. (Moh. Soehada, 2008: 124)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman mengungkapkan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif

dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas. Sesuai dengan pendekatan yang digunakan maka analisis data dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

a) Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, mengabstrakkan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Dimana setelah peneliti memperoleh data, harus lebih dulu dikaji kelayakannya dengan memilih data mana yang benar-benar dibutuhkan dalam penelitian ini.

b) Penyajian Data

Teknik penyajian data dalam berbagai bentuk seperti table, grafik dan sejenisnya. Lebih dari itu, penyajian data dapat juga berupa uraian dan pemaparan singkat, hubungan antara kategori dan sejenisnya. Penelitian ini, dilakukan setelah peneliti menganalisa data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara serta dokumen yang ada. kemudian penulis menguraikan secara rinci hasil dari Perspektif ekonomi masyarakat terhadap relationship quality bank syariah dan bank konvensional.

c) Verifikasi (Menarik Kesimpulan)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data dapat menjawab rumusan masalah temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya tidak jelas sehingga setelah diteliti menjadi lebih jelas argumentatif. Operasionalisasi analisis data dapat dilakukan apabila data yang diperlukan telah lengkap dan data tersebut kemudian diuraikan menjadi bagian-bagian, sehingga susunan tatanan bentuk

sesuatu yang diurai itu tampak dengan jelas dan makna dari data tersebut lebih mudah dipelajari. (Sri Wahyuni, 2020: 186)

3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam pelaksanaan penelitian kualitatif perlu ditetapkan pengujian keabsahan data untuk menghindari data yang bias atau tidak valid. Hal ini untuk menghindari adanya jawaban dari informan yang tidak jujur (Sugiono, 2008:94). Pengujian keabsahan data dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik triangulasi, yaitu:

- 1) Triangulasi Sumber, dilakukan dengan cara membandingkan dan mengecek kembali tingkat kepercayaan dari suatu informasi yang diperoleh dari lapangan penelitian melalui sumber lain yang berbeda.
- 2) Triangulasi Tehnik, dilakukan dengan cara membandingkan data hasil observasi dilapangan dengan data hasil wawancara sehingga dapat disimpulkan kembali untuk memperoleh data akhir yang otentik sesuai dengan masalah yang ada dalam penelitian ini.
- 3) Triangulasi Waktu, dilakukan dengan cara melakukan pengecekan wawancara dan observasi dilapangan pada waktu dan situasi yang berbeda untuk menghasilkan data yang valid sesuai dengan masalah yang ada dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

A. Sejarah bank BNI Kendari

Bank BNI atau Bank Negara Indonesia sebagai bank sentral berdasarkan peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No2 tahun 1946, tepatnya pada tanggal 5 juli 1946. Selanjutnya, berdasarkan Undang-Undang No. 17 tahun 1968, bank BNI dtetapkan menjadi Bank Umum Milik Negara. Sebagai BUMN bank BNI mengambil peran sebagai bank mandat untuk memperbaiki perekonomian rakyat Indonesia.

Bank BNI merupakan salah satu bank BUMN yang menjadi perusahaan perseroan terbatas (Persero). Penyesuaian bentuk hukum menjadi persero, dinyatakan dalam Akta No. 131, tanggal 31 Juli 1992.

Bank BNI saat ini dinobatkan sebagai Bank nasional terbesar ke-4 di Indonesia, dilihat dari total aset, total kredit maupun jumlah keseluruhan dana pihak ketiga. Dengan berbagai macam produk yang ditawarkan oleh bank BNI kepada para nasabah maupun calon nasabah bank BNI ini dapat menarik perhatian dengan pelayanan yg mereka berikan. Didukung sejumlah perusahaan anak yakni bank BNI syariah yang kini sudah

merger menjadi BSI, BNI Multifinance, BNI Sekuritas, BNI Life Insurance, dan BNI Remittance. (BNI, 2021)

B. Sejarah bank BSI MT. Haryono

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara. BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRISyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI.

BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cermin wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia

sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang. Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan negeri. (BSI, 2021)

C. Produk Bank Syariah dan Bank Konvensional

Produk-produk pada perbankan sangat banyak dan tentu diminati oleh nasabah bank terkait selain memberikan manfaat dalam mengembangkan beberapa usaha yang dimiliki nasabah. Bank juga tentu ingin mendapatkan keuntungan, dalam penelitian ini produk bank syariah berbeda dengan produk dari bank konvensional dalam mengambil keuntungan. Bank syariah sendiri memiliki beberapa akad dimana akadlah yang menentukan margin keuntungan yang diperoleh bank syariah. Sedangkan dalam perbankan konvensional, nasabah telah ditentukan bunganya pertahun sesuai dengan suku bunga yang dimiliki bank terkait.

1. Produk Bank Syariah

Pembiayaan bank syariah adalah salah satu produk yang mendukung investasi yang telah direncanakan sebelumnya, dengan manfaat yang bisa dirasakan oleh bank merupakan margin keuntungan ataupun bagi hasil sesuai dengan akad yang disepakati sebelumnya antara pihak bank dan nasabah. Pembiayaan sendiri adalah salah satu fungsi pada bank syariah

yang telah diatur dalam Undang-Undang Perbankan Syariah No 21 tahun 2008 serta menjadi pendapatan utama bagi bank syariah.

Produk pembiayaan pada bank BSI adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro Syariah merupakan pembiayaan modal kerja ataupun investasi yang didukung fasilitas penjamin untuk usaha produktif calon penerima. Supaya pembiayaan yang diberikan tersebut lancar maka pihak bank harus selektif dalam memberikan pembiayaan pada debitur, dimana bank harus menganalisa pemberian pembiayaan tersebut untuk menentukan kesanggupan nasabah membayar kembali pembiayaan sesuai dengan persyaratan yang telah disepakati dalam perjanjian pembiayaan tersebut. Sesuai dengan penuturan dari ibu Inung Farida selaku Costumer Service bank BSI MT Haryono Kendari.

Pembiayaan yang dilakukan dalam KUR Mikro syariah memiliki fasilitas jaminan yaitu jaminan Askrindo syariah dan Jamkrindo Syariah. Dalam pembiayaan KUR Mikro Syariah memiliki sumber dana dari Lembaga Keuangan Syariah penyalur KUR Syariah. KUR Mikro Syariah membiayai usaha produktif kepada beberapa sektor calon nasabah yang memiliki usaha lebih dari satu sektor agar mengoptimalkan penyaluran KUR Mikro Syariah. Usaha produktif persektor ekonomi yang dibiayai oleh KUR Mikro syariah yaitu sektor pertanian, perikanan, industri pengolahan, perdagangan, serta

sektor jas-jasa. Yang memiliki ketentuan yang berbeda-beda sesuai enis KUR Mikro Syariah yang digunakan. (Mongkito, dkk. 2021: 94).

2. Produk Bank Konvensional

Bank Konvensional merupakan lembaga intermediasi juga menghimpun dana dari masyarakat kepada masyarakat dalam bentuk simpanan, giro, deposito dan lain sebagainya. Sesuai dengan Undang-Undang No 10 Tahun 1998 bank Konvensional selain menghimpun dana dari masyarakat, bank konvensional uga menyalurkan dana kepada unit defisit dalam bentuk kredit.

Kredit sendiri merupakan penyediaan uang atau tagihan yang telah disetujui dalam kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dan nasabah yang diwajibkan melunasi peminjaman dana terhadap bank konvensional dengan bunga dalam jangka waktu yang telah ditentukan dalam perjanjian tersebut. Sesuai penuturan dari ibu Astrid dalam wawancara yang telah peneliti lakukan.

Pada bank konvensional perhitungan kredit berdasarkan pokok pinjaman sehingga hubungan hukum yang terjadi antara bank dengan nasabah adalah hutang piutang cara perhitungan kredit pada bank konvensional menggunakan bunga flat, bunga efektif, dan bunga anuitas. Besaran bunga yang terdapat pada bank konvensional mencapai 6% sesuai dengan suku bunga yang telah ditetapkan. Untuk bank BNI sendiri memiliki suku

bunga mencapai 7% pertahun. Sesuai dengan ketentuan serta jenis yang diajukan nasabah kepada bank terkait. (Setiawan, 2018: 8)

4.1.2. Kualitas Hubungan (*relationship quality*) antara bank dan nasabah pada bank Syariah dan bank Konvensional

Penelitian kualitatif ini berfokus pada perspektif atau pandangan masyarakat sebagai nasabah bank BNI Kendari dan bank BSI MT. Haryono Kendari terhadap *relationship quality* (kualitas hubungan). Perspektif merupakan suatu pandangan manusia dalam mengambil kesimpulan atas aktifitas yang diterima melalui panca indra yang menjadi suatu informasi yang bermakna. Martono (2010) menyatakan bahwa perspektif ialah suatu cara pandang kita terhadap suatu masalah yang terjadi, atau sudut pandang tertentu yang digunakan dalam melihat suatu fenomena.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam perbandingan perspektif ekonomi masyarakat bank syariah dan bank konvensional dalam pendekatan *Relationship Quality*, penelitian ini juga menggali informasi nasabah mengenai komunikasi kepada nasabah, kepercayaan nasabah, komitmen nasabah, serta keuntungan bagi nasabah dalam melakukan transaksi serta menggunakan produk bank syariah maupun bank konvensional.

A. Kualitas Hubungan (*relationship quality*) Antara bank dan nasabah pada bank syariah (BSI MT Haryono Kendari)

Bank syariah adalah bank yang dalam aktivitasnya penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah. Dasar perbankan mempunyai tiga fungsi utama yaitu menerima titipan dana, meminjamkan uang serta jasa pengiriman uang adalah boleh dilakukan, kecuali bila dalam melaksanakan fungsi perbankan melakukan hal-hal yang dilarang dalam konteks syariah. Bank syariah tidak diperuntukkan untuk umat islam saja, tetapi terbuka untuk umum karena yang berbeda hanya sistemnya saja.

Produk yang diluncurkan beragam sesuai dengan kebutuhan masing-masing nasabah, yang notabennya kebanyakan adalah mahasiswa, tidak sedikit juga dari kalangan wirausaha, guru maupun dosen, dan dari berbagai profesi. Tidak menutup kemungkinan produk yang mereka gunakan sesuai kebutuhan namun disisi lain ada kekurangan dan kelebihan masing-masing. Produk yang disediakan oleh bank syariah maupun bank konvensional, nasabah dari bank yang terkait sangat bervariasi. Sehingga nasabah memiliki perspektif masing-masing terkait produk yang ditawarkan. Dalam wawancara yang peneliti lakukan bersama beberapa narasumber yang memahami bahwa BSI maupun BNI memiliki produk yang sangat variatif, dengan potongan tiap bulannya berbeda-beda sesuai produk yang digunakan. Hal tersebut dikemukakan oleh narasumber sebagai berikut:

“untuk bank BSI sendiri, kalau menurut saya ada potongan tiap bulannya hanya tidak besar terus tidak memiliki saldo mengendap yang tidak bisa ditarik sampai isi rekening sisa Rp.0.- maksudnya kayak di bank lain ada yang harus tersisa 50 dan itu sudah tidak bisa ditarek begitu kak, berarti dari sini mi sa ambil kesimpulan kalau bank syariah itu minim sekali yang namanya riba”. (Asnur, Wawancara 09 September 2022)

Dari hasil wawancara diatas masyarakat memiliki perspektif bahwa bank syariah tidak memungut biaya yang sangat besar yang berarti tidak menggunakan sistem riba. Dalam sistem perbankan syariah juga tidak diperbolehkan menggunakan sistem bunga atau riba, namun kurangnya pengetahuan masyarakat awam sehingga banyaknya yang masih menggunakan atau mempercayakan kebutuhannya dengan menggunakan sistem riba atau bunga dengan bertransaksi menggunakan bank konvensional.

Wawancara yang peneliti lakukan kepada salah satu narasumber mengatakan bahwa bank Syariah maupun Bank Konvensional ada perbedaan antara keduanya. Sehingga dapat menimbulkan perspektif nasabah antara bank syariah dan bank konvensional, dalam wawancara sebagai berikut:

“kalau menurut saya bank syariah itu kalau dihitung-hitung perbulannya tidak ada potongan tapi kembali lagi pake akad dan produk apa, kalau saya pakai produk tabungan easy wadiah tentu dengan akad wadiah sesuai dengan nama dari produknya” (Widiastuti, Wawancara, 20 september 2022).

Wawancara yang peneliti lakukan bersama saudari Widiastuti, saudari menyadari bahwa produk yang beliau gunakan adalah produk

yang tidak memiliki atau tidak mengandung riba atau tambahan. Salah satu narasumber peneliti juga mengatakan bahwa ada produk bank syariah yang memiliki potongan tiap bulannya seperti yang saudara katakan dalam wawancara sebagai berikut:

“kalau saya pakai produk BSI easy mudharabah dengan akad mudharabah dan itu memang ada potongannya, namun potongan itu menurut saya yang namanya bagi hasil berarti potongan itu sebagai bagi hasil saya dengan BSI, dan itu termasuk biaya admin pengelolaan rekening.” (Pinky, wawancara, 10 September 2022)

Wawancara diatas menunjukkan bahwa dalam bank BSI sistemnya bagi hasil dan jelas administrasi pengelolaan rekening, dengan begitu sudah jelas bahwa bank syariah tidak menggunakan sistem riba atau tambahan.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh perspektif nasabah terhadap bank syariah ini maka ada beberapa unsur yang harus diperhatikan dalam pengelolaan pelayanan terhadap nasabah seperti Kepercayaan, komitmen, komunikasi serta keuntungan (laba). Dari keempat unsur tersebut maka bisa kita melihat perspektif nasabah terhadap bank syariah dalam pendekatan *relationship quality* sebagai berikut:

a. Kepercayaan

Kepercayaan akan muncul dari sebuah keyakinan bahwa hubungan kerjasama akan memberikan manfaat seperti apa yang diharapkan oleh kedua belah pihak. Ketika kepercayaan muncul, maka akan terjalin sebuah hubungan kerjasama jangka panjang

yang tidak melupakan sikap saling jujur, ketika kepercayaan dan kejujuran ada maka akan terjadi peningkatan hubungan kerjasama, sehingga memberikan keuntungan bagi pihak-pihak yang terlibat sehingga laba yang diharapkan akan semakin meningkat serta *relationship quality* (kualitas hubungan) akan meningkat karena adanya kerjasama yang baik antara nasabah dan pihak bank (Huang, 2012).

Salah satu narasumber peneliti mengatakan bahwa dengan didasari percaya maka dengan begitu mudah nasabah untuk menetap dengan produk yang telah digunakannya, sebagaimana dalam wawancaranya sebagai berikut:

“kalau menurut saya sebagai nasabah yang terbilang cukup lama menjadi nasabah bank BSI, untuk percaya saya sudah percayakan kepada bank BSI untuk berbagai transaksi apapun itu secara online atau lewat mobile bankingnya maupun dengan saya datang langsung ke kantornya.”(widiastuti, Wawancara, 12 September 2022)

Dalam wawancara lain juga narasumber mengatakan bahwan dengan pelayanan yang diberikan oleh bank BSI juga menimbulkan kepercayaan yang baik, dan itulah salah satu prosedur yang harus diterapkan. Dengan diterapkannya pelayanan yang baik maka dengan sendirinya kepercayaan nasabah tumbuh dengan sendirinya dalam wawancara narasumber mengatakan sebagai berikut:

“Dengan memberikan edukasi tentang pelayanan yang baik dan itu di aplikasikan dalam melayani nasabah,

maka tumbuhlah rasa percaya sedikit demi sedikit. Sehingga kita memiliki nilai yang baik dimata nasabah maupun calon nasabah.” (inung farida, Wawancara, 30 September 2022).

Dari wawancara diatas bisa disimpulkan bahwa dunia perbankan tidak akan maju jika rasa percaya tidak tumbuh antara pihak bank dan juga nasabah, sebegitu pentingnya rasa percaya yang harus terus meningkat didunia perbankan, jika kepercayaan tidak tumbuh diantara keduanya maka tidak ada keuntungan yang diperoleh, selain itu bank juga perlu memberikan yang terbaik untuk nasabahnya.

b. Komitmen

Sheth dan Mittal berpendapat bahwa komitmen ialah hasrat atau keinginan kuat untuk mempertahankan dan melanjutkan relasi atau yang telah dirasakannya dan dipandang penting juga bernilai jangka panjang. Dengan begitu nasabah pun akan membangun kerjasama jangka panjang jika dari pihak bank memberikan kualitas yang terbaik dalam hal apapun itu terutama dalam kualitas hubungan.

Seiringnya waktu bank BSI mulai meningkatkan kualitas hubungannya dengan nasabah, dengan segala cara agar nasabahnya tetap berkomitmen untuk tetap menjadi nasabah dari bank BSI tersebut, salah satu pendapat dari narasumber dalam wawancara sebagai berikut:

“berkomitmen dalam hal menjadi nasabah BSI ini, saya sudah lama menjadi nasabah bank BSI mungkin ini

sudah termasuk komitmen saya terhadap bank BSI untuk tetap menjadi nasabahnya, karena dilihat dari produk yang saya pakai, fasilitas yang diberikan memadai dan mudah di pahami, jadi selama kurang lebih setahun setengah saya menjadi nasabah bank BSI juga tidak ada masalah ataupun kendala.”(Pinky, wawancara, 05 Oktober 2022)

Wawancara diatas menunjukkan bahwa kualitas hubungan antara nasabah dan bank itu harus terjalin dengan baik sehingga secara tidak langsung nasabah akan tetap menabung di bank BSI. Dengan berkomitmennya nasabah untuk tetap menjadi nasabah bank BSI maka keuntungan yang didapatkan meningkat secara berkala. Narasumber lain berpendapat bahwa dengan adanya kemudahan bertransaksi menjadi salah satu nasabah akan tetap menjadi nasabah bank BSI dalam wawancaranya sebagai berikut:

“menurut saya dengan mudahnya kami bertransaksi lewat bank BSI juga salah satu alasan mengapa nasabah seperti saya ingin tetap menjadi nasabah bank BSI, karena itu mudahnya bertransaksi memberikan kami kenyamanan dan dengan begitu kualitas hubungan antara nasabah dan bank tetap terjaga dengan baik.”(Asnur, wawancara, 12 september 2022)

Dalam hal ini berkomitmen tetap menjadi nasabah adalah keputusan yang sulit jika pihak bank tidak memberikan pelayanan yang baik untuk nasabahnya sehingga kualitas hubunganyang diperoleh nasabah sangat minim. Namun

sebaliknya jika pihak bank sangat memperhatikan nasabah akan terjalin kualitas hubungan yang baik.

c. Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu faktor kualitas hubungan antara nasabah dan bank terjalin dengan baik tentu dengan penyampaian yang baik, bertutur kata yang sopan sehingga individu yang diberikan informasi mudah memahami dengan baik sehingga terjalinlah kualitas hubungan berjangka panjang.

Jika komunikasi terjalin dengan baik maka nasabah akan dengan senang hati memberikan ulasan yang baik juga seperti yang dikatakan oleh salah satu narasumber peneliti dalam wawancaranya sebagai berikut:

“komunikasi BSI, saya rasa bagus karena saat saya buat rekening saya masukkan email nah di email itu banyak promosi atau fitur baru untuk mobile bankingnya, begitupun dengan penyampaian secara langsung, kalau ada produk baru di BSI mereka memberitahu, atau ada fitur baru di mobile bankingnya diberitahu dengan tutur kata yang sopan dan baik” (Pinky, wawancara (09 September 2022)).

Sesuai dengan wawancara diatas bahwa dalam komunikasi bank BSI mampu bertutur kata yang baik, baik secara virtual maupun secara langsung. Dengan begitu bank BSI sangat memperhatikan komunikasi kepada nasabah. Dalam wawancara dengan narasumber lain mengatakan bahwa komunikasi salah satu faktor penting untuk membangun relasi yang baik kepada nasabah sehingga muncullah kenyamanan dan

juga kepercayaan nasabah terhadap bank BSI itu sendiri dalam wawancaranya sebagai berikut:

“selain kepercayaan yang baik dengan nasabah, komunikasi juga salah satu faktor yang penting untuk nasabah tetap menggunakan rekening bank BSI, dengan komunikasi yang baik juga promosi, produk baru, fitur baru dan lain sebagainya yang disampaikan dengan tutur kata yang baik akan tersampaikan dengan baik pula, kalau tidak baik cara penyampaiannya atau tidak ada pemberitahuan promosi atau produk baru kita ketinggalan dalam mengolah nasabah. Dengan kita mengolah nasabah dengan baik maka nasabah akan nyaman, dan terlebih akan percaya dengan produk yang kita ajukan” (Inung, Wawancara, 30 September 2022).

Wawancara diatas menyimpulkan bahwa dengan banyaknya informasi yang diperoleh nasabah dan tersampaikan dengan baik. Dengan beitu nasabah akan berinisiatif untuk menggunakan produk baru ataupun fitur baru yang diberitahukan kepada nasabah.

d. Keuntungan

Keuntungan juga merupakan salah satu faktor yang membuat nasabah tertarik untuk menabung di bank BSI, karena dengan menabung ataupun buka rekening di bank BSI nasabahnya mendapatkan beberapa keuntungan yang dijelaskan salah satu narasumber peneliti sebagai berikut:

“saya sebagai nasabah merasa ada keuntungan yang diperoleh nasabah itu banyak, kalau akan mau membuka rekening tidak perlu lagi datang dikantor cukup dengan

menggunakan mobile banking saja mendaftarnya mudah ikuti sesuai arahan yang ada diaplikasi, keuntungan lain yang diperoleh nasabah adalah bank BSI memberikan penawaran akad wadiah yang tidak memiliki potongan administrasi pengolahan rekening tiap bulan.” (Asnur, wawancara, 01 Oktober 2022).

Keuntungan yang nasabah dapatkan dengan produk yang digunakan dapat memberikan kemudahan bagi nasabah yang hanya bertransaksi ringan saja seperti transfer, nabung dan lain-lain.

Bank syariah terdapat dua akad yang di terapkan yaitu akad mudharabah dan makan wadiah. Akad mudharabah banyak digunakan nasabah yang menggunakan rekening deposit serta nasabah yang mempunyai dana lebih agar bisa di bagi hasil, sedangkan akad wadiah digunakan untuk kebutuhan sehari-hari, seperti produk tabungan dan lain sebagainya. Sebagaimana yang dikatakan salah satu narasumber dalam wawancaranya sebagai berikut:

“saya nasabah BSI yang menggunakan akad wadiah dan itu saya pakai untuk kebutuhan saya sehari-hari seperti membeli pulsa listrik, pulsa handphone, transfer anak saya, dan belanja online, kalau untuk akad mudharabah saya pake rekening deposito. Karena rekening deposito untuk menabung masa depan anak saya untuk uang pensiun kelak dan juga saya sertifikasi kemenag jadi kalau masuk gaji triwulan sama dengan deposito saya.” (Pinky, Wawancara, 05 Oktober 2022)

Narasumber diatas menerangkan bahwa rekening deposito yang menggunakan akad mudharabah sangat membantu dalam menabung untuk di masa depan kelak. Sedangkan dengan menggunakan akad wadiah dengan produk BSI easy wadiah narasumber gunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Dari sini dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan produk dari bank BSI sangat membantu dalam kehidupan sehari-hari serta di masa yang akan datang.

B. Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) antara bank dan nasabah pada bank Konvensional (BNI Kendari)

Bank umum konvensional atau yang biasa disebut dengan bank umum adalah badan usaha yang menjalankan kegiatan usahanya dalam bidang jasa keuangan baik secara konvensional. Bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan jenisnya terdiri atas Bank umum Konvensional dan Bank Pengkreditan Rakyat.

Produk yang beraneka ragam diluncurkan bank BNI yang menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, itulah satu satu ketertarikan dari bank BNI yang saat ini banyak diminati oleh berbagai kalangan usia serta berbagai profesi yang membutuhkan media untuk menyimpan dana yang dimilikinya. Hal ini dijelaskan oleh salah satu narasumber peneliti dalam wawancaranya sebagai berikut:

“kalau untuk produk yang saya gunakan itu tabungan yang banyak memiliki kelebihan namun ada juga kekurangannya, produk yang saya gunakan ini sesuai dengan kebutuhan sehari-

hari saya sebagai mahasiswa seperti membeli pulsa listrik, kuota *handphone*, terus untuk aplikasi yang disediakan juga mudah di mengerti cara penggunaannya. Apalagi saya jauh dari orangtua untuk mengirimkan saya uang untuk jajan lewat rekening ini, karena bank BNI ini salah satu bank yang BUMN jadi bisa ditemui di mana-mana.” (Dewi, Wawancara, 09 Agustus 2022)

Wawancara yang dilakukan peneliti dengan narasumber diatas diperoleh temuan bahwa bank BNI mamapu memberikan produk yang baik dan memenuhi kebutuhan sehari-hari nasabahnya serta dipenuhi dengan aplikasi *mobile banking* yang sangat mudah cara penggunaannya. Sesuai dengan penjelasan narasumber peneliti sebagai berikut:

“kami sangat memprioritaskan kemudahan serta kenyamanan untuk nasabah, meskipun ada juga keluhan yang kami dapat, tapi dengan begitu kami jadi semangat untuk perbaikan sistem kami, tapi sisi lain sebagian besar nasabah kami sangat puas dengan produk yang kami tawarkan”(Astrid, wawancara, 30 September 2022)

Kepentingan nasabah adalah dengan memberikan pelayanan yang baik, menawarkan produk yang baik sesuai dengan kebutuhan nasabah, memberikan masukan nasabah ketika ada keluhan, selain pelayanan yang baik ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas hubungan anatara nasabah dan bank BNI, yaitu sebagai berikut:

a. Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu keputusan seseorang dalam mengambil tindakan, dengan didasari rasa percaya diri maka tindakan yang diambil tidak akan mengecewakan. Sama halnya

dengan menggunakan suatu produk dalam perbankan baik itu syariah maupun konvensional.

Kepercayaan sendiri dapat mempengaruhi dalam segala hal termasuk dalam dunia perbankan, jika tanpa kepercayaan nasabah tidak akan membuka rekening suatu bank. Jika kepercayaan telah tumbuh dalam perbankan maka secara tidak langsung bank itu sendiri memiliki value atau nilai dari pandangan atau perspektif calon nasabah. Terkait dengan percaya salah satu narasumber peneliti memiliki pendapat dalam wawancaranya sebagai berikut:

“saya menjadi nasabah bank BNI sudah lama, dan saya percaya terhadap BNI karena dari dulu sampai sekarang sangat membantu saya dalam bertransaksi, dulu kan masih pakai slip pembayaran untuk bertransaksi sekarang karena sudah canggih pakai aplikasi mobile banking dan juga mudah dipahami” (Ariyadi, Wawancara, 10 September 2022)

Pada wawancara yang dilakukan peneliti dengan narasumber sebagai nasabah bank BNI kendari mengatakan bahwa bank yang beliau gunakan saat ini ternilai bagus, namun sisi lain bank BNI memiliki potongan tiap bulan yang lumayan besar, sesuai dengan yang narasumber katakan dalam wawancara yang telah dilakukan sebagai berikut:

“setiap bank pasti memiliki inovasi sendiri, sama dengan bank BNI ini punya inovatif sendiri dengan minimal saldo mengendap tidak dibatasi. Namun potongan tiap bulan dari setiap produk juga beda ada Rp. 5.000 sampai

ada yang Rp.13.000, kalau untuk pembiayaan atau pinjaman biaya adminnya kurang lebih 1% mereka ambil itupun untuk administrasi pengolahan rekening” (Dimas, wawancara, 14 September 2022).

Dari hasil wawancara dari salah satu narasumber bank konvensional yang memiliki perspektif bahwa inovatif yang dimiliki bank BNI sangat baik, namun disisi lain potongan tiap bulan disebut sebagai biaya administrasi setiap bulannya serta pajak yang telah diakulasikan oleh pihak bank tersebut. Banyaknya nasabah yang mempercayakan hal ini kepada pihak bank BNI.

b. Komitmen

Berkomitmen dengan perspektif yang telah diputskan dalam hal ini untuk menjadi nasabah bank BNI ialah salah satu kualitas hubungan yang harus dipertahankan untuk mendapatkan keuntungan kedua pihak, dengan adanya pelayanan yang baik akan terjalin dengan baik pula hubungan antara nasabah dan bank.

Komitmen juga bisa didasari oleh kepercayaan, dengan adanya percaya maka nasabah akan tetap berkomitmen menjadi nasabah dari bank tersebut, seperti yang dikatakan salah satu narasumber peneliti dalam wawancaranya sebagai berikut:

“dengan produk yang beraneka ragam bank BNI banyak memberikan masukan atau saran yang lebih baik untuk menggunakan produk apa yang sesuai dengan kebutuhan sehari-hari nasabah, dilengkapi dengan fasilitas seperti mobile banking produk yang sesuai kebutuhan sehingga

bertransaksi lebih mudah, itu salah satu alasan saya tetap menjadi nasabah bank BNI ini.” (Ariyadi, wawancara, 10 September 2022)

Sebagaimana yang telah dipaparkan diatas maka bisa disimpulkan bahwa bank BNI memiliki banyak produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya serta di lengkapi uga fasilitas yang memadai seperti *mobile banking* yang menunya mudah dipahami oleh nasabah. Serta itulah yang menjadi alasan nasabah tetap menjadi nasabah bank BNI. Dalam wawancara yang dilakukan peneliti pada narasumber sebagai berikut:

“saya cukup nyaman menggunakan produk dari bank BNI karena rekening bank BNI ini termasuk bank yang cukup murah potongannya serta dalam bertransaksi menarik tidak harus ada saldo mengendapnya, kalau di bank lain itu harus ada saldonya 50 ribu baru kalau sisa 50 ribu di atm sudah tidak bisa ditarik, tapi kalau di atm bank BNI ini sisa 50 ribu saldo di atm masih bisa ditarik” (Dewi, wawancara, 09 Agustus 2022)

Seperti yang telah dipaparkan narasumber diatas bahwa bank BNI cukup memberi kemudahan dalam bertransaksi sehingga memberikan suatu alasan untuk tetap berkomitmen menjadi nasabah bank BNI seperti yang dikatakan narasumber diatas bahwa BNI memiliki inovasi tersendiri sehingga memberikan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi.

c. Komunikasi

Komunikasi merupakan faktor yang menjadi pengaruh terhadap *relationship quality* (kualitas hubungan), komunikasi

ialah dipandang sebagai unsur mendasar bagi suatu keberhasilan bagi kualitas hubungan, dengan bertutur kata yang baik akan membuat nasabah tersanjung dan memberikan yang terbaik untuk nasabahnya, sebagaimana narasumber peneliti katakan dalam wawancaranya sebagai berikut:

“bank BNI sangat memberikan informasi yang bermanfaat bagi nasabahnya yang paling penting itu informasi tentang adanya promosi atau adanya produk baru atau ada pembaruan yang terpenting atau ada yang harus di upgrade berkas atau ada fitur baru dari mobile banking”(Dimas, wawancara, 14 September 2022).

Nasabah yang satu ini memberikan alasan mengapa komunikasi harus selalu terjalin antara nasabah dan bank BNI karena sangat mempengaruhi *relationship quality* (kualitas hubungan) dengan terjalinnya hubungan yang baik dengan komunikasi yang terbaik kepada nasabahnya. Komunikasi yang dibangun harus dengan bertutur kata yang baik sehingga memberikan kenyamanan bagi nasabah dan tersampaikan dengan sopan baik secara virtual maupun secara langsung. Dalam wawancara yang dilakukan peneliti pada salah satu narasumber sebagai berikut:

“untuk informasi yang kami sampaikan kepada nasabah kami baik itu ada promosi atau adanya produk baru kami menyampaikan secara virtual ataupun ketika kita berhadapan langsung dengan nasabah, tentu kami menyampaikannya dengan kata-kata yang sopan dan

sesuai dengan SOP yang telah di tentukan dari pusat”(Astrid, wawancara, 30 September 2022)

Wawancara yang dilakukan peneliti seperti yang diatas dapat disimpulkan bahwa pegawai telah memberikan informasi dengan komunikasi yang baik. Untuk menyampaikan produk baru, promosi dan lain sebagainya, bank BNI lakukan ketika berhadapan langsung dengan nasabah ataupun melalui aplikasi *mobile banking* serta email nasabah.

d. Keuntungan (Laba)

Pada dasarnya setiap badan usaha memiliki tujuan yaitu memperoleh laba (keuntungan). Suatu badan usaha dalam memperluas usahanya harus ditunjang dengan adanya laba usaha. Besarnya laba yang dicapai menjadi ukuran sukses atau tidaknya suatu badan usaha. Selain dari nilai keuntungan, laba juga ternilai dari apa saja yang nasabah dapatkan dalam menggunakan produk maupun layanan dari bank BNI. Sebagaimana wawancara yang telah peneliti lakukan pada salah satu narasumber sebagai berikut:

“untuk keuntungan menggunakan rekening BNI itu aman dalam bertransaksi, produk keuangan yang ditawarkan juga sesuai dengan kebutuhan saya. Terus bagus BNI kalau mau bertransaksi gampang mesin ATM nya ada dimana-mana, *mobile banking*nya juga mudah digunakan, tapi kadang susah dibuka atau lambat responnya” (Ariyadi, wawancara, 10 Oktober 2022).

Bank BNI juga mempunyai ulasan yang baik dari salah satu narasumber peneliti saat di wawancarai, sebagai bentuk apresiasi yang diberikan nasabah kepada bank BNI karena telah memberikan pelayanan yang baik serta keuntungan yang diberikan kepada nasabahnya, narasumber mengatakan bahwa bank BNI adalah bank yang terbaik untuk kategori Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dalam wawancaranya sebagai berikut:

“karena saya sudah lama menjadi nasabah bank BNI ini yah, dimanapun saya bepergian saya selalu mudah dalam bertransaksi karena mudah mendapatkan mesin ATM ada dimana-mana dengan menggunakan *mobile banking* yang mudah dipahami, kalau saya ada masalah dalam bertransaksi pegawai bank BNI ini sangat bertanggung jawab dalam hal melayani nasabah dengan baik, contohnya kemarin kartu ATM saya tertelan dalam mesin ATM saya melapor untuk dibuatkan yang baru, ternyata tidak sampai sehari sudah jadi atm baru saya, walaupun mengantri lama yah saya paham karena buka Cuma saya nasabahnya, tapi untuk membuat kartu ATM baru termasuk cepat.” (Dimas, wawancara, 10 Oktober 2022).

Jawaban narasumber diatas mengartikan bahwa pelayanan berperan penting dalam memberikan keuntungan untuk menjadi nasabah bank BNI, dengan begitu value atau nilai bank itu sendiri menjadi meningkat bahkan jika dibarengi dengan pelayanan yang baik maka akan lebih meingkatkan ulasan yang diperoleh bank BNI.

Dengan demikian bank syariah maupun bank konvensional memiliki integritas yang baik dalam melayani nasabahnya. Dengan

memiliki pelayanan yang baik dapat menarik kepercayaan nasabah, serta memiliki cara komunikasi yang menarik perhatian nasabah sehingga nasabah berkomitmen untuk tetap menjadi nasabah bank tersebut, dengan komitmen tersebut bank syariah maupun bank konvensional memiliki keuntungan atau laba yang meningkat.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti, bisa diambil kesimpulan bahwa bank syariah dan bank konvensional memiliki banyak perbedaan, dari segi produk yang dimiliki maupun akad yang mereka miliki ataupun prosedur dalam melakukan pembiayaan atau pinjaman. Dengan adanya keunggulan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa bank syariah maupun bank konvensional memiliki keunggulan masing-masing yang menguntungkan untuk nasabah yang menggunakan produknya, dengan adanya keunggulan masing-masing justru meningkatkan persaingan antara kedua belah pihak karena saling bersaing dalam konteks yang sama yaitu dalam dunia perbankan.

4.2. Pembahasan

Perspektif menurut Martono (2010) cara pandang yang digunakan oleh manusia ketika melihat suatu fenomena atau suatu masalah yang sedang terjadi. Selain Martono, peneliti lain juga berpendapat bahwa perspektif merupakan cara pandang atau wawasan yang digunakan untuk melihat dunia dari berbagai macam segi yaitu politik, ekonomi, dan budaya. (Suhandji & Waspada TS, 2004). Dalam dunia perbankan, perspektif mampu mendeskripsikan sejauh mana

kualitas hubungan yang terjalin diantara kedua pihak yaitu pihak bank dan nasabah.

Penelitian ini memiliki beberapa indikator yang mempengaruhi perspektif atau pandangan nasabah dalam pendekatan *relationship quality* (kualitas hubungan) yang terjalin antara bank dan nasabah maupun calon nasabah. Indikator yang mempengaruhi perspektif nasabah maupun calon nasabah dapat dilihat dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan yang diakulasikan dan di reduksi pada bagian hasil penelitian. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti menemukan perbandingan perspektif nasabah terhadap bank syariah dan bank konvensional dalam pendekatan *relationship quality* (kualitas hubungan).

4.2.1. Kualitas hubungan antara bank dan nasabah pada bank syariah dan konvensional

a. Kepercayaan

Kepercayaan nasabah tidak muncul dengan begitu saja, kepercayaan nasabah memiliki tahap demi tahap agar kepercayaan tercapai dengan didukung dengan pelayanan yang baik, membangun komunikasi yang baik sehingga nasabah percaya untuk menggunakan produk dari suatu bank baik itu bank syariah maupun bank konvensional. Dengan fungsi manajemen yang telah diterapkan kepada nasabah maupun calon nasabah. Dengan begitu nasabah maupun calon nasabah akan melihat dan memberikan respon yang baik terhadap bank tersebut sehingga memiliki kualitas hubungan yang baik.

Kepercayaan merupakan pondasi dari bisnis. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan (trust) ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain/mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Kepercayaan telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa agar kepuasan nasabah dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan (Yousafzai et al., 2003: 89-94).

Menurut beberapa nasabah bank BSI memberikan layanan yang baik, sehingga mereka tidak khawatir saat melakukan transaksi dengan menggunakan produk bank BSI, karena selama menggunakan produk dari bank BSI tidak ada masalah apapun, dengan adanya tawaran produk bank BSI nasabah tidak khawatir lagi dengan praktik riba yang banyak ditawarkan oleh koperasi dengan bunga yang tinggi, sedangkan dengan menggunakan produk pembiayaan dari bank BSI tidak menggunakan praktik riba namun menggunakan sistem bagi hasil yang adil sesuai dengan kesepakatan, selain memiliki produk yang menarik dan terhindar dari praktik riba bank BSI memiliki edukasi terhadap pelayanan yang dilakukan secara teratur oleh pihak yang bersangkutan sehingga pelayanan yang dimiliki bank BSI semakin meningkat dengan adanya edukasi pelayanan.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa bank BSI MT Haryono mampu memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan nasabah, melayani nasabah dengan baik, baik itu secara virtual ataupun secara tatap muka. Dengan pelayanan yang baik,

bahkan dengan berkomunikasi yang baik maka kepercayaan nasabah sedikit demi sedikit mulai tumbuh sehingga dengan kepercayaan yang nasabah ataupun calon nasabah miliki mampu memberikan *feedback* yang baik untuk bnk BSI sendiri karena dengan ulasan yang diberikan nasabah menjadi patokan nilai untuk calon nasabah. Selain pelayanan yang ditingkatkan dengan baik bank BSI MT Haryono juga mampu memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya. Dengan produk yang dilengkapi dengan akad mudharabah dan akad wadiah, sehingga peminat nasabah BSI berkembang pesat dari tahun ke tahun dengan akad yang sangat diminati adalah akad wadiah.

Akad wadiah merupakan akad yang sangat dominan dikalangan nasabah bank BSI, karena untuk administrasi pengolahan rekening tidak memungut biaya sepeser pun, sedangkan dengan akad mudharabah memiliki administrasi pengolahan rekening sebesar Rp.10.000,- namun akad ini cenderung diminati nasabah yang menggunakan produk deposito atau nasabah yang memiliki dana besar sehingga dapat dibagi hasil sesuai dengan yang telah disetujui oleh kedua belah pihak. Berdasarkan hal tersebut bank BSI memiliki hal yang patut dipercayai oleh nasabahnya karena mampu memberikan yang terbaik untuk nasabahnya.

Tidak hanya bank syariah saja yang dapat membangun kepercayaan dari nasabahnya, tetapi bank konvensional juga mampu memberikan kepercayaan terhadap nasabahnya agar terjalinnya kualitas hubungan yang baik dengan jangka yang panjang. Beberapa nasabah bank BNI mengutarakan bahwa bank BNI merupakan bank yang

berusaha memberikan yang terbaik kepada nasabahnya agar kepercayaan yang mereka dapatkan.

Sebelum terbentuknya bank BSI, bank BNI mampu bersaing dalam membangun kepercayaan nasabahnya dengan memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, dengan berbagai macam tarif yang murah dalam bertransaksi. Namun di sisi lain bank BNI merupakan bank yang sistemnya konvensional sehingga masyarakat atau nasabah yang muslim memberikan pendapat yang berbeda tentang hal ini, dikarenakan dalam perbankan islam tidak menggunakan sistem bunga melainkan sistem bagi hasil atau mudharabah. Namun di sisi lain bank BNI memiliki nilai bunga yang sangat rendah diantara bank konvensional yang lain pertahunnya. Tetap saja dalam hal ini dalam perbankan syariah tidak diperbolehkan. Seperti yang telah dijelaskan dalam al-qur'an surah Ar-Rum ayat 39, sebagai berikut:

آتَيْتُمْ آٰوَمَ اللّٰهِ عِنْدَ يَرْبُوَا فَلَا النَّاسِ اَمْوَالِ فِي لِّيَرْبُوَا رَبًّا مِّنْ اٰتَيْتُمْ وَمَا الْمُضْعِفُوْنَ هُمْ فَاَوْلٰئِكَ اللّٰهِ وَجَهَ تَرْيِدُوْنَ زَكُوَّةٍ مِّنْ

Terjemahan: “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, Maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).”

Dalam perbankan syariah biaya yang dipungut dari nasabah tanpa adanya kejelasan biaya apa yang dimaksud sudah dikatakan sebagai riba atau bunga, hal ini bertentangan dengan prinsip ajaran

islam yang ajarannya sangat peduli dengan kelompok masyarakat yang lebih rendah. Namun dalam sistem ekonomi konvensional malah sebaliknya, yang dihasut bukan hanya masyarakat ekonomi muslim saja, akan tetapi tokoh-tokoh dari non muslim juga. Riba kian marak terjadi ketika dunia terisolasi dengan adanya Covid-19, pinjaman online salah satunya banyak melibas sektor perekonomian masyarakat mulai dari kelas menengah kebawah.

b. Komitmen

Komitmen salah satu faktor penting lainnya dalam kualitas hubungan, dan variabel yang berguna untuk mengukur kecenderungan nasabah yang akan loyal dan memprediksi frekuensi pembelian yang akan terjadi di masa depan. dalam perbankan, Moorman (1995) dalam Ndubisi (2007) mengatakan bahwa komitmen ialah keinginan untuk mempertahankan kualitas hubungan yang bernilai. Komitmen akan menjadi tinggi bagi individual yang percaya bahwa mereka terima nilai lebih dari adanya sebuah hubungan. Mowday (1979) dalam Ndubisi (2007: 98) mengemukakan bahwa nasabah yang memiliki komitmen yang tinggi akan secara terus menerus sehingga menikmati keuntungan dari kualitas hubungan yang terjalin. (Ndubisi dkk, 2007: 98)

Komitmen itu sendiri menambahkan peran penting dalam kualitas hubungan antara pembeli dan penjual, lain kata nasabah dan pihak bank. Jika *quality* (kualitas) sangat dipengaruhi oleh sifat individu yang terlibat, maka sifat dasar *relationship* (hubungan) antara pihak bank dan nasabah dapat mengesampingkan beberapa efek karakteristik interpersonal.

Komitmen yang dilakukan nasabah bank BSI sangat bervariasi, dengan berbagai alasan yang membuat nasabah untuk berkomitmen memiliki hubungan berjangka panjang dengan bank BSI. Nasabah yang telah berkomitmen untuk tetap berhubungan dengan bank BSI adalah nasabah yang terikat seperti memiliki rekening gaji, atau melakukan pembiayaan, pinjaman dan lain sebagainya. Namun dari beberapa wawancara yang telah dilakukan ada nasabah yang memang pada dasarnya ingin berkomitmen dengan bank BSI tanpa adanya alasan tertentu, karena narasumber sangat menyukai bank BSI, mulai dari pelayanan yang diberikan bank BSI, fasilitas yang diberikan bank BSI, dan berbagai promo-promo yang ada.

Belum lagi ada program baru yaitu membuka rekening lewat aplikasi dengan menggunakan kode promo yang nasabah miliki, dengan menggunakan kode promo itu nasabah dan calon nasabah mendapatkan masing-masing RP.20.000-. setiap nasabah memiliki kode promo, dengan begitu pemasaran terbilang sangat kreatif bank BSI serta sangat luas. Promosi tersebut disampaikan melalui email ataupun melalui mobile banking masing-masing nasabah.

Dengan adanya banyak promo di BSI mampu memberikan keyakinan kepada nasabah agar tetap bersama bank BSI, selain promosi yang ada kepuasan nasabah termasuk yang paling utama, sebagai penyedia jasa, harus selalu memperhatikan kepuasan nasabahnya, sehingga dengan puasnya nasabah maka terjalinlah komitmen yang tinggi dalam hubungan dengan jangka yang panjang.

Bank BNI yang tidak merasa tersaingi kini memiliki inovatif terbaru yaitu saat ini sudah bisa membuka rekening melalui mobile banking tanpa harus mengantri di bank, akan tetapi dengan produk tertentu, seperti tabungan taplus yang tidak memiliki buku rekening. Bank BNI juga memiliki produk yang lengkap, untuk simpanan pensiun, menabung untuk masa depan, menabung untuk anak dari umur 0-17 tahun, dan lain sebagainya, sehingga nasabah bisa memilih berbagai macam produk dari bank BNI sesuai dengan kebutuhannya. Selain produk yang dimiliki berbagai macam bank BNI juga mampu memberikan kepuasan nasabah dengan pelayanan yang baik serta fasilitas yang sangat memadai.

c. Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu tindakan yang memberikan informasi kepada orang lain dengan tujuan orang tersebut mengetahui informasi yang telah diumumkan. Komunikasi memiliki arti sebagai kemampuan untuk menyediakan informasi yang tepat dan akurat. Saat ini terdapat pemahaman baru terhadap komunikasi sebagai dialog interaktif antara perusahaan dan pelanggan yang meliputi kegiatan pra penjualan, penjualan, konsumsi dan fase setelah konsumsi. Komunikasi dalam konteks pemasaran hubungan memiliki arti sebagai tindakan untuk menjaga hubungan dengan pelanggan, menyediakan informasi yang tepat dan akurat, dan mengkomunikasikan secara aktif jika muncul permasalahan (Ndubisi, 2007: 106).

Komunikasi yang dibangun bank BSI akurat dengan nasabah bukan cuma bank BSI saja dari wawancara yang telah dilakukan

peneliti ternyata bank BNI juga memberikan informasi sangat baik dan tentu bank BNI sangat bersaing sengit dengan bank lain dalam berkomunikasi dengan nasabahnya tentu dengan prosedur-prosedur yang dimiliki, sehingga nasabah menjadi nyaman, tentram, karena informasinya yang bank sampaikan itu tidak perlu dengan brosur yang dibagikan. Karena zaman sekarang digital yang paling diutamakan karena sangat mudah diakses tidak seperti zaman dulu dibagikan lewat brosur bagikan satu-satu kepada nasabahnya.

Berbagai informasi yang didapatkan nasabah melalui sosial media dari bank BSI maupun bank BNI mulai dengan penukaran kartu atm, mengupgrade mobile banking dengan adanya fitur baru. Tentu sangat mudah diakses. Dengan kalangan nasabah yang muda-mudi, yang transaksinya harus sangat cepat maka banyak yang memberikan acungan jempol untuk kedua bank ini. Namun mobile banking yang dimiliki bank BNI ini masih harus ditingkatkan lagi, menurut beberapa nasabah bank BNI bahwa mobile banking yang dimiliki bank BNI ini lama muncul fiturnya sehingga membuat nasabah kurang nyaman. Bank BSI sangat memberikan kenyamanan pada nasabah dengan adanya mobile banking yang sangat modern dan tidak tertinggal, fiturnya lengkap, diakses juga tidak memakan waktu yang lama kecuali aringan yang kurang bagus.

d. Keuntungan (laba)

Definisi laba menurut Zaki Baridwan (2000: 31) laba (*gains*) adalah kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari transaksi atau kejadian

lain yang mempengaruhi badan usaha selama satu periode kecuali yang timbul dari pendapatan (*revenue*) atau investasi oleh pemilik.

Bank syariah menggunakan pendekatan bagi hasil untuk mendapatkan keuntungan, sementara bank konvensional justru menggunakan konsep biaya untuk menghitung keuntungan dalam nasabah. Setiap pinjaman atau pembiayaan yang diberikan kepada nasabah, bank syariah memberikan keterangan bagi hasil bank dan nasabah.

Keuntungan yang nasabah dapatkan dari bank BNI dan bank BSI ini banyak, seperti kartu ATM, buku Rekening, mobile banking, dan banyaknya informasi yang di dapatkan ketika menjadi nasabahnya. Namun, tentu beda dalam perbankan syariah dan konvensional. Dalam perbankan syariah tidak menggunakan sistem bunga atau riba akan tetapi bagi hasil, kedua belah pihak mendapatkan hasil yang adil, pembagian hasil biasanya 40:60, 50:50, atau 70:30 dan sebagainya seperti yang disepakati dengan tidak lebih banyak dari satu sisi saja. Sedangkan dalam perbankan konvensional, semua keuntungan yang di dapatkan bank dari pinjaman yang nasabah ajukan, tidak ada pembagian hasil yang disepakati pada awal akad. Dengan yang telah di sepakati di awal bunga yang masa rata sesuai dengan pinjaman apa yang digunakan untuk mengambil uang di bank.

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan kualitas hubungan (relationship quality) antara bank dan nasabah pada bank syariah dan bank konvensional dengan beberapa indikator dari kualitas hubungan dapat disimpulkan bahwa, sebagai berikut:

- a. Nasabah mempercayai bank BNI Kendari dan bank BSI dengan pelayanan, produk, serta fasilitas yang diberikan kepada nasabah. Namun, untuk bank BNI sendiri dari kalangan nasabah muslim bank BNI tidak percaya untuk mengambil dana pinjaman yang ada di bank BNI , karena di bank konvensional menggunakan sistem bunga atau riba, sedangkan di bank BSI tidak menggunakan sistem riba atau bunga, namun menggunakan sistem bagi hasil. Jika nasabah telah mempercayai bank BNI dan bank BSI maka komitmen akan terjalin dengan sendirinya sehingga nasabah tidak lagi ragu untuk menetap atau berpindah ke bank lain.
- b. Didukung dengan komunikasi yang baik dengan informasi-informasi yang diberikan kepada nasabah maka dengan begitu nasabah akan memantapkan untuk tetap berlanggan dengan bank terkait. Nasabah sangat mengapresiasi kepada bank BNI dan bank BSI karena komunikasi yang dibangun sangat baik tidak ada perbedaan atas keduanya.

- c. Keuntungan yang nasabah maupun bank sangat banyak, untuk bank BSI sendiri memberikan fasilitas yang memadai, namun untuk mesin ATMnya sendiri masih kurang diberbagai wilayah hanya ada di pusat kota saja di kota Kendari. Sedangkan untuk bank BNI dari fasilitas banyak mulai dari ATM yang ada dimana-mana serta fasilitas untuk di kantor banknya juga aman dan nyaman untuk nasabah. Selain fasilitas bank BSI dan BNI sangat memperhatikan nasabah semua keluhan ditanggapi dengan baik. Tidak hanya bank yang untung akan tetapi nasabah juga merasakan kepuasan dengan adanya pelayanan yang baik informasi-informasi tersampaikan dan diterima dengan baik sehingga kepuasan nasabah memberikan nilai tersendiri untuk bank BNI dan Bank BSI.

5.2. Saran

Dari beberapa kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran kepada bank BNI Kendari dan bank BSI MT Haryono serta nasabah, sebagai berikut:

1. Dengan adanya penelitian ini di harapkan para nasabah lebih mampu memahami dan bisa memanfaatkan jasa dari bank BNI Kendari dan BSI MT Haryono Kendari secara baik. Selain itu pihak bank BNI Kendari dan bank BSI MT Haryono Kendari juga harus lebih meningkatkan lagi pelayanan nasabah sehingga dapat meningkatkan jumlah-jumlah nasabah serta kepercayaan nasabah karena adanya pandemi covid 19 yang kita ketahui mengharuskan masyarakat untuk tidak melakukan kontak langsung dan pihak bank

harus lebih memberikan pemahaman atas produk-produk yang di milikinya kepada nasabah.

2. Untuk BNI Kendari, ditingkatkan lagi untuk mobile banking dan juga untuk produk-produk yang kurang jumlah nasabah maka tingkatkan lagi dalam komunikasi dengan nasabah agar produk tetap banyak yang minati.
3. Untuk bank BSI MT Haryono lebih tingkatkan lagi dalam memperhatikan nasabah dan juga agar mesin ATM tersebar di seluruh wilayah kota Kendari, dan juga untuk mesin ATM setor tunai cepat rilis.
4. Adanya keterbatasan dalam penelitian ini, peneliti merasa penelitian ini belumlah sempurna, untuk itu perlu adanya penelitian selanjutnya khususnya jurusan perbankan Syariah, kiranya dapat melanjutkan dan menyempurkan penelitian ini dalam bentuk apapun.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta)
- Arikunto Suharsimi, (2006), *Penelitian Tindakan Kelas 1*, (Jakarta: Rineka Cipta)
- Agus Sujanto, (1986), *Psikologi Umum*, (Jakarta: Aksara Baru)
- Djoko, P. (2006). *Komunikasi Bisnis (ke-3)*. Erlangga.
- Francis Buttle. (n.d.). (2006) *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan) : Concept and Tools*. Banyu Media.
- Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, (Yogyakarta: andi, 2000)
- Hasan, Z. (2009). *Undang-Undang Perbankan Syariah*. Rajawali Pers.
- Hanafie, St Wardah dan abdul malik. 2014. *Kiat Menulis Karya Ilmiah Skripsi Dan Tesis*. (Makassar: Cv Bekah Utami).
- Husain Insawan, Alwahidin (2021), *teknologi informasi dan piranti keuangan*. (Kota Kendari: AA-DZ Grafika).
- Mahyudin Ritonga, Alwis Nazir, Sri Wahyuni, (2020), *Pengembangan Model Pembelajaran Bahasa Arab Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Dialektika Revolusi Industri 4.0*, (Yogyakarta:CV Budi Utama).
- Moh. Soehada, (2008), *Metode Penelitian Sosiologi Agama (Kualitatif)*, (Yogyakarta: Bidang Akademik).
- Mahmud M. Hanafi. Abdul Halim, (2000), *Analisis laporan Keuangan*, (Yogyakarta: AMP-YKPN)

- Nanang Martono, (2010), *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isidan Analisis Data Sekunder*. (Jakarta: RajaGrafindo Persada)
- Philip Kotler. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (B. David (ed.)). 9th Ed., New Jersey.
- Philip Kotler, G. A. (2010). *Principles of Marketing* (13th ed.).
- Philip kotler dan kevin lane kotler, *Manajemen Pemasaran*, edisi 12 jilid 2, (Jakarta : PT. Macanan Jaya Cemerlang)
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono, (2012), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* , (Bandung: Alfabeta CV)
- Suhanadji dan Waspodo TS, (2004), *Modernisasi dan Globalisasi, Studi Pembangunan*.
- Sujanto, A. (1986). *Psikologi Umum*. Aksara baru.
- Susanto, H., & Umam, K. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank*. CV Pustaka Setia.
- Tjiptono., Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi-Offset.

Skripsi

- AT Junaedi, (2012), *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariahdi Provinsi Riau*.
- Elentri, F., & Putri, C. (2018). *Pengaruh service quality dan relationship quality terhadap loyalitas nasabah bri syariah kantor cabang sidoarjo skripsi*.
- Klara aroma Wardani, (2021), *Pengaruh Relationship Quality*

Terhadap Loyalitas Nasabah (studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Metro.

Miftahudin. (2018). *Pengaruh kualitas hubungan terhadap loyalitas nasabah.* Universitas Islam Negeri Raden Intan. *Skripsi*

Nuri Handayani Ritonga, *Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Tabungan Marhamah Pada Bank Sumut Syariah Cabang Medan, “Skripsi”*, Universitas Sumatera Utara, 2010

Ratnasari, D. W. I. (2018). *Bank Konvensional (Studi Pada Bank Aman Syariah Dan Bank Lampung Kc Metro) Bank Konvensional (Studi Pada Bank Aman Syariah Dan Bank Lampung Kc Metro) Program Studi : SI Perbankan Syariah (Pbs) Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam. Skripsi.*

Jurnal

Auruskeviciene V, (2010), *The Relationship Quality Effect on Costummer Loyalit.*

Huang, C. (2012). *The Impact of Relationship Quality on Customer Loyalty. Jurnal Manajemen Kontemporer.*

Ilham Akbar, *“Pengaruh Relationship Marketing Dan Relationship Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengganti Variabel Intervening Pada Produk Parfum Mulegh Di Purwokerto”*, IJSM Vol. 1 No. 1 Februari 2018, 84.

Iwan Setiawan. (2018). *Tinjauan Kredit Di Bank Konvensional Dan Pembiayaan Di Bank Syariah Terhadap Potensi Keuntungan Bagi UMKM.* journal bisnis. Vol. 26 No.2 2018

Lages, C., Lages, C. R., & Lages, L. F. (2005). *The relqual scale: a measure of relationship quality in export market ventures.* Journal of Business Research, 58(8), 1040-1048.

- Abdul Wahid Mongkito, Trisno Wardy Putra, Muhammad Imran, Kiki Novita, Andi Nasrawati Ansar. (2021). *Implementasi Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro Syariah Dalam Pengembangan Usaha Mikro. Journal Robust (Research Buisness and Economics Studies)*. Vol.1 No1 2021
- Ndubisi, Nelson, Oly, 2007. *Relatiosnhip Marketing and Customer Loyalty, Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 25 No. 1, pp. 98-106.
- Pahlevi, V. T. (2019). *Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Pt.Bprs Adam Kota Bengkulu)*. Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Safitri Arum Yunita, (2011), *kepercayaan, komitmen,komunikasi, penanganan konflik, dan prannya terhadap kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank BCA di surabaya*, vol.1, No.2, November 2011, 119.
- Wardhani, I. (2019). *Perbandingan Kinerja Keuangan Antara Perbankan Syariah Dan Perbankan Konvensional Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei)*.
- Widjoyo, I. O., Rumambi, L. J., & Kunto, Y. S. (2019). *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald's Basuki Rahmat Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–12. publication.petra.ac.id
- Zaki Baridwan, (2000), *Faktor-Faktor Yang Mempenngaruhi Laba Bersih*,
<https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:aDrTEMKCyEJ:elib.unikom.ac.id>

Web site

www.ojk.com

<https://docs.google.com/elib.unikom.ac.id>

<http://journal.uniku.ac.id/index.php/ijsm>

<https://slideplayer.info/slide/2905296/>

<https://publication.petra.ac.id>

<https://bsi.com>

<https://bni.com>



L

A

M

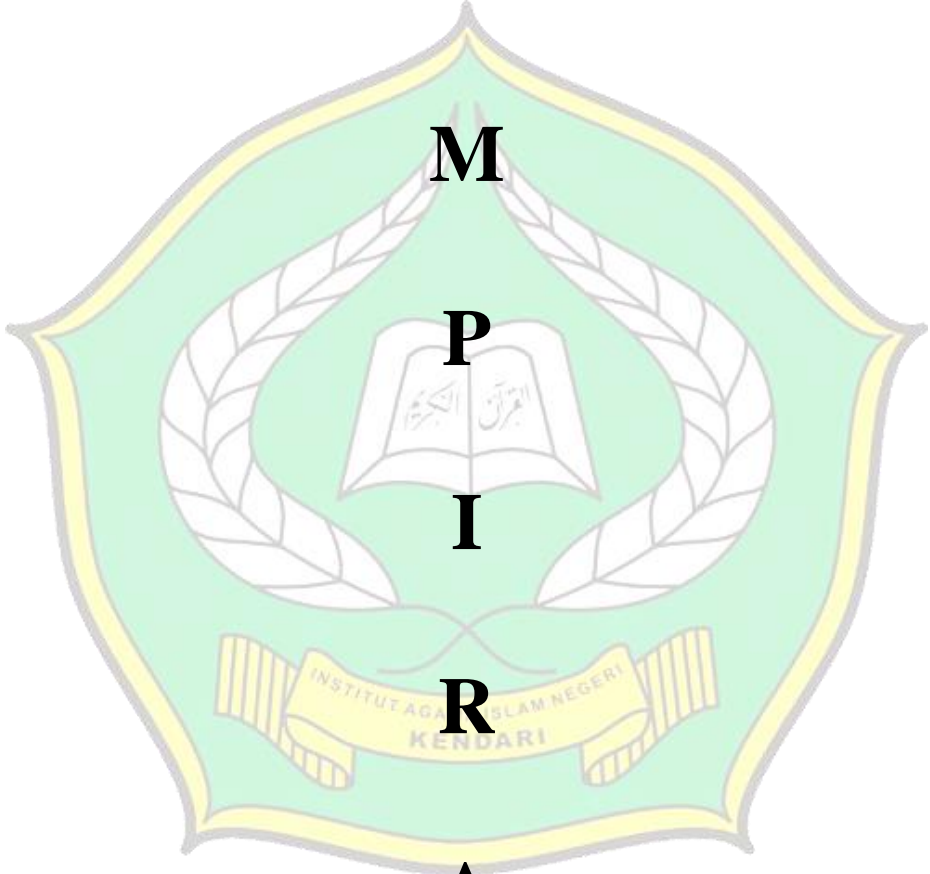
P

I

R

A

N



Lampiran 1: Pedoman Wawancara

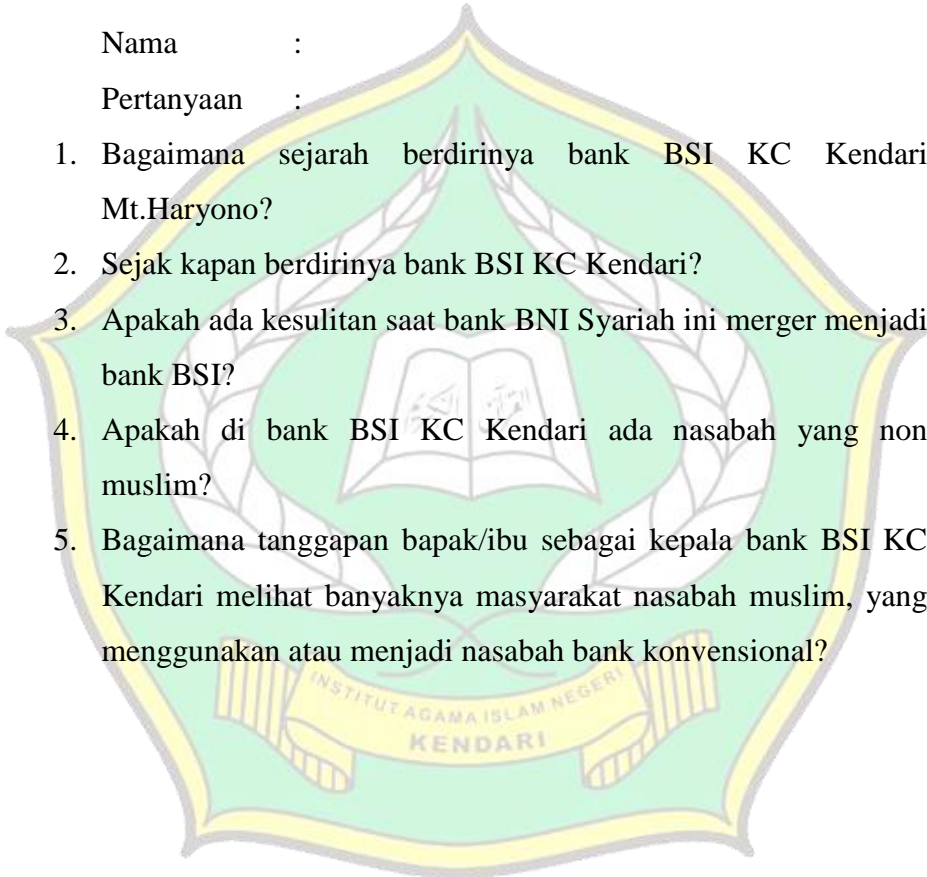
A. Wawancara kepada Costumer Service Bank BSI KC

Kendari MT.Haryono

Nama :

Pertanyaan :

1. Bagaimana sejarah berdirinya bank BSI KC Kendari Mt.Haryono?
2. Sejak kapan berdirinya bank BSI KC Kendari?
3. Apakah ada kesulitan saat bank BNI Syariah ini merger menjadi bank BSI?
4. Apakah di bank BSI KC Kendari ada nasabah yang non muslim?
5. Bagaimana tanggapan bapak/ibu sebagai kepala bank BSI KC Kendari melihat banyaknya masyarakat nasabah muslim, yang menggunakan atau menjadi nasabah bank konvensional?



A. Indikator Kepercayaan

1. Bagaimana strategi atau rencana khusus dari bank BSI KC Kendari sendiri dalam membangun kepercayaan nasabah, baik secara online maupun secara tatap muka?
2. Bagaimana tanggapan bapak/ibu bahwa kepercayaan itu terbangun saat karyawan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah?
3. Bagaimana pihak bank BSI KC Kendari menjaga kepercayaan nasabah terhadap bank itu sendiri?
4. Apakah bank BSI KC Kendari kesulitan dalam menarik kepercayaan nasabah dimasa pandemi Covid-19?
5. Bagaimana bank BSI KC Kendari menanggapi nasabah yang kurang percaya kepada bank BSI KC Kendari?

B. Indikator Komitmen

1. Bagaimana bapak/ibu menggapai nasabah yang berkomitmen untuk menjadi nasabah bank BSI KC Kendari ini?
2. Bagaimana bapak/ibu melihat tanggapan nasabah terhadap pelayanan bank BSI KC Kendari?
3. Bagaimana usaha bapak/ibu dalam menarik nasabah agar berkomitmen nmenjadi nasabah bank BSI KC Kendari?

C. Indikator komunikasi

1. Bagaimana pihak bank BSI KC Kendari membangun komunikasi yang baik terhadap nasabah?
2. Apakah ada nasabah yang menolak untuk berkomunikasi dengan pihak bank BSI KC Kendari?

3. Bagaimana bapak/ibu memberikan informasi-informasi kepada nasabah baik itu adanya produk baru ataupun sebagainya?
4. Bagaimana bapak/ibu menanggapi keluhan yang diberikan nasabah?
5. Apakah nasabah banyak memberikan keluhan atau malah sebaliknya untuk pihak bank BSI KC Kendari?



B. Wawancara kepada Pegawai Marketing Bank BNI KC**Kendari**

Nama :

Pertanyaan :

1. Bagaimana sejarah berdirinya bank BNI KC Kendari?
2. Sejak kapan berdirinya bank BNI KC Kendari?
3. Apakah ada dampak kesulitan terhadap bank BNI KC Kendari saat bank BNI Syariah, BRI syariah dan Mandiri Syariah merger menjadi BSI?
4. Bagaimana cara atau strategi bapak/ibu dalam menarik perhatian perhatian calon nasabah di masa pandemi covid-19?
5. Seperti yang kita ketahui saat pandemi covid melanda daerah kendari banyak bahkan hampir semua WFH (Working From Home) apakah bank BNI KC Kendari ini juga menerapkan hal tersebut atau tetap WFO (Working From Office) dengan catatan tertentu?

A. Indikator Kepercayaan

1. Bagaimana strategi atau rencana khusus dari bank BNI KC Kendari sendiri dalam membangun kepercayaan nasabah, baik secara online maupun secara tatap muka?
2. Bagaimana tanggapan bapak/ibu bahwa kepercayaan itu terbangun saat karyawan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah?
3. Bagaimana pihak bank BNI KC Kendari menjaga kepercayaan nasabah terhadap bank itu sendiri?
4. Apakah bank BNI KC Kendari kesulitan dalam menarik kepercayaan nasabah dimasa pandemi Covid-19?
5. Bagaimana bank BNI KC Kendari menanggapi nasabah yang kurang percaya kepada bank BNI KC Kendari?

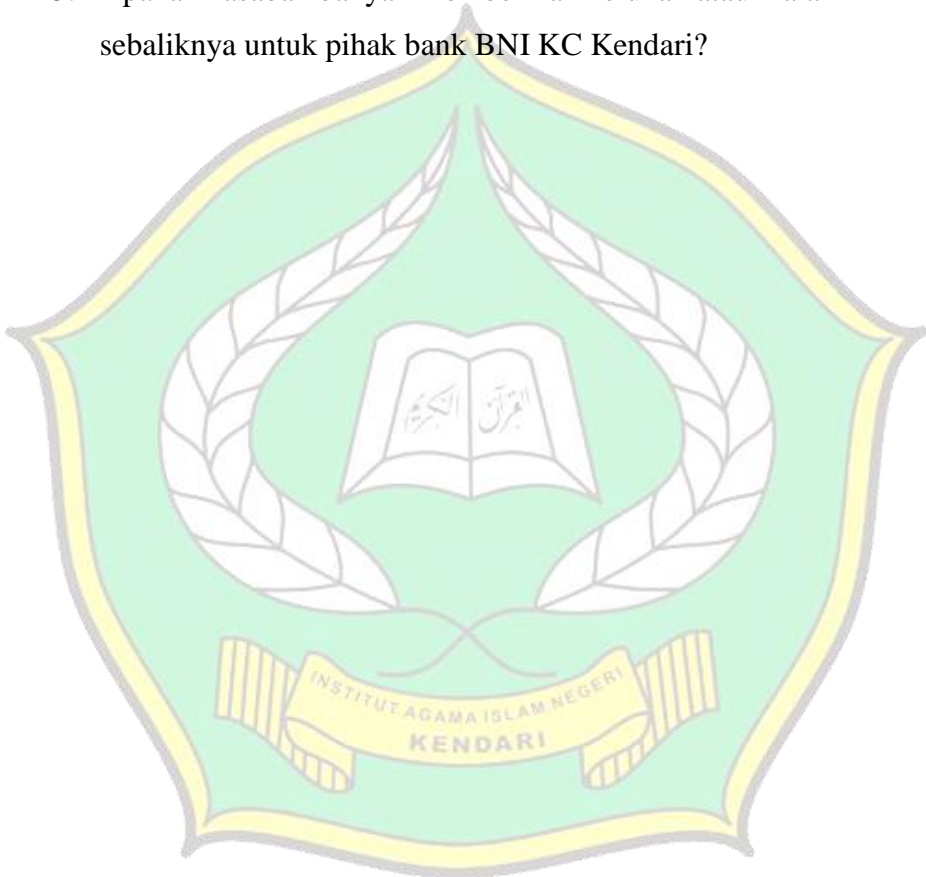
B. Indikator Komitmen

1. Bagaimana bapak/ibu menggapai nasabah yang berkomitmen untuk menjadi nasabah bank BNI KC Kendari ini?
2. Bagaimana bapak/ibu melihat tanggapan nasabah terhadap pelayanan bank BNI KC Kendari?
3. Bagaimana usaha bapak/ibu dalam menarik nasabah agar berkomitmen nmenjadi nasabah bank BNI KC Kendari?

C. Indikator komunikasi

1. Bagaimana pihak bank BNI KC Kendari membangun komunikasi yang baik terhadap nasabah?
2. Apakah ada nasabah yang menolak untuk berkomunikasi dengan pihak bank BNI KC Kendari?

3. Bagaimana bapak/ibu memberikan informasi-informasi kepada nasabah baik itu adanya produk baru ataupun sebagainya?
4. Bagaimana bapak/ibu menanggapi keluhan yang diberikan nasabah?
5. Apakah nasabah banyak memberikan keluhan atau malah sebaliknya untuk pihak bank BNI KC Kendari?



**C. Wawancara Kepada Nasabah Bank BSI KC Kendari MT.
Haryono**

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Pertanyaan :

A. Indikator Kepercayaan

1. Bagaimana kepercayaan saudara dengan produk yang ditawarkan oleh bank BSI KC Kendari?
2. Apakah anda yakin dengan kelengkapan produk di bank BSI KC Kendari sesuai dengan kebutuhan saudara?
3. Apakah anda yakin untuk terus menggunakan produk dan layanan yang anda miliki?
4. Apakah budaya kerja pegawai bank BSI KC Kendari sangat baik dalam melayani nasabah?
5. Apakah Bank BSI KC Kendari telah menggunakan standar layanan dan melayani semua nasabahnya secara adil dan sama?
6. Menurut tanggapan anda sebagai nasabah bank BSI KC Kendari, apakah pegawai atau karyawan bank memiliki integritas dalam melayani nasabah?

B. Indikator Komitmen

1. Bagaimana usaha anda agar menjaga dan mempertahankan komitmen jangka panjang dengan bank BSI KC Kendari?

2. Apakah ada keinginan anda untuk mempertahankan hubungan anda dengan bank BSI KC Kendari?
3. Apakah anda merasa ada ikatan emosional antara anda dengan pihak bank BSI KC Kendari?
4. Apakah ada rencana anda dalam perihal penggunaan produk dan layanan perbankan dibandingkan dengan bank lain?

C. Indikator Komunikasi

1. Bagaimana pihak Bank BSI KC Kendari memberikan informasi kepada nasabah dengan jelas?
2. Apakah pihak bank BSI KC Kendari memberikan informasi dengan tutur kata yang baik?
3. Bagaimana respon dari pihak bank BSI KC Kendari saat mendengarkan keluhan nasabah?
4. Apakah pihak bank BSI KC Kendari menanggapi dengan baik setiap nasabahnya?
5. Apakah karyawan bank BSI KC Kendari memahami keinginan nasabah?
6. Bagaimana respon pihak bank BSI KC Kendari saat nasabah datang dilayani dan dihargai dengan sangat baik?

D. Pedoman Wawancara Kepada Nasabah Bank BNI KC Kendari

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Pertanyaa :

A. Indikator Kepercayaan

1. Bagaimana kepercayaan saudara dengan produk yang ditawarkan oleh bank BNI KC Kendari?
2. Apakah anda yakin dengan kelengkapan produk di bank BNI KC Kendari sesuai dengan kebutuhan saudara?
3. Apakah anda yakin untuk terus menggunakan produk dan layanan yang anda miliki?
4. Apakah Bank BNI KC Kendari telah menggunakan standar layanan dan melayani semua nasabahnya secara adil dan sama?
5. Menurut tanggapan anda sebagai nasabah bank BNI Kendari, apakah pegawai atau karyawan bank memiliki integritas dalam melayani nasabah?
6. Apakah budaya kerja pegawai bank BNI Kendari sangat baik dalam melayani nasabah?

7. Apakah bank tempat anda membuka rekening selalu melakukan apa yang sudah menjadi standarisasi layanan sesuai dengan Standar Pedoman Operasional?

B. Indikator Komitmen

1. Bagaimana usaha anda agar menjaga dan mempertahankan komitmen jangka panjang dengan bank BNI Kendari?
2. Apakah ada keinginan anda untuk mempertahankan hubungan anda dengan bank BNI Kendari?
3. Apakah anda merasa ada ikatan emosional antara anda dengan pihak bank BNI Kendari?
4. Apakah ada rencana anda dalam perihal penggunaan produk dan layanan perbankan dibandingkan dengan bank lain?

C. Indikator Komunikasi

1. Bagaimana pihak Bank BNI KC Kendari memberikan informasi kepada nasabah dengan jelas?
2. Apakah pihak bank BNI KC Kendari memberikan informasi dengan tutur kata yang baik?
3. Bagaimana respon dari pihak bank BNI KC Kendari saat mendengarkan keluhan nasabah ?
4. Apakah pihak bank BNI KC Kendari menanggapi dengan baik setiap nasabahnya?
5. Apakah karyawan bank BNI KC Kendari memahami keinginan nasabah?
6. Bagaimana respon pihak bank BNI KC Kendari saat nasabah datang dilayani dan dihargai dengan sangat baik?

Data Informan

TABEL 4.1 Data Informan Bank BSI MT Haryono

NO	NAMA	USIA	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN
1.	Inung Farida	26 tahun	Perempuan	Costumer Service
2.	Widiastuti	20 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
3.	Asnur Safitri	22 tahun	Perempuan	Mahasiswa
4.	Pinky Nurindah Ramadhani S, SE	22 tahun	Perempuan	Guru Privat

TABEL 4.2 Data Informan Bank BNI Kendari

NO	NAMA	USIA	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN
1.	Astrid Oktaviani	26 tahun	Perempuan	Pegawai BNI Life
2.	Dewi Fitriani, S.Hut, M.Si	28 tahun	Perempuan	Dosen
3.	Muh. Aryadi Amir	23 tahun	Laki-laki	PNS
4.	Dimas Prayoga, SE	22 tahun	Laki-laki	Karyawan Swasta

HASIL WAWANCARA

A. Hasil wawancara bersama Pegawai bank BSI MT Haryono

Nama : Inung Farida
 Hari/Tanggal : 30 September 2022
 Waktu Wawancara : 13.30-14.00
 Lokasi wawancara : Melalui Zoom Meeting
 Tema wawancara : Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Antara Bank Dan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional

INDIKATOR KEPERCAYAAN		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana strategi ibu sendiri dalam membangun kepercayaan nasabah, baik secara online maupun secara tatap muka?	<p>kalau untuk secara online BSI sendiri ada namanya aplikasi BSI memiliki fitur sangat lengkap dan sangat bermanfaat bagi nasabah .</p> <p>Kalau langsung ketemu langsung biasa teman" dri bsi menawar beberapa produk yg sesuai dengan kebutuhan nasabahnya .</p>
2	Bagaimana menurut ibu bahwa kepercayaan itu terbangun saat karyawan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah?	Iya itu salah satu nya itu memberikan pelayanan yg baik kepada nasabah , pada saat qta memberikan pelayanan yg baik kepada disitu timbul sedikit demi sedikit timbulnya kepercayaan
3	Bagaimana bank BSI menjaga kepercayaan nasabah?	Dengan memberikan pelayanan yg baik kepada nasabah insyaallah bengan bgtu nasabah akan percaya

		kepada bank BSI
4	Apakah bank BSI kesulitan dalam menarik kepercayaan nasabah dimasa pandemi Covid-19?	Menurut saya tidak terlalu sulit sih karna kebanyakan nasabah sudah tau apa itu bank BSI
5	Bagaimana bank BSI menanggapi nasabah yang kurang percaya kepada bank BSI?	Dengan cara menjelaskan apa itu Bank BSI dan tujuan di dirikan kan Bank BSI tersebut
INDIKATOR KOMITMEN		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	bank BSI ini banyak nasabah yah bu, Bagaimana bank BSI ini mengajak nasabah untuk tetap menjadi nasabah bank BSI ini istilahnya tidak berpindah ke lain hati bu?	Iya itu tdi dengan cara melayani nasabah dengan sebaik mungkin gitu , dan selalu menawar kepada nasabah produk" dri bank BSI .
2	Terus bagaimana bu dengan produk pembiayaan sendiri? Apakah banyak yang minati?	Kalau untuk pembiayaan sendiri tergantu dari jenis pembiayaan apa, kalau yang saat ini yang paing diminati itu ada beberapa sektor seperti sektor perikanan sesuai dengan hasil bumi nasabah.
3	Untuk pembiayaan sendiri berapa margin keuntungan yang di dapat bank BSI bu?	Kalau untuk margin keuntungan kembali lagi dikesepakatan awal pakai akad apa, ada akad ijarah, murabahah, dan juga ada yang namanya akad MMQ.

4	Akad MMQ itu apa bu?	akad MMQ itu Musyarakah Mutanaqisah digunakan untuk pembiayaan dengan skema kerja sama modal untuk pembelian properti.
5	Bagaimana tanggapan ibu melihat tanggapan nasabah terhadap pelayanan yg telah diberikan bank BSI?	Kalau menurut saya sendiri ya pelayan yg di berikan bank BSI kepada nasabah sangat baik tidak kalah dengan bank-bank lain nya
INDIKATOR KOMUNIKASI		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana pihak bank BSI membangun komunikasi yang baik terhadap nasabah?	Untk komunikasi sendiri kita sudahada pelatihan tiap bulannya untuk satpam, untuk teller dan costumer service, kalau untuk satpam yaah dengan cara membukakan pintu untuk nasabah , mengucap salam dan tidak lupa menanyakan kebutuhan nasabah, untuk teller dan cs itu hampir-hampir mirip kebutuhannya bagaimana, mau transaksi apa, apa yang harus dibantu, menanyakan jika ada keluhan lagi dan lain sebagainya.
2	Apakah ada nasabah yang menolak untuk berkomunikasi dengan pihak bank BSI?	Kalau untuk di KC ini sendiri ya Alhamdulillah tidak ada, nasabahnya baik" semua
3	Bagaimana bapak memberikan informasi-informasi kepada nasabah	Biasanya itu langsung di sampaikan kepada nasabah sih kalau ada produk" Bru dri Bank

	baik itu adanya produk baru ataupun promosi yang diberikan bank BSI?	BSI
4	Bagaimana bapak/ibu menanggapi keluhan yang diberikan nasabah?	Untuk keluhan nasabah biasanya langsung diarahkan ke CSS nya langsung
5	Apakah nasabah banyak memberikan keluhan atau malah sebaliknya untuk pihak bank BSI?	Kalau untuk keluhan pasti ada ya di setiap bank, yg paling bagaimana cara kita menanggapi keluhan tersebut dengan sabar
INDIKATOR KEUNTUNGAN (LABA)		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Jika kita membuat rekening di bank BSI ini apa saja keuntungan yang kita dapatkan bu?	<p>Yang pertama kita bisa langsung daftar BSI Mobile dan di bsi mobile itu sangat lengkap fitur-fiturnya mulai dari pembayaran kuliah, beli pulsa, transfer ke bank lain dan masih banyak lagi</p> <p>Yang kedua itu di bank BSI juga kalau untuk buka rek ada nasabah Akad Wadiah, akad Wadiah akad yg tidak ada potongan perbulannya atau free biaya administrasinya perbulannya.</p>

B. Hasil wawancara bersama nasabah bank BSI MT Haryono

Nama : Asnur Safitri
 Hari/Tanggal : Sabtu, 10 September 2022
 Waktu wawancara : 16.25-17.25
 Lokasi wawancara : FEBI IAIN Kendari
 Tema wawancara : Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Antara Bank Dan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional

INDIKATOR KEPERCAYAAN		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana kepercayaan saudara dengan produk yang ditawarkan oleh bank BSI KC Kendari?	Saya percaya ehmm bahwa produk yang ditawarkan bank BSI Kc kendari sangat baik dan bagus karena mungkin bank bsi kan bank yang berlandaskan syariah, dan produk-produk yang ditawarkan juga Insha Allah sesuai dengan syariat islam kann jadi saya sebagai nasabah percaya-percaya saja karena sejauh ini juga saya bertransaksi di bank bsi alhamdulillah tidak ada hambatan
2	Apakah anda yakin dengan kelengkapan produk di bank BSI KC Kendari sesuai dengan kebutuhan saudara?	Kalau masalah kelengkapan dalam hal produk yahh saya merasa lengkap dan sesuai kebutuhan saya, hanya saja mungkin dari sarana fasilitas yang disiapkan pihak bank bsi, saya merasa tidak lengkap,

		karena setiap saya mau bertransaksi jauh-jauh kasihan itu letaknya atm bsi. Hanya kalau produk-produknya okelah lengkap, baru fitur-fitunya canggihmi
3	Apakah anda yakin untuk terus menggunakan produk dan layanan yang anda miliki?	Ehmmm yaaa saya yakin karena saya sudah merasa nyaman dengan produk dan layanan yang ditawarkan bank bsi sejauh ini toh, kalau saya enda yakin ngapain juga saya tertarik untuk jadi nasabahnya.
4	Apakah budaya kerja pegawai bank BSI KC Kendari sangat baik dalam melayani nasabah?	Ehmmm baik. Dan menurut saya sudah menjadi keharusan bank dan pegawainya harus memiliki budaya yang baikk, buka baik saja harus sangat baikk agar nasabah makin senang menggunakan tabungan bsi
5	Apakah Bank BSI KC Kendari telah menggunakan standar layanan dan melayani semua nasabahnya secara adil dan sama?	Kalau masalah layanan menurut saya adil dan sama yah dan tanpa membeda-bedakan kalangan
6	Menurut tanggapan anda sebagai nasabah bank BSI KC Kendari, apakah pegawai atau karyawan	Tentu saja punya tohh namanya juga pegawai bank pasti sudah dilatih dengan baik dalam hal melayani nasabah, apalagi ini bank

	bank memiliki integritas dalam melayani nasabah?	syariah toh
INDIKATOR KOMITMEN		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana usaha anda agar menjaga dan mempertahankan komitmen jangka panjang dengan bank BSI KC Kendari?	Ehmm kalau masalah komitmenku sma bank bsi mungkin dengan cara saya rajin menabung, karena saya dengar dari teman-teman yang menabung di bank bsi itu tidak ada potongannya katanya. yaaa jadi mungkin itu alasan dan salah satu usaha saya ingin menjadi nasabah jangka panjang dari bank bsi kc kendari ini
2	Apakah ada keinginan anda untuk mempertahankan hubungan anda dengan bank BSI KC Kendari?	Tentunya adaa keinginan yaaa karena saya sudah jadi nasabah dan saya juga sudah menggunakan produk dan layanan bsi jadi saya harus mempertahankan hubungann ini asikk
3	Apakah anda merasa ada ikatan emosional antara anda dengan pihak bank BSI KC Kendari?	Eeeeeeee kalau ikatan emosional ndada sih tapi saya sedikit ada rasa jengkel sama pihak security bank bsi yang samping mall lipo, karena sa rasa agak lambat dalam menanggapi permintaan nasabah.
4	Apakah ada rencana anda dalam perihal penggunaan	Ehmm maksudnya anuyah mba kayak saya enda tertarik jadi

	produk dan layanan perbankan dibandingkan dengan bank lain?	nasabah bank lain perihal produk dan layanannya begitu? Kalau masalah ini saya belum tertarik jadi nasabah bank lain yahhh karena saya sudah nyaman memakai bsi
INDIKATOR KOMUNIKASI		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana pihak Bank BSI KC Kendari memberikan informasi kepada nasabah dengan jelas?	Yaaa kalau masalah komunikasi dalam hal pemberian informasi saya rasa bagus-bagus saja dalam hal penyampaiannya pihak bank toh, kemudian juga kita tau informasi-informasi baru dari Bank Bsi kadang ada papan/kertas informasi begitu yang menempel di samping ATM tempat bertansaksi jadi sarasa bagus-bagus saja
2	Apakah pihak bank BSI KC Kendari memberikan informasi dengan tutur kata yang baik?	Kalau dalam hal memerikan informasi sejauh ini saya merasa baik-baik saja
3	Bagaimana respon dari pihak bank BSI KC Kendari saat mendengarkan keluhan nasabah?	Kalau responnya saya rasa bagus-bagus saja tapu sejauh ini saya jadi nasabah belum pernah saya belum pernah mengeluh ke pihak bank, hehehehehehe mungkin cuman bertanya masalah produk-produk nya saja

4	Apakah pihak bank BSI KC Kendari menanggapi dengan baik setiap nasabahnya?	Ehmhhh kalau masalah menanggapi yaa bagus ya baik karena saya pernah ke bank berapa kali tanggapannya bagus dan sedikit cepat dan mudah di mengerti, tapi terkadang pernah satu kali saya ke bank lama sekali dia tanggapi yang saya tanyakan agak lambat karena mungkin lagi dalam keadaan ramai sekali bank
5	Apakah karyawan bank BSI KC Kendari memahami keinginan nasabah?	Eemmmm kalau memahami yaaa memahami saja.
6	Bagaimana respon pihak bank BSI KC Kendari saat nasabah datang dilayani dan dihargai dengan sangat baik?	Responnya baik yahh langsung dibukakan pintu dan di suruh masuk ke bank kemudian langsung ditanyakan apa keluhannya atau dalam rangka apa begitu terus kalau sudah jelaskanmi dan biasa di suruh dulu duduk menunggu panggilan, jadi sa rasa toh responnya baik-baik saja dan kita sebagai nasabah merasa dihargai begitu tidak pusing mau bertanya ke mana,karena sudah langsung tanggap pegawainya dan scuritinya

INDIKATOR KEUNTUNGAN (LABA)		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Apakah anda mendapatkan keuntungan dengan menggunakan rekening bank BSI KC Kendari?	Saya merasa untung terlebih lagi yang sa tau kalau bank bsi kan sudah pasti berlandaskan syariat islam kemudian mereka menganut sistem bagi hasil buka bunga pasti peroduknya beda juga atau bahkan tidak dipunyai bank konvensional
2	Apakah anda mengetahui bahwa ada keuntungan saat anda mengambil suatu akad di bank BSI KC Kendari?	Kalau mengambil keuntungan suatu akad saya belum tau karena kebetulan saya nasabah baru-baru di bsi toh jadi
3	Apakah anda mengetahui pembagian keuntungan ketika menggunakan rekening bank BSI KC Kendari?	Ehmm kalau yang saya dengar dari teman-teman saya katanya pembagian keuntungan yang ditawarkan bank bsi bagus sekali, tapi apadii sa lupaaa, ehmm anu kayaknya seperti gratis biaya tarik tunai, terus mudah juga betransaksi kalau kita pakai mobile bengking

Nama : Widiastuti
 Hari/Tanggal : Jum'at/09/09/2022
 Waktu Wawancara : 13.00-13.20
 Lokasi wawancara : Rumah kediaman
 Tema wawancara : Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Antara Bank Dan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional

INDIKATOR KEPERCAYAAN		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana kepercayaan saudara dengan produk yang ditawarkan oleh bank BSI KC Kendari?	Selama saya menjadi nasabah di bank ini saya senang dengan produk yang mereka tawarkan.
2	Apakah anda yakin dengan kelengkapan produk di bank BSI KC Kendari sesuai dengan kebutuhan saudara?	Yah saya yakin, karena produk yang ada di bank BSI sangat sesuai dengan kebutuhan saya.
3	Apakah anda yakin untuk terus menggunakan produk dan layanan yang anda miliki?	Iya saya yakin, karena produk dan pelayanan yang diberikan oleh bank BSI sama dengan kebutuhan saya, kalau untuk pelayanannya sarasa pelayanannya cukup bagus untuk pelajar seperti saya.
4	Apakah budaya kerja pegawai bank BSI KC Kendari sangat baik dalam	Cukup baik dan ramah

	melayani nasabah?	
5	Apakah Bank BSI KC Kendari telah menggunakan standar layanan dan melayani semua nasabahnya secara adil dan sama?	Kurang tau, setau saya ada nasabah prioritas di setiap bank, tapi untuk selama ini saya bertransaksi di bank aman ² saja
6	Menurut tanggapan anda sebagai nasabah bank BSI KC Kendari, apakah pegawai atau karyawan bank memiliki integritas dalam melayani nasabah?	Ya ada, selama saya datang ke bank.
INDIKATOR KOMITMEN		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana usaha anda agar menjaga dan mempertahankan komitmen jangka panjang dengan bank BSI KC Kendari?	Saya akan terus bertransaksi menggunakan bank BSI.
2	Apakah ada keinginan anda untuk mempertahankan hubungan anda dengan bank BSI KC Kendari?	Ya Ada
3	Apakah anda merasa ada ikatan emosional antara anda dengan pihak bank	Sejauh ini tidak ada

	BSI KC Kendari?	
4	Apakah ada rencana anda dalam perihal penggunaan produk dan layanan perbankan dibandingkan dengan bank lain?	Belum ada rencana
INDIKATOR KOMUNIKASI		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana pihak Bank BSI KC Kendari memberikan informasi kepada nasabah dengan jelas?	Banyak sih, salah satunya lewat WA dan website nya terus kalo ada yang saya tidak mengerti saya pergi ke bank nya langsung dan pihak bank menjelaskan mudah di pahami untuk saya sebagai seorang pelajar.
2	Apakah pihak bank BSI KC Kendari memberikan informasi dengan tutur kata yang baik?	Sangat baik baik dan mudah di mengerti
3	Bagaimana respon dari pihak bank BSI KC Kendari saat mendengarkan keluhan nasabah?	Respon sangat baik
4	Apakah pihak bank BSI KC Kendari menanggapi dengan baik setiap nasabahnya?	Alhamdulillah baik

5	Apakah karyawan bank BSI KC Kendari memahami keinginan nasabah?	Iya
6	Bagaimana respon pihak bank BSI KC Kendari saat nasabah datang dilayani dan dihargai dengan sangat baik?	Baik baik saja
INDIKATOR KEUNTUNGAN (LABA)		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Apakah anda mendapatkan keuntungan dengan menggunakan rekening bank BSI KC Kendari?	Yah,karena kalau memakai rekening bank BSI tidak ada potongannya saya bersyukur karena kiriman dari orang tua bisa di simpan di rekening lebih lama karena tidak ada potongannya.
2	Apakah anda mengetahui bahwa ada keuntungan saat anda mengambil suatu akad di bank BSI KC Kendari?	Saya tidak tau tentang itu karena saya masih pelajar dan belum pernah melakukan di bank BSI.
3	Apakah anda mengetahui pembagian keuntungan ketika menggunakan rekening bank BSI KC Kendari?	Setahuku kalau di bank koven tiap bulannya itu ada potongannya tapi kalo pake bank BSI ini tidak ada potongannya.

C. Hasil wawancara pegawai bank BNI Kendari

Nama : Astrid Otaviani
 Hari/Tanggal : 30 September 2022
 Waktu Wawancara : 19.30-20.00
 Lokasi wawancara : rumah kediaman
 Tema wawancara : Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Antara Bank Dan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional

INDIKATOR KEPERCAYAAN		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana strategi ibu sendiri dalam membangun kepercayaan nasabah, baik secara online maupun secara tatap muka?	<p>Kalau untuk secara online BSI sendiri ada namanya aplikasi BNI memiliki fitur sangat lengkap dan sangat bermanfaat bagi nasabah.</p> <p>Kalau langsung ketemu langsung biasa teman-teman dari BNI menawarkan beberapa produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya.</p>
2	Bagaimana menurut ibu bahwa kepercayaan itu terbangun saat karyawan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah?	Menurut saya itu dengan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, pada saat kita memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah disitu timbul sedikit demi sedikit timbulnya kepercayaan dan nasabah nyaman dengan pelayanan kami maka kami saling percaya bahwa nasabah ini percaya sama kita

3	Bagaimana bank BNI menjaga kepercayaan nasabah?	Dengan memberikan informasi yang bermanfaat seputaran perbankan menawarkan produk baru dengan bertatap langsung sehingga nasabah tetap percaya dengan kami
4	Apakah bank BNI kesulitan dalam menarik kepercayaan nasabah dimasa pandemi Covid-19?	Kesulitannya karena pada saat pandemi ini kan ada namanya potongan jam kerja jadi terbatas kita mau berinteraksi dengan nasabah, apalagi mau bertemu langsung harus dengan mental dan kesehatan yang kuat knarena covid yang ganas, sampai berpuluhan ribu orang yang meninggal karna virus ini, jadi semuanya terbatas, bahkan kita ke kantor harus berjaga jarak. Untuk nasabah sendiri dalam membangun kepercayaan di masa pandemi dengan kita membuat inovasi terbaru kita mengupgrade mobile banking agar nasabah bisa memenuhi kebutuhannya melalui mobile banking tidak harus dengan bertemu langsung begitu
5	Bagaimana bank BNI menanggapi nasabah yang kurang percaya kepada bank BNI?	Iyah kan ada memang nasabah yang cukup rewel yah, kami berusaha untuk tetap menjelaskan dengan baik, bahwa kami memiliki produk yang unggul dan berbagai fasilitas yang memadai untuk kebutuhan sehari-hari nasabah

INDIKATOR KOMITMEN		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	bank BNI ini banyak nasabah yah bu, Bagaimana bank BNI ini mengajak nasabah untuk tetap menjadi nasabah bank BNI ini istilahnya tidak berpindah ke lain hati bu?	Memberikan banyak promosi menjadikan mobile banking sebagai media untuk menadi ketertarikan nasabah untuk tetap menjadi nasabah kami walaupun ada yang tidak percaya dengan fasilitas yang kami berikan tapi itu tidak sebanding dengan yang percaya dengan kami.
2	Bagaimana tanggapan ibu melihat tanggapan nasabah terhadap pelayanan yg telah diberikan bank BNI?	Itu tadi pelayanan sendiri kami lakukan dengan SOP yang sudah ditentukan pusat, walaupun ada kurangnya kami menambahkan dengan sendiri kayak spontan kita mengajukan pelayanan yang baik dengan begitu bisa dibilang kami berusaha semaksimal mungkin untuk nasabah.
INDIKATOR KOMUNIKASI		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana pihak bank BNI membangun komunikasi yang baik terhadap nasabah?	Dengan cara relationship pendekatan kepada nasabah atau tidak bertemu langsung dengan nasabah, memberikan penawaran yang ada untuk bulan itu.
2	Apakah ada nasabah yang menolak untuk berkomunikasi dengan	Kalau untuk yang seperti itu tidak banyak minim sekali bahkan ketika kita sudah menjelaskan berbagai produk mereka tertarik kembali

	pihak bank BNI?	begitu sehingga kami juga sangat denganbersenang hati sangat ingin tetap berkomunikasi dengan nasabah
3	Bagaimana bapak/ibu memberikan informasi-informasi kepada nasabah baik itu adanya produk baru ataupun promosi yang diberikan bank BNI?	Biasanya itu langsung di sampaikan kepada nasabah sih kalau ada produk-produk baru dari Bank BNI atau tidak dengan adanya sosial media, kan biasa juga kami kirim pesan di aplikasi whatsapp atau dimobile banking itu ada penyampaiannya, tapi kalau yang sering itu secara langsung.
4	Bu bisa kita jelaskan sedikit tentang kredit di bank BNI?	Kalau untuk pengajuan pendanaan atau kredit itu bank BNI itu harus melihat dulu bagaimana keuangan nasabah apakah bisa mengembalikan hutang piutang kedepannya apakah ada kredit macet di bank lain. setelah dianalisa baru kita bisa jelaskan jenis kredit apa yang nasabah mau, kita jelaskan ketentuan-ketentuannya. Dan lain sebgainya. Saya tidak bisa sebut angka yah dek.
4	Bagaimana bapak/ibu menanggapi keluhan yang diberikan nasabah?	Untuk keluhan nasabah biasa nya langsung di arah ke Costumer Service nya langsung
5	Apakah nasabah banyak memberikan keluhan atau malah sebaliknya untuk	Kalau untuk keluhan pasti ada ya di setiap bank, yg paling bagaimana cara kita menanggapi keluhan

	pihak bank BNI?	tersebut dengan sabar
INDIKATOR KEUNTUNGAN (LABA)		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Jika kita membuat rekening di bank BNI ini apa saja keuntungan yang kita dapatkan bu?	Yang pertama kita bisa langsung daftar BSI Mobile dan di bsi mobile itu sangat lengkap fitur-fiturnya mulai dari pembayaran kuliah, beli pulsa, transfer ke bank lain dan masih banyak lagi. Terus untuk mesin ATM yang ada di setiap wilayah atau tersebar dimanamana karena kita sudah BUMN



D. Hasil wawancara nasabah bank BNI Kendari

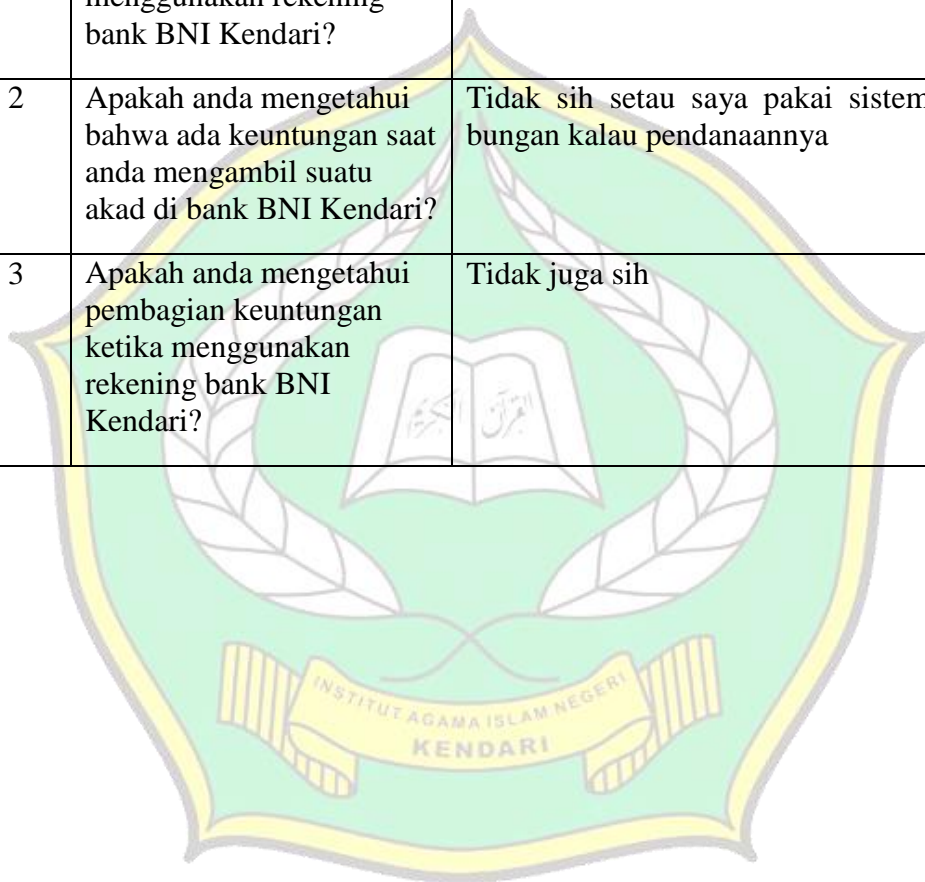
Nama : Dewi Fitriani, S.Hut, M.Si
 Hari/Tanggal : Selasa, 09 Agustus 2022
 Waktu Wawancara : 13.00-13.35
 Lokasi wawancara : Perumahan Dinas
 Tema wawancara : Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Antara Bank Dan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional

INDIKATOR KEPERCAYAAN		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana kepercayaan saudara dengan produk yang ditawarkan oleh bank BNI Kendari?	Baik, dengan layanan dan fasilitas yang mereka kasih saya sangat percaya dengan produk yang saya gunakan
2	Apakah anda yakin dengan kelengkapan produk di bank BNI Kendari sesuai dengan kebutuhan saudara?	Ya, karena produk yang saya gunakan untuk kebutuhan saya sehari-hari
3	Apakah anda yakin untuk terus menggunakan produk dan layanan yang anda miliki?	Iya kemungkinan besar
4	Apakah budaya kerja pegawai bank BNI Kendari sangat baik dalam melayani nasabah?	Ya, baik karena mereka kerja sesuai dengan SOP
5	Apakah Bank BNI Kendari telah menggunakan standar	Ya sudah

	layanan dan melayani semua nasabahnya secara adil dan sama?	
6	Menurut tanggapan anda sebagai nasabah bank BNI Kendari, apakah pegawai atau karyawan bank memiliki integritas dalam melayani nasabah?	Ya sedikit, karena untuk satpmnya tidak ramah
INDIKATOR KOMITMEN		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana usaha anda agar menjaga dan mempertahankan komitmen jangka panjang dengan bank BNI Kendari?	Dengan menggunakan produk yang saya pilih
2	Apakah ada keinginan anda untuk mempertahankan hubungan anda dengan bank BNI Kendari?	Ya ada karena ini ketergantungan untuk kehidupan saya sehari-hari
3	Apakah anda merasa ada ikatan emosional antara anda dengan pihak bank BNI Kendari?	Tidak ada sih hanya untuk keramahannya ditingkatkan lagi
4	Apakah ada rencana anda dalam perihal penggunaan produk dan layanan perbankan dibandingkan dengan bank lain?	Tidak ada untuk saat ini

INDIKATOR KOMUNIKASI		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana pihak Bank BNI Kendari memberikan informasi kepada nasabah dengan jelas?	Menjelaskan dengan sangat detail serta memberikan beberapa contoh sehingga kami mengerti apa yang dijelaskan
2	Apakah pihak bank BNI Kendari memberikan informasi dengan tutur kata yang baik?	Ya, sebagai karyawan yang sudah di trainer jadi bagus cranya menyampaikan
3	Bagaimana respon dari pihak bank BNI Kendari saat mendengarkan keluhan nasabah?	Bagus cepat menanggapi dan merespon keluhan nasabahnya
4	Apakah pihak bank BNI Kendari menanggapi dengan baik setiap nasabahnya?	Ya
5	Apakah karyawan bank BNI Kendari memahami keinginan nasabah?	Ya
6	Bagaimana respon pihak bank BNI Kendari saat nasabah datang dilayani dan dihargai dengan sangat baik?	Responnya bagus senyum ramah

INDIKATOR KEUNTUNGAN (LABA)		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Apakah anda mendapatkan keuntungan dengan menggunakan rekening bank BNI Kendari?	Ya salahsatunya bisa menarik sampai 0 rupiah
2	Apakah anda mengetahui bahwa ada keuntungan saat anda mengambil suatu akad di bank BNI Kendari?	Tidak sih setau saya pakai sistem bunga kalau pendanaannya
3	Apakah anda mengetahui pembagian keuntungan ketika menggunakan rekening bank BNI Kendari?	Tidak juga sih



Nama : Muh. Aryadi Amir
 Hari/Tanggal : Sabtu, 10 September 2022
 Waktu Wawancara : 13.45-14.10
 Lokasi wawancara : Perumahan Jabatan
 Tema wawancara : Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Antara Bank Dan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional

INDIKATOR KEPERCAYAAN		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana kepercayaan saudara dengan produk yang ditawarkan oleh bank BNI Kendari?	Menurut saya terkait produk yang ditawarkan oleh pihak Bank BNI Kendari sangatlah bermanfaat, karna dapat membantu masyarakat melakukan Simpan Pinjam dengan aman dan terpercaya Karena Bank BNI adalah salah satu dari empat Bank milik Negara.
2	Apakah anda yakin dengan kelengkapan produk di bank BNI Kendari sesuai dengan kebutuhan saudara?	Saya fikir sejauh ini kelengkapan produk di Bank BNI Kendari telah memenuhi syarat Dan kepuasan masyarakat
3	Apakah anda yakin untuk terus menggunakan produk dan layanan yang anda miliki?	Iya, saya sangat yakin karna saya adalah seorang pegawai negeri, dimana tunjangan kinerja saya melalui Bank BNI
4	Apakah budaya kerja pegawai bank BNI Kendari	Budaya dan perilaku dari pihak pegawai Bank BNI sudah baik dan

	sangat baik dalam melayani nasabah?	cukup memuaskan dalam pelayanan terhadap nasabah
5	Apakah Bank BNI Kendari telah menggunakan standar layanan dan melayani semua nasabahnya secara adil dan sama?	Saya rasa-rasa Bank BNI Kendari telah menggunakan standar layanan yang bagus ,dan pelayanan terhadap saya atau nasabah lainnya yg sy lihat kalau ke bank atau ke ATMnya juga diperlakukan secara adil dan sama sesuai dengan ketentuan prosedur layanan yg d miliki bank
6	Menurut tanggapan anda sebagai nasabah bank BNI Kendari, apakah pegawai atau karyawan bank memiliki integritas dalam melayani nasabah?	Kalau Menurut tanggapan saya sebagai nasabah bank BNI Kendari kalau dari segi pegawainya atau karyawannyaaa pihak bank itu cukup memiliki potensi yg bagus dan integritas dalam melayani saya sebagai nasabahnya
INDIKATOR KOMITMEN		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana usaha anda agar menjaga dan mempertahankan komitmen jangka panjang dengan bank BNI Kendari?	Saya bermitra dengan BNI dikarenakan gaji remonisasi kepegawaian saya masuk di rekening atau kartu ATM bank bni, jadi saya rasa tidak perlu berusaha karena dari pertama saya jadi seorang pegawai, gaji sy masuk di Bni biar bagaimanapun pastimikii akan jadi nasabah jangka panjang

		di bank BNI tersebut, sakira begitu
2	Apakah ada keinginan anda untuk mempertahankan hubungan anda dengan bank BNI Kendari?	Yahh tentu saja ada, karena saya menabung juga memakai rekening bank BNI. kemudian karna mungkin dari pertanyaan-pertanyaan sebelumnya sudah bisa di simpulkan sama anda kenapa saya harus mempertahankan hubunganku menjadi nasabah BNI
3	Apakah anda merasa ada ikatan emosional antara anda dengan pihak bank BNI Kendari?	Alhamdulillah Tidak adaji
4	Apakah ada rencana anda dalam perihal penggunaan produk dan layanan perbankan dibandingkan dengan bank lain?	Sejauh ini tidak ada kerana bank bni bagus dia dalam hal persenan bunganya anu lebih rendah dari pada rekening atm bank lainnya atau bank BRI yang saya pakai, kebetulan saya pakai dua kartu atm
INDIKATOR KOMUNIKASI		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana pihak Bank BNI Kendari memberikan informasi kepada nasabah dengan jelas?	Yah jelas Karena cara penyampaian eeeee informasi mengenai produk bank bni yang di sampaikan pihak bank mudah dipahami oleh saya pribadi
2	Apakah pihak bank BNI	Eee yah tentu saja karna

	Kendari memberikan informasi dengan tutur kata yang baik?	sebelumnya saya bilang mudah dipahami
3	Bagaimana respon dari pihak bank BNI Kendari saat mendengarkan keluhan nasabah?	Responya biasajii, karena mereka layaniki sesuai dengan prosedur yang sudah ada mengenai masalah yang kita keluhkan ke pihak bank. Misalnya kayak kartu ATMku terblokir pasti dia langsung bertindak untuk layaniki begitujii intinya baiklah
4	Apakah pihak bank BNI Kendari menanggapi dengan baik setiap nasabahnya?	Yaa baikkk
5	Apakah karyawan bank BNI Kendari memahami keinginan nasabah?	Yahh dapahamii. Misalnya kayak kita mo pinjam uang di bank dilayani kita sesuai prosedur yang ada. Asal kita sebagai nasabah mempunyai jaminan yang diminta dari bank.
6	Bagaimana respon pihak bank BNI Kendari saat nasabah datang dilayani dan dihargai dengan sangat baik?	Responya baikjii pelayanannya Terus da hargai sekaliki kandaaa

INDIKATOR KEUNTUNGAN (LABA)		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Apakah anda mendapatkan keuntungan dengan menggunakan rekening bank BNI Kendari?	Mmm kalau keuntungan menggunakan rekening BNI itu aman dalam bertransaksi, produk keuangan yang ditawarkan juga sesuai dengan kebutuhan saya. Terus bagusnya dia BNI kalau mau bertransaksi gampang
2	Apakah anda mengetahui bahwa ada keuntungan saat anda mengambil suatu akad di bank BNI Kendari?	Kalau mengenai akad-akad saya kurang tau yahh, apakah ada akad-akad dalam BNI konven yang saya tau itu hanya ada di Bank Syariah
3	Apakah anda mengetahui pembagian keuntungan ketika menggunakan rekening bank BNI Kendari?	Sejauh ini saya belum tau pembagian keuntungan apa yang dimiliki bank bni. Da hanya simpankanji uangku di dalam atmnya atau rekeningnya

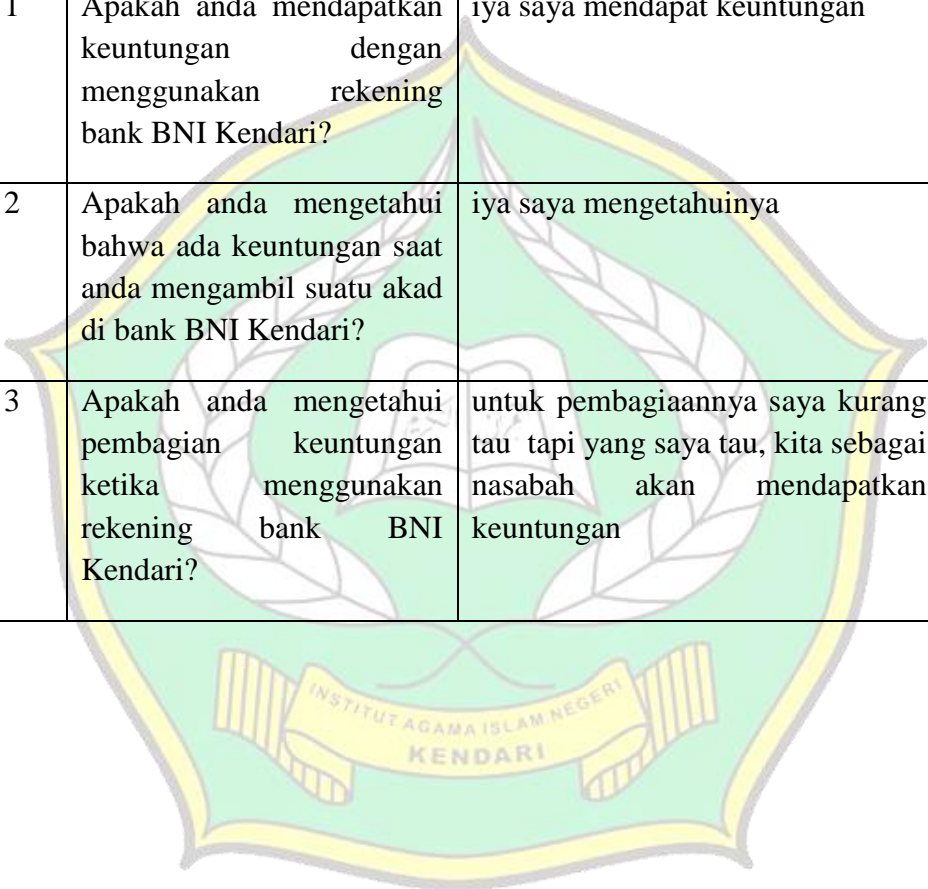
Nama : Dimas Prayoga
 Hari/Tanggal : Rabu, 14 september 2022
 Waktu Wawancara : 12.17-12.40
 Lokasi wawancara : rumah kediaman
 Tema wawancara : Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Antara Bank Dan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional

INDIKATOR KEPERCAYAAN		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana kepercayaan saudara dengan produk yang ditawarkan oleh bank BNI Kendari?	saya percaya dengan produk yang ditawarkan oleh BNI salah satu yang saya percayai adalah sistem keamanan yang ditawarkan
2	Apakah anda yakin dengan kelengkapan produk di bank BNI Kendari sesuai dengan kebutuhan saudara?	Saya rasa untuk kelengkapan yang ditawarkan oleh BNI sudah sesuai dengan kebutuhan saya ketika bertransaksi
3	Apakah anda yakin untuk terus menggunakan produk dan layanan yang anda miliki?	iya saya yakin akan menggunakan layanan dan produk yang saya miliki
4	Apakah budaya kerja pegawai bank BNI Kendari sangat baik dalam melayani nasabah?	saya rasa itu sudah cukup baik
5	Apakah Bank BNI Kendari telah menggunakan standar	untuk pelayanan yang diberikan oleh pihak BNI saya rasa sudah

	layanan dan melayani semua nasabahnya secara adil dan sama?	cukup adil dalam melayani nasabah
6	Menurut tanggapan anda sebagai nasabah bank BNI Kendari, apakah pegawai atau karyawan bank memiliki integritas dalam melayani nasabah?	iya karyawannya sudah memiliki integritas dalam melayani nasabah
INDIKATOR KOMITMEN		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana usaha anda agar menjaga dan mempertahankan komitmen jangka panjang dengan bank BNI Kendari?	dengan cara selalu menggunakan produk yang ditawarkan pihak bank BNI dalam bertansaksi
2	Apakah ada keinginan anda untuk mempertahankan hubungan anda dengan bank BNI Kendari?	iya
3	Apakah anda merasa ada ikatan emosional antara anda dengan pihak bank BNI Kendari?	untuk itu saya merasa biasa saja
4	Apakah ada rencana anda dalam perihal penggunaan produk dan layanan	saya rasa akan selalu menggunakan BNI

	perbankan dibandingkan dengan bank lain?	
INDIKATOR KOMUNIKASI		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana pihak Bank BNI Kendari memberikan informasi kepada nasabah dengan jelas?	dengan cara menjelaskan ataupun dengan informasi yang disajikan dalam kertas brosur
2	Apakah pihak bank BNI Kendari memberikan informasi dengan tutur kata yang baik?	untuk penggunaan kata sangat sopan
3	Bagaimana respon dari pihak bank BNI Kendari saat mendengarkan keluhan nasabah?	untuk yang ini saya kurang tau karna selama saya memakai produknya saya belum mendapati keluhan
4	Apakah pihak bank BNI Kendari menanggapi dengan baik setiap nasabahnya?	iya
5	Apakah karyawan bank BNI Kendari memahami keinginan nasabah?	iya mereka memahaminya
6	Bagaimana respon pihak bank BNI Kendari saat nasabah datang dilayani dan dihargai dengan sangat	untuk respon sendiri saya tidak begitu mengerti

	baik?	
INDIKATOR KEUNTUNGAN (LABA)		
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Apakah anda mendapatkan keuntungan dengan menggunakan rekening bank BNI Kendari?	iya saya mendapat keuntungan
2	Apakah anda mengetahui bahwa ada keuntungan saat anda mengambil suatu akad di bank BNI Kendari?	iya saya mengetahuinya
3	Apakah anda mengetahui pembagian keuntungan ketika menggunakan rekening bank BNI Kendari?	untuk pembagiannya saya kurang tau tapi yang saya tau, kita sebagai nasabah akan mendapatkan keuntungan



DOKUMENTASI





Esti Julianti

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
2	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II Student Paper	1%
3	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
4	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	1%
6	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%
7	Submitted to Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Student Paper	<1%
8	Submitted to Houston Community College Student Paper	<1%

BIODATA PENULIS**A. Data Pribadi**

Nama : Esti Julianti
Tempat Tanggal Lahir : Welala, 08 Juli 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Lingk II Blok F, Kelurahan.
Welala, Kecamatan. Ladongi,
Kabupaten. Kolaka Timur,
Sulawesi Tenggara
Nomor Telepon : 0822-6659-8141
Email : juliantiesti08@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

2005-2006 : Taman Kanak-Kanak Al-Hidayah
2006-2012 : SD NEGERI 1 ATULA
2012-2015 : MTs FASTABIQUL KHAIRAT
2015-2018 : MA PESRI KENDARI
2018-2022 : INSTITUT AGAMA ISLAM KENDARI