

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Sejarah Singkat

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya No.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Dua tahun lebih PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (service excellence) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Kehadiran PT. Bank BRI Syariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank BRI Syariah yang mampu

melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.,

Aktivitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank BRI Syariah (*proses spin off*-) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRI Syariah.

Saat ini PT. Bank BRI Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. Bank BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRI Syariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank BRI Syariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah.

Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Tanjung adalah salah satu cabang dari lima cabang yang dimiliki oleh Bank BRI Syariah

Kalimantan Selatan. Bank BRI Syariah KCP Tanjung mulai beroperasi pada tanggal 13 April 2013 yang secara resmi dibuka oleh petinggi-petinggi Bank BRI Syariah pusat. Adapun yang menjadi pimpinan cabang pembantu yang pertama adalah Bapak Fadli yang sekarang bertugas di KCP Banjarbaru.

2. Visi - Misi Bank BRI Syariah

Visi:

- Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

Misi:

- Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
- Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.
- Nilai-Nilai Utama Budaya Kerja Bank BRI Syariah

Bank BRI Syariah memiliki budaya kerja yang terdiri dari 7 nilai-nilai dasar dan 49 perilaku utama yang diterapkan terhadap setiap pegawai untuk mencapai visi dan misi dalam perwujudan PASTI OKE tersebut sebagai berikut:



1. Profesional



Definisi:

Kesungguhan dalam melakukan tugas sesuai dengan standar teknis dan etika yang telah ditentukan.

Perilaku Kunci Nilai Profesional:

Yang harus dilakukan:

- a. Bekerja dengan standar praktek terbaik
- b. Mampu menjaga kerahasiaan perusahaan
- c. Bekerja dengan fokus dan sepenuh hati, dengan disiplin tinggi
- d. Mampu mengambil keputusan
- e. Kesiapan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan diri secara berkelanjutan
- f. Menghargai potensi dan kompetensi atasan, rekan kerja dan bawahan
- g. Menemukan dan mengembangkan gagasan-gagasan baru agar perusahaan selalu memiliki daya saing yang tinggi

Yang tidak boleh dilakukan:

- a. Bekerja tanpa arah
- b. Teledor
- c. Bekerja tanpa standar yang jelas

- d. Peragu
- e. Mudah puas diri dengan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki
- f. Merendahkan dan mendispendbiayaankan orang lain
- g. Menolak ide-ide baru yang diperlukan bagi kemajuan

2. Antusias



Definisi:

Semangat atau dorongan untuk berperan aktif dan mendalam pada setiap aktivitas kerja.

Perilaku Kunci Nilai Antusias:

Yang harus dilakukan:

- a. Bersemangat tinggi dalam menyelesaikan tugas
- b. Selalu menunjukkan semangat dan gairah kerja dalam kondisi apapun demi menghasilkan kinerja terbaik
- c. Bergairah dan berdedikasi tinggi, menggunakan berbagai cara, dimanapun, kapanpun, dengan siapapun, demi pencapaian hasil terbaik perusahaan
- d. Menyikapi teguran sebagai bagian dari proses pembelajaran untuk menjadi lebih baik
- e. Menyelesaikan tugas dengan mengutamakan produktivitas, efektivitas dan efisiensi
- f. Bergairah untuk secara berkesinambungan meningkatkan kemampuan diri

- g. Mendayagunakan semaksimal mungkin sarana dan prasarana yang ada untuk mencapai optimal bagi perusahaan

Yang tidak boleh dilakukan:

- a. Menunda pekerjaan
- b. Mudah kehilangan semangat saat menghadapi kesulitan dalam pelaksanaan tugas
- c. Bersikap secara tidak acuh dan asal-asalan
- d. Kecewa dan putus asa pada saat menerima teguran
- e. Menyepelekan kualitas kerja
- f. Santai dan apa adanya
- g. Menggunakan seadanya dan menelantarkan sarana dan prasarana perusahaan

3. Penghargaan SDM



Definisi:

Menempatkan dan menghargai karyawan sebagai modal utama perusahaan dengan menjalankan upaya-upaya yang optimal mulai dari perencanaan, perekrutan, pengembangan dan pemberdayaan SDM yang berkualitas serta memperlakukannya baik sebagai individu maupun kelompok berdasarkan saling percaya, terbuka, adil dan menghargai.

Perilaku Kunci Nilai Penghargaan SDM:

Yang harus dilakukan:

- a. Kinerja baik mendapat penghargaan (reward), kinerja buruk mendapat hukuman (punishment)
- b. Mengembangkan kemampuan dan kepemimpinan diri yang berkualitas, baik sebagai anggota kelompok, maupun pemimpin kelompok
- c. Menjalankan program pengembangan SDM berdasarkan sistem

pengembangan kompetensi dan karir yang terbuka dan adil

- d. Menciptakan lingkungan kerja yang menyangatkan, bermartabat serta memudahkan tercapainya kinerja optimum individual dan kelompok
- e. Memiliki komitmen untuk mencapai sasaran kerja individual dan kelompok berdasarkan kerjasama dan rasa memiliki
- f. Mendorong peningkatan kesejahteraan SDM secara berkelanjutan
- g. Berlaku adil dan setara dalam rekrutmen dan seleksi

Yang tidak boleh dilakukan:

- a. Kinerja baik atau buruk tidak memiliki konsekuensi apapun
- b. Mengabaikan pengembangan kemampuan dan kepemimpinan
- c. Menjalankan program pengembangan SDM tanpa arah
- d. Lingkungan kerja tidak mendukung pencapaian kinerja optimum
- e. Tanpa komitmen terhadap pencapaian sasaran kerja
- f. Kurang peduli
- g. Pilih kasih dan diskriminatif dalam melakukan seleksi rekrutmen

4. Tawakal



Definisi:

Optimisme yang diawali dengan doa yang sungguh-sungguh, dimanifestasikan dengan upaya yang sungguh-sungguh dan diakhiri dengan keikhlasan atas hasil yang dicapai.

Perilaku Kunci Nilai Tawakal:

Yang harus dilakukan:

- a. Mengawali setiap kegiatan dengan berdo'a
- b. Bersyukur atas hasil kerja yang dicapai

- c. Bekerja dengan rencana kerja yang jelas, sistematis dan terukur
- d. Memiliki semangat dan dorongan untuk belajar dan meningkatkan kemampuan menjadi lebih baik
- e. Senang berbagi dan membantu atasan, bawahan dan rekan sekerja untuk mencapai tujuan bersama
- f. Bekerja dengan teliti dan memperhatikan aspek detail
- g. Memiliki ketangguhan dan kegigihan untuk mengatasi semua hambatan kerja

Yang tidak boleh dilakukan:

- a. Lupa berdo'a
- b. Suka pamer, senang mengeluh
- c. Bekerja tanpa rencana dengan pertimbangan yang dangkal
- d. Malas belajar
- e. Pelit dan kikir untuk membantu rekan kerja yang kesulitan
- f. Ceroboh dan memandang remeh permasalahan
- g. Mudah menyerah

5. Integritas



Definisi:

Kesesuaian antara kata dan perbuatan dalam menerapkan etika kerja, nilai-nilai, kebijakan dan peraturan organisasi secara konsisten sehingga dapat dipercaya dan senantiasa memegang teguh etika profesi dan bisnis, meskipun dalam keadaan yang sulit untuk melakukannya.

Perilaku Kunci Nilai Integritas:

Yang harus dilakukan:

- a. Berprilaku penuh kejujuran
- b. Handal dan dapat dipercaya

- c. Memegang teguh dan selalu menepati janji
- d. Tetap dapat bekerja baik walau dengan pengawasan minimal
- e. Berani menyampaikan kebenaran secara etis didasarkan pada nilai yang diyakininya
- f. Berani mengakui kekurangan diri
- g. Mematuhi dan menjalankan aturan, regulasi, etika profesi, dan etika bisnis

Yang tidak boleh dilakukan:

- a. Berbohong dan berbuat kecurangan
 - b. Lemah dan meragukan
 - c. Ingkar janji
 - d. Menyalahgunakan wewenang dan kepercayaan yang diberikan
 - e. Menghindar untuk menyampaikan kebenaran demi keselamatan pribadi
 - f. Keras kepala dan mencari-cari alasan untuk menutupi kekurangan diri
 - g. Bertindak tanpa aturan dan etika
6. Berorientasi Bisnis



Definisi:

Tanggap terhadap perubahan dan peluang, selalu berpikir dan berbuat untuk menghasilkan nilai tambah dalam pekerjaannya.

Perilaku Kunci Nilai Berorientasi Bisnis:

Yang harus dilakukan:

- a. Berorientasi kepada keuntungan perusahaan berlandaskan etika bisnis
- b. Menguasai Product Knowledge
- c. Kreatif dan inovatif dalam mengembangkan bisnis perusahaan
- d. Menerapkan prudential banking dan manajemen risiko yang sehat
- e. Menyatu dengan pasar
- f. Produktif untuk meningkatkan kinerja perusahaan
- g. Sadar biaya

Yang tidak boleh dilakukan:

- a. Berbisnis tanpa perhitungan
- b. Tidak menguasai Product Knowledge
- c. Enggan berinovasi
- d. Mengabaikan prudential banking dan prinsip-prinsip manajemen risiko
- e. “jago kandang”
- f. Apatis
- g. Boros

7. Kepuasan Pelanggan



Definisi:

Memiliki kesadaran sikap serta tindakan yang bertujuan memuaskan pelanggan eksternal dan internal di lingkungan perusahaan.

Perilaku Kunci Nilai Kepuasan Pelanggan:

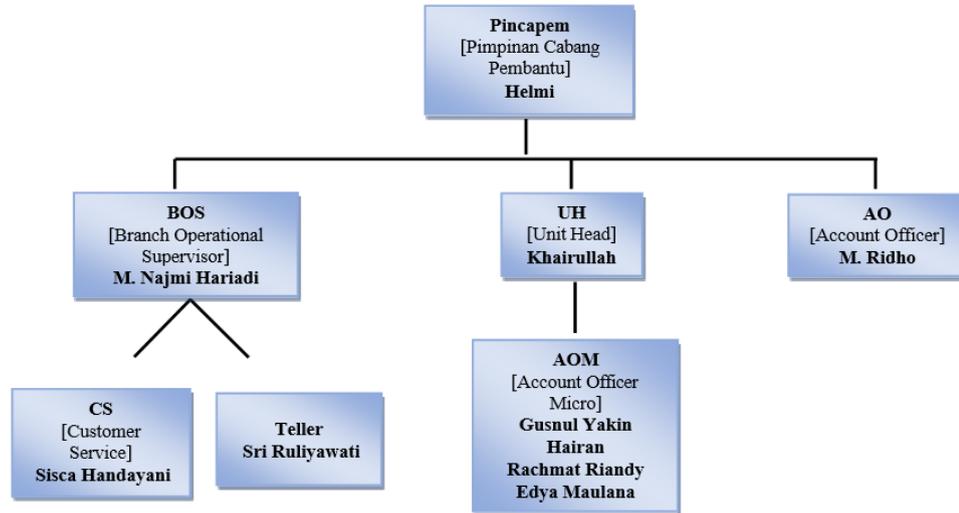
Yang harus dilakukan:

- a. Memperlakukan pelanggan dengan penuh keramahan dan kesopanan santunan
- b. Menjaga kebersihan dan kerapian diseluruh kantor
- c. Memberikan pelayanan dengan cepat dan cermat melebihi harapan
- d. Mudah dihubungi dan tanggap
- e. Menjadi pendengar yang baik untuk memahami kebutuhan pelanggan
- f. Berprilaku menyenangkan hingga mampu menciptakan suasana yang nyaman di lingkungan perusahaan
- g. Memenuhi komitmen

Yang tidak boleh dilakukan:

- a. Berlaku tidak ramah dan tidak sopan kepada pelanggan
- b. Tidak teratur
- c. Melayani biasa-biasa saja
- d. Kurang tanggap
- e. Tidak acuh
- f. Kurang perhatian
- g. Ingkar janji

3. Struktur Organisasi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Kayu Tangi

Sumber: BRI Syariah KCP Tanjung (data diolah)

B. Penyajian Data

1. Identitas Responden

Setelah data diperlukan terkumpul, langkah berikutnya adalah penyajian data. Data yang penulis sajikan merupakan hasil dari penelitian di lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang telah ditetapkan. Dari data penelitian yang sudah terkumpul, penulis menyajikan dalam bentuk uraian yang dilengkapi dengan keterangan-keterangan seperlunya. Penyajian data disesuaikan dengan rumusan masalah.

- | | |
|---------------------|----------------------------|
| a. Nama | : Helmi |
| Usia | : 46 tahun |
| Pendidikan terakhir | : Strata Satu |
| Jabatan | : Pimpinan Cabang Pembantu |

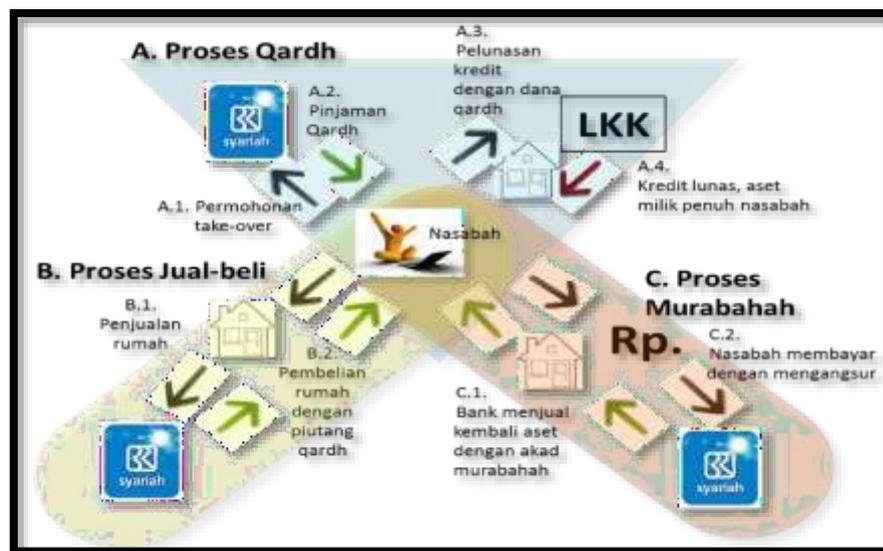
- Alamat : Sungai Besar, Banjarbaru Selatan
- b. Nama : Hairan
- Usia : 37 tahun
- Pendidikan terakhir : Strata Satu
- Jabatan : Account Officer Micro
- Alamat : Persada Raya, Sungai Lulut
- c. Nama : Muhammad Hasbi
- Usia : 42 tahun
- Pendidikan terakhir : Strata Dua
- Jabatan : Financing Support Manager
- Alamat : Jl. Bima III No. 10
- d. Nama : Rachmat Riandy
- Usia : 27 tahun
- Pendidikan terakhir : Strata Satu
- Jabatan : Account Officer Micro
- Alamat : Beruntung Jaya Banjarmasin

2. Pelaksanaan *Take Over* di BRIS KCP Tanjung

Berdasarkan hasil riset yang penulis lakukan dengan cara wawancara kepada empat responden karyawan Bank BRI Syariah KCP Tanjung, yaitu Pimpinan Cabang Pembantu Bank BRI Syariah KCP Tanjung, *Account Officer Micro* dan *Financing Support Manager*. Gambaran tentang aplikasi konsep *take over* KPR yang ada di bank BRI Syariah KCP Tanjung. Sesuai dengan kebijakan yang digunakan pada Bank BRI Syariah (BRIS) KCP Tanjung,

bahwasanya yang bisa dilakukan untuk *take over* adalah dari bank konvensional saja, itupun mekanismenya adalah dengan terlebih dahulu melihat jenis fasilitas dari bank konvensional tersebut. Apakah pembiayaan tersebut termasuk dalam kategori pembiayaan konsumtif, modal kerja, investasi dan lain sebagainya.

Adapun jenis pembiayaan yang paling banyak digunakan pada BRIS KCP Tanjung adalah pembiayaan dalam bentuk modal kerja dan KPR Konsumtif. Kemudian pihak bank melakukan analisis terhadap kredit yang akan dialihkan ke bank syariah dengan memberikan beberapa persyaratan. Berikut skema *take over* KPR yang dilakukan di Bank BRI Syariah.



Sumber: Data Bank BRISyariah (Juni 2016)

Gambar 4.2. Skema *Take over* KPR Pada Bank BRI Syariah

Secara garis besar, penjelasan singkat tentang skema tersebut adalah sebagai berikut.

- a. Nasabah mengajukan permohonan permohonan *take over* kepada pihak Bank BRI Syariah.

- b. Jika pengajuan pembiayaan nasabah diterima oleh pihak bank, maka nasabah akan mendapatkan pinjaman *qard*.
- c. Kemudian dengan dana *qard* yang telah diperoleh tersebut, nasabah melunasi sisa kredit yang ada di lembaga keuangan konvensional atau di bank konvensional.
- d. Setelah kredit tersebut telah dilunasi, maka secara aset nasabah telah menjadi milik nasabah sepenuhnya.
- e. Proses selanjutnya yaitu aset nasabah yang berupa rumah kemudian dijual kembali kepada pihak Bank BRI Syariah.
- f. Bank BRI Syariah membeli rumah tersebut dengan sejumlah uang yang telah digunakan nasabah saat melakukan akad *qard*.
- g. Lalu pihak Bank BRI Syariah kembali menjual aset tersebut kepada nasabah dengan menggunakan akad murabahah.
- h. Dan proses terakhir adalah nasabah membayar aset tersebut dengan sistem angsuran kepada pihak Bank BRI Syariah sampai waktu yang telah disepakati dalam perjanjian.

Persyaratan dalam melakukan *take over* pada BRIS KCP Tanjung tidak jauh berbeda dengan persyaratan pengajuan pembiayaan pada umumnya, hanya saja yang sedikit berbeda adalah pada nilai dari nominal yang akan *ditake over* oleh pihak BRIS KCP Tanjung. Nominal atau outstanding kredit di bank lain, menjadi acuan dalam pengambilalihan atau *take over* ke BRIS KCP Tanjung. Biasanya pada saat akan *ditake over* bank asal akan membebankan biaya pinalti sesuai dengan ketentuan mereka, namun beban ini dapat

ditambahkan sebagai nominal yang *ditake over*. Karena sebagian besar nasabah yang ingin melakukan *take over* adalah mereka yang menginginkan dana segar atau fresh money dari BRIS KCP Tanjung, adapun dana segar tersebut digunakan untuk tambahan modal usaha atau untuk investasi lainnya termasuk tambahan untuk renovasi. Beranjak dari hal itulah, pihak bank dapat menentukan berapa banyak dana yang akan *ditake over*kan.

Ada beberapa hal yang menjadi perhatian BRIS KCP Tanjung dalam melakukan *take over*, yakni pencatatan dari bank sebelumnya dengan meminta nasabah untuk mencetak sisa out standing pembiayaan di bank tersebut. Karena secara kebijakan dari bank syariah sendiri, yang bisa *ditake over* adalah sisa out standing ditambah dengan biaya pinaltinya. Tidak ada minimal biaya atau dana untuk melakukan *take over* pada BRIS KCP Tanjung, yang terpenting pembiayaan yang diajukan masih masuk dalam segmen mana saja.

Contohnya adalah jika pembiayaannya mencapai 300 juta, maka pembiayaan seperti ini masuk ke dalam segmen mikro atau disebut juga segmen Small Medium Enterprise (SME) atau yang diistilahkan dalam bahasa Indonesia dengan Usaha Kecil Menengah (UKM). Jika penggunaannya pada KPR, maka masuk pada segmen konsumtif KPR. Karena segmen pembiayaan pada Bank BRIS KCP Tanjung terbagi atas beberapa segmen, diantaranya segmen mikro atau SME, makro, konsumtif atau pembiayaan.

Pada BRIS KCP Tanjung terdapat beberapa alternatif akad dalam melakukan pembiayaan *take over*, diantaranya *qard*, murabahah dan Al-Ijarah Al-Muntahiya Bit Tamlik (IMBT). Dari ketiga akad yang digunakan pada

BRIS KCP Tanjung, khusus pada akad IMBT masih kurang familiar di internal BRIS KCP Tanjung sendiri maupun di eksternal BRIS KCP Tanjung seperti nasabah atau masyarakat umum.

Adapun akad yang paling familiar di masyarakat adalah akad murabahah dan akad *qard*. Kedua akad ini juga merupakan akad yang paling banyak digunakan pada BRIS KCP Tanjung. Pun sama halnya dengan pembiayaan KPR, juga menggunakan akad *qard* dan murabahah.

Ada beberapa faktor yang melatarbelakangi nasabah untuk melakukan pembiayaan *take over* di BRIS KCP Tanjung, diantaranya:

- a. Sebagian besar masyarakat ingin melakukan pembiayaan dengan syariah atau mereka ingin bersyariah dalam transaksinya.
- b. Untuk mendapatkan *fresh money* atau dana segar untuk menambah modal usaha dari bank.
- c. Sistem pembayaran yang terdapat pada BRIS KCP Tanjung menggunakan sistem fixed atau tetap. Karena pada dasarnya KPR ini merupakan bentuk jual beli, sehingga tidak akan ada resiko di kemudian hari untuk kenaikan suku bunga seperti yang terjadi di bank konvensional pada umumnya. Hal inilah yang menjadi salah satu daya tarik bank terhadap konsumen atau nasabah untuk melakukan *take over* di bank syariah.
- d. Perbedaan margin yang mencolok antara bank syariah dan bank konvensional. Karena margin dari bank konvensional terlalu besar, kemudian ada tawaran dari BRI Syariah dengan margin yang lebih

rendah sehingga nasabah tersebut ingin memindahkan pembiayaannya dari bank sebelumnya.

- e. Plafond yang diberikan oleh bank konvensional terlalu rendah, sehingga tidak cukup untuk memutar modal kerjanya. Misalnya bank konvensional hanya memberi 100 juta, kemudian bank syariah memberikan dana 200 juta rupiah, karena bank syariah menilai dari perputaran usahanya bagus, jaminan yang diberi masih bisa mengcover pembiayaan.
- f. Adanya hubungan emosional antara nasabah dengan marketing suatu bank.

Dalam pembiayaan berbasis *take over* ini, BRIS KCP Tanjung memiliki beberapa kebijakan dalam menentukan pembiayaan yang akan diterima, diantaranya adalah:

- a. Harus dari bank-bank konvensional. *Take over* yang dilakukan di bank syariah harus berasal dari perbankan konvensional saja. Tidak boleh dari bank syariah ke bank syariah.
- b. Bank syariah hanya akan memberikan pembiayaan untuk kebutuhan nasabah saja, bukan keinginan nasabah. Hal ini akan terlihat dari hasil analisa pihak bank syariah saat melakukan BI Checking, karena dari BI Checking ini akan terlihat banyaknya pembiayaan yang telah dilakukan oleh nasabah.
- c. BRIS KCP Tanjung hanya menerima pembiayaan dari bank-bank tertentu saja, karena ada beberapa hal yang ditakutkan oleh pihak bank syariah salah satunya adalah bank tersebut masuk dalam catatan

blacklist di BRIS KCP Tanjung. Pun halnya dengan nasabah dari bank tersebut, juga merupakan nasabah blacklist yang akan dilepas oleh bank tersebut. Oleh karena itu, bank syariah harus selektif dalam menentukan nasabah tersebut.

- d. BRIS KCP Tanjung maupun BRIS Kantor Cabang Utama Banjarmasin memiliki kebijakan dengan bank induknya, yaitu bank BRI Konvensional. Nasabah dari bank induk tidak boleh diambil sebagai nasabah *take over* di BRIS KCP Tanjung, karena secara etika bisnis kurang layak dilakukan dan secara tidak langsung menghormati bank induk.
- e. BRIS KCP Tanjung tidak menerima nasabah dari bank-bank yang akan tutup atau pailit. Karena bisa jadi nasabah dari bank tersebut merupakan nasabah blacklist mereka yang akan dilepas oleh bank itu.
- f. Calon nasabah *take over* harus memiliki usaha yang real dan memiliki izin usaha yang jelas, jika *take over* yang dilakukan dalam bentuk modal usaha.
- g. BI Checkingnya juga harus lancar, dalam hal ini termasuk dalam kategori kolektabilitas satu karena pembiayaan *take over* pada BRIS KCP Tanjung wajib masuk dalam kategori kolektabilitas satu. Jika masih dalam kategori kolektabilitas dua, berarti masih ada masalah pada BI Checking. Ini juga merupakan salah satu acuan pada bank syariah.
- h. Dihitung dari kemampuan nasabah dalam membayar kewajiban angsuran masih masuk atau menutupi dan kemampuan dalam

memberikan agunan.

- i. Potensi bisnis yang diajukan calon nasabah masih masuk dalam target market BRIS KCP Tanjung.

Pembiayaan dalam bentuk *take over* ini dihandle oleh beberapa bagian di BRIS KCP Tanjung, diantaranya adalah Account Officer Micro (AOM) dan Account Officer (AO). Jika dalam proses pembiayaan *take over* ini membutuhkan dana cash, maka AO sendirilah yang harus memastikan dana *qard* tersebut benar-benar sampai ke tujuan yaitu rekening nasabah yang akan *take over* pada bank sebelumnya.

Hal ini dilakukan untuk memastikan jangan sampai ada resiko, karena menggunakan akad *qard* yang mana pada akad *qard* ini merupakan akad berbasis kepercayaan tanpa jaminan bahwa orang yang diberikan jaminan oleh BRIS KCP Tanjung benar-benar digunakan untuk melunasi fasilitas dari bank sebelumnya. Karena jika nasabah sendiri yang membawa dana tersebut, bisa saja terdapat resiko seperti nasabah membawa kabur dana tersebut tanpa meminta izin terlebih dahulu kepada pihak bank syariah ataupun melakukan tindak penipuan lainnya yang dapat merugikan pihak bank syariah dalam bentuk apapun juga.

Setelah calon nasabah menjadi penerima dana pembiayaan *take over*, maka hal selanjutnya yang akan dilakukan oleh pihak bank syariah adalah maintenance nasabah dan bisa juga melakukan cross selling produk bank yang lainnya untuk mengenalkan kepada nasabah produk-produk lain dari BRIS KCP Tanjung yang mungkin bisa menarik nasabah tersebut untuk

menggunakan produk bank lainnya. Kalau secara teknis, mungkin tidak ditemukan ada kendala dalam melakukan *take over* ini. Namun secara lapangan ada beberapa kendala yang dihadapi oleh BRIS KCP Tanjung, yakni kebijakan bank yang akan di *take over*, namun hal ini sudah diakomodir oleh kebijakan bank syariah.

Contohnya adalah mekanisme *take over* di bank konvensional dilakukan secara langsung, setelah hari ini di *take over*, mereka langsung melakukan perjanjian kredit. Hal ini berbanding terbalik dengan *take over* yang terjadi pada bank syariah. Di bank syariah tidak bisa langsung melakukan perjanjian akad murabahah atau akad lainnya sebelum nasabah melunasi *qard* terlebih dahulu. Karena akad *qard* disini adalah sebagai jembatan bahwasanya yang akan diadakan untuk jaminan atau agunan sudah bisa dipegang atau dipertanggung jawabkan.

Kendala lainnya yang dihadapi adalah jika di bank konvensional, mungkin membutuhkan waktu satu minggu atau lebih untuk mengeluarkan sertifikat pembiayaan. Lain halnya dengan pihak bank syariah ketika BRIS KCP Tanjung membutuhkan waktu tiga hari untuk mengeluarkan sertifikat, sehingga terjadi tenggang waktu yang cukup lama hanya untuk menunggu sertifikat dari bank konvensional saja. Namun hal ini bisa diantisipasi oleh pihak bank syariah pada saat awal proses *take over* yakni dengan meyakinkan pada nasabah untuk memastikan bahwa agunan atau jaminan yang ada di bank konvensional sebelumnya bisa diambil dengan adanya pelunasan.

Jika nasabah menjanjikan dalam kurun waktu tiga hari, maka bank bisa mengatur waktu *qard* selama tiga hari pula atau empat hari dilebihkan sehari

karena jika tidak clear dalam 3 hari maka bisa empat hari. Kalau di bank sebelumnya mengatakan satu minggu, maka secara otomatis akad *qard* di BRIS KCP Tanjung akan mengikuti bank sebelumnya.

Ini adalah sedikit kendala yang ada namun sudah dapat direcovery oleh pihak bank syariah. Tetapi BRIS KCP Tanjung masih memiliki resiko. Semakin pendek *qard* yang dilakukan, maka semakin kecil resikonya. Tetapi jika semakin panjang *qard* yang dilakukan, maka akan semakin besar resikonya.

3. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada Nasabah PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung sebagai responden, maka dapat diketahui karakteristik setiap pelanggan. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa informasi ini dapat menjadi masukan bagi PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung dalam menyusun strategi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelanggannya di masa yang akan datang.

Karakteristik/identitas responden ini berdasarkan jenis kelamin, pendidikan terakhir, profesi/pekerjaan, frekuensi pemakaian dan frekuensi pepadaman.

a. Jenis Kelamin Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
Pria	63	63
Wanita	37	37
Total	100	100

Sumber : Data Diolah, 2011

Berdasarkan jenis kelamin, responden ternyata didominasi oleh pelanggan yang berjenis kelamin Pria sebanyak 63 orang dengan persentase 63 % dan sisanya adalah responden wanita sebanyak 37 orang atau 37 %. Jumlah responden pria yang lebih banyak dibanding responden wanita merupakan faktor kebetulan karena pada saat penyebaran kuesioner, responden yang berpartisipasi lebih banyak konsumen pria, namun demikian perbedaan jenis kelamin bisa menimbulkan pendapat atau sudut pandang yang berbeda dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung.

b. Pendidikan Terakhir Responden

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
SD	2	2
SMP	3	3
SMA	70	70
Sarjana	20	20
Pascasarjana	5	5
Jumlah	100	100

Sumber : Data Diolah, 2011

Berdasarkan pendidikan terakhir yang dimiliki responden, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden, 70 atau 70% diantaranya

tamatan SMA, 20 orang atau 20% sarjana, 5 orang atau 5% pascasarjana, 3 orang atau 3% SMP, dan tamatan SD 2 orang atau 2%. Tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang menunjukkan tingkat pengetahuan dan wawasan yang dimiliki, yang akan berpengaruh pada kemampuan analitis terhadap suatu permasalahan seperti pelayanan yang diberikan oleh PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung.

c. Profesi/Pekerjaan Responden

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan

Profesi/Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	6	6
Pegawai/Karyawan	44	44
Wiraswasta	41	41
Lain-lain	9	9
Total	100	100

Sumber : Data Diolah, 2011

Dari data tersebut diketahui karakteristik responden yang paling dominan yaitu pegawai/karyawan sebanyak 44 orang atau 44%, diikuti Wiraswasta sebanyak 41 orang atau 41%, selanjutnya lain-lain 9 orang atau 9% dan terakhir pelajar/mahasiswa sebanyak 6 orang atau 6%. Tingkat profesi yang dimiliki seseorang menunjukkan para pelanggan memang kebanyakan dari mereka yang sudah bekerja karena mempunyai penghasilan dan juga bisa meluangkan waktu mereka untuk melakukan pembayaran tagihan listrik di PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung.

4. Penentuan Range

Survey ini menggunakan skala Likert dengan skor tertinggi di tiap pertanyaannya adalah 5 dan skor terendah adalah 1. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, maka :

$$\text{Skor tertinggi} : 100 \times 5 = 500$$

$$\text{Skor terendah} : 100 \times 1 = 100$$

$$\text{Range hasil survey} = \frac{500 - 100}{5} = 80$$

Range skor :

- c. 100 – 180 = sangat tidak setuju
- d. 181 – 260 = tidak setuju
- e. 261 – 340 = netral
- f. 341 – 420 = setuju
- g. 421 – 500 = sangat setuju

5. Deskripsi Hasil Penelitian

Upaya yang dilakukan untuk menunjang kepuasan pelanggan oleh setiap perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat perlu memberikan penerapan kualitas pelayanan, sebab dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan, maka akan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan pada PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung, maka perlu dilakukan analisis mengenai kualitas pelayanan. Hal ini bertujuan untuk dapat melihat sebagian besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung. Adapun dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang meliputi: Psikologi (X1), Promosi (X2),

Kualitas Pelayanan (X3), Tingkat Margin (X4), Aspek Syariah (X5).

a. Distribusi Frekuensi Variabel Psikologi (X1)

Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Variabel Psikologi

No.	Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Brand yang terkenal	11	11	59	59	22	22	8	8		
2.	Kedekatan emosional secara	19	19	49	49	25	25	7	7		
3.	Kepercayaan	20	20	52	52	26	26	2	2		
4.	Mudah dikenal	16	16	55	55	19	19	10	10		

Sumber : Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel keandalan (reliability) PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung berada pada range keempat (setuju).

- 1) Pada pertanyaan pertama yaitu aktivasi /registrasi pelanggan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan setelah lunas membayar persyaratan, sebanyak 11 orang (11%) menjawab sangat setuju, 59 orang (59%) menjawab setuju, 22 orang (22%) menjawab netral, dan 8 orang (8%) menjawab tidak setuju.
- 2) Pada pertanyaan kedua yaitu pelayanan pengaduan cepat dan handal, sebanyak 19 orang (19%) menjawab sangat setuju, 49 orang (49%) menjawab setuju, 25 orang (25%) menjawab netral, dan 7 orang (7%) menjawab tidak setuju.
- 3) Pada pertanyaan ketiga yaitu info tagihan/billing sesuai dengan pemakaian, sebanyak 20 orang (20%) menjawab sangat setuju, 52 orang (52%) menjawab setuju, 26 orang (26%) menjawab netral, dan 2 orang (2%) menjawab tidak setuju.
- 4) Pada pertanyaan keempat yaitu bila terjadi kesalahan pencatatan

rekening listrik secepatnya akan dicek., sebanyak 16 orang (16%) menjawab sangat setuju, 55 orang (55%) menjawab setuju, 19 orang (19%) menjawab netral, dan 10 orang (10%) menjawab tidak setuju.

b. Distribusi Frekuensi Variabel Promosi (X₂)

Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Promosi

No.	Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Iklan yang mudah diingat	24	24	66	66	7	7	3	3		
2.	Brand yang dikenal	26	26	58	58	16	16				
3.	Potongan margin yang kompetitif	24	24	56	56	19	19				
4.	Hadiah yang diberikan	25	25	60	60	11	11	4	4		

Sumber : Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggapan konsumen terhadap variabel data tanggap (responsiveness) PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung berada pada range keempat (setuju).

- 1) Pada pertanyaan pertama yaitu kesiapan petugas dalam melayani pelanggan, sebanyak 24 orang (24%) menjawab sangat setuju, 66 orang (66%) menjawab setuju, 7 orang (7%) menjawab netral dan 3 orang (3%) menjawab tidak setuju.
- 2) Pada pertanyaan kedua yaitu kemauan untuk membantu pelanggan, sebanyak 26 orang (26%) menjawab sangat setuju, 58 orang (58%) menjawab setuju, dan 16 orang (16%) menjawab netral.
- 3) Pada pertanyaan ketiga yaitu cepat merespon pelanggan yang datang, sebanyak 24 orang (24%) menjawab sangat setuju, 56 orang (56%) menjawab setuju, dan 19 orang (19%) menjawab

netral.

- 4) Pada Pertanyaan keempat yaitu petugas memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan, sebanyak 25 orang (25%) menjawab sangat setuju, 60 orang (60%) menjawab setuju, 11 orang (11%) menjawab netral, dan 4 orang (4%) menjawab tidak setuju.

c. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Petugas mampu menanamkan kepercayaan pelanggan	28	28	51	51	14	14	7	7		
2.	Kemauan untuk membantu pelanggan	33	33	48	48	12	12	7	7		
3.	Cepat merespon pelanggan yang datang	32	32	50	50	12	12	6	6		
4.	Petugas memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti pelanggan	28	28	46	46	15	15	9	9	2	2

Sumber : Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil tabel tersebut, tanggapan konsumen terhadap variabel kualitas pelayanan PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung berada pada range keempat (setuju).

- 1) Pada pertanyaan pertama yaitu petugas mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan, sebanyak 28 orang (28%) menjawab sangat setuju, 51 orang (51%) menjawab setuju, 14 orang (14%) menjawab netral, dan 7 orang (7%) menjawab tidak setuju.

- 2) Pada pertanyaan kedua yaitu petugas mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan, sebanyak 33 orang (33%) menjawab sangat setuju, 48 orang (48%) menjawab setuju, 12 orang (12%) menjawab netral, dan 6 orang (6%) menjawab tidak setuju.
- 3) Pada pertanyaan ketiga yaitu pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi, sebanyak 32 orang (32%) menjawab sangat setuju, 50 orang (50%) menjawab setuju, 12 orang (12%) menjawab netral, dan 6 orang (6%) menjawab tidak setuju.
- 4) Pada pertanyaan keempat yaitu PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung memiliki citra yang positif di mata masyarakat, sebanyak 28 orang (28%) menjawab sangat setuju, 46 orang (46%) menjawab setuju, 15 orang (15%) menjawab netral, 9 orang (9%) menjawab tidak setuju, dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak setuju.
- d. Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat Margin (X4)

Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Variabel Tingkat Margin

No.	Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Margin yang diberikan sangat kompetitif	17	17	45	45	31	31	7	7		
2.	Perhitungan margin yang bisa dinego	23	23	37	37	23	23	15	15	2	2
3.	Perhitungan margin yang dapat diterima nasabah	18	18	48	48	22	22	12	12		
4.	Transparansi perhitungan margin	17	17	45	45	31	31	7	7		

Sumber : Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggapan konsumen terhadap variabel *margin* yang dimiliki PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung berada pada range keempat (setuju).

- 1) Pada pertanyaan pertama yaitu petugas dapat memahami kebutuhan spesifik pelanggan, sebanyak 17 orang (17%) menjawab sangat setuju, 45 orang (45%) menjawab setuju, 31 orang (31%) menjawab netral, dan 7 orang (7%) menjawab tidak setuju.
- 2) Pada pertanyaan kedua yaitu petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian, sebanyak 23 orang (23%) menjawab sangat setuju, 37 orang (37%) menjawab setuju, 23 orang (23%) menjawab netral, 15 orang (15%) menjawab tidak setuju, dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak setuju.
- 3) Pada pertanyaan ketiga yaitu petugas mudah dihubungi pelanggan dan mengutamakan kepentingan pelanggan, sebanyak 18 orang (18%) menjawab sangat setuju, 48 orang (48%) menjawab setuju, 22 orang (22%) menjawab netral, dan 12 orang (12%) menjawab tidak setuju.
- 4) Pada pertanyaan keempat yaitu Pelayanan pada pelanggan tidak membedakan status sosial, sebanyak 17 orang (17%) menjawab sangat setuju, 45 orang (45%) menjawab setuju, 31 orang (31%) menjawab netral, dan 7 orang (7%) menjawab tidak setuju.

e. Distribusi Frekuensi Variabel Aspek Syariah (X5)

Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Variabel Aspek Syariah

No.	Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Penampilan petugas rapi dan profesional sesuai syariah	23	23	57	57	14	14	6	6		
2.	Metode perhitungan konsep syariah	23	23	52	52	20	20	5	5	2	2
3.	Kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman sesuai syariah	30	30	54	54	9	9	7	7		
4.	Label bank berkonsep syariah	27	27	50	50	13	13	10	10		

Sumber : Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel aspek syariah yang dimiliki PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung berada pada range keempat (setuju).

- 1) Pada pertanyaan pertama yaitu penampilan petugas rapi dan profesional, sebanyak 23 orang (23%) menjawab sangat setuju, 57 orang (57%) menjawab setuju, 14 orang (14%) menjawab netral, dan 6 orang (6%) menjawab tidak setuju.
- 2) Pada pertanyaan kedua yaitu peralatan, perlengkapan, dan sarana yang modern, sebanyak 23 orang (23%) menjawab sangat setuju, 52 orang (52%) menjawab setuju, 20 orang (20%) menjawab netral, dan 5 orang (5%) menjawab tidak setuju.
- 3) Pada pertanyaan ketiga yaitu kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman, sebanyak 30 orang (30%) menjawab sangat setuju, 54 orang (54%) menjawab setuju, 9 orang (9%) menjawab netral, dan 7 orang (7%) menjawab tidak setuju.

- 4) Pada pertanyaan keempat yaitu petugas pengontrol meteran selalu mengenakan tanda pengenal yang jelas mengenai nama, jabatan, kewenangan dan tanggung jawab., sebanyak 27 orang (27%) menjawab sangat setuju, 50 orang (50%) menjawab setuju, 13 orang (13%) menjawab netral dan 10 orang (10%) menjawab tidak setuju.
- f. Distribusi Frekuensi Variabel Nasabah Melakukan *Take over* dan Perhitungan Skor Variabel (Y)

Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Nasabah

No.	Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Menurut kami selama ini PT Bank BRI Syariah memberikan pelayanan jasa penerangan yang memuaskan sesuai dengan yang diharapkan	24	24	66	66	7	7	3	3		
2.	Menurut kami PT Bank BRI Syariah mempunyai jaringan yang cukup luas dan terjangkau	8	8	48	48	30	30	14	14		
3.	Pihak PT Bank BRISyariah selalu menanggapi keluhan kami dengan cepat dan tepat.	12	12	50	50	27	27	11	11		
4.	Secara keseluruhan kami menilai bahwa PT Bank BRI Syariah memiliki citra yang positif dan baik.	13	13	27	27	37	37	22	22	1	1

Sumber : Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil tabel tersebut dapat diambil kesimpulan beberapa tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

- 1) Pada pertanyaan pertama yaitu PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung memberikan pelayanan jasa penerangan yang memuaskan sesuai dengan yang diharapkan, sebanyak 24 orang

(24%) menjawab sangat setuju, 66 orang (66%) menjawab setuju, 7 orang (7%) menjawab netral, dan 3 orang (3%) menjawab tidak setuju.

- 2) Pada pertanyaan kedua yaitu PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung mempunyai jaringan yang cukup luas dan terjangkau, sebanyak 8 orang (8%) menjawab sangat setuju, 48 orang (48%) menjawab setuju, 30 orang (30%) menjawab netral, dan 14 orang (14%) menjawab tidak setuju.
- 3) Pada pertanyaan ketiga yaitu PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung selalu menanggapi keluhan kami dengan cepat dan tepat, sebanyak 12 orang (12%) menjawab sangat setuju, 50 orang (50%) menjawab setuju, 27 orang (27%) menjawab netral, dan 11 orang (11%) menjawab tidak setuju.
- 4) Pada pertanyaan keempat yaitu secara keseluruhan kami menilai bahwa PT. PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung memiliki citra yang positif dan baik, sebanyak 13 orang (13%) menjawab sangat setuju, 27 orang (27%) menjawab setuju, 37 orang (37%) menjawab netral, 22 orang (22%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan baik untuk variabel terikat (Y) maupun variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) yang diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS 23.0, maka diperoleh hasil perhitungan regresi linear berganda sebagai berikut :

Tabel 4.12 Rekapitulasi Hasil Analisa Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,624	1,516		3,049	0,003
Psikologi	0,229	0,071	0,240	3,233	0,002
Promosi	0,182	0,090	0,151	2,033	0,045
Kualitas Pelayanan	0,353	0,052	0,457	6,794	0,000
Tingkat Margin	-0,392	0,052	-0,527	-7,558	0,000
Aspek Syariah	0,200	0,059	0,236	3,379	0,001

Dependent Variable: Nasabah Melakukan *Take Over*

Sumber : Data diolah SPSS 23, 2020

Berdasarkan tabel tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 4,624 + 0,229X_1 + 0,182X_2 + 0,353X_3 - 0,392X_4 + 0,200X_5 + 1,516$$

Dimana :

- a. 4,624 = variabel independen yaitu kepuasan pelanggan yang terdiri dari Psikologi (X₁), Promosi (X₂), Kualitas Pelayanan (X₃), Tingkat Margin (X₄), Aspek Syariah (X₅) mempunyai hubungan positif dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Nilai konstanta kepuasan pelanggan sebesar 4,624 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya pelayanan jasa diberikan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh pelanggan.
- b. 0,229X₁ = besarnya koefisien variabel Psikologi yang berarti setiap peningkatan variabel Psikologi sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat 0,229 dengan asumsi variabel lainnya (Promosi, Kualitas Pelayanan, Tingkat Margin dan Aspek Syariah) konstan.

- c. $0,182X_2$ = besarnya koefisien variabel Promosi yang berarti setiap peningkatan variabel responsiveness sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat 0,182 dengan asumsi variabel lainnya (Psikologi, Kualitas Pelayanan, Tingkat Margin dan Aspek Syariah) konstan.
- d. $0,353X_3$ = besarnya koefisien variabel Kualitas Pelayanan yang berarti setiap peningkatan variabel assurance sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat 0,353 dengan asumsi variabel lainnya (Psikologi, Promosi, Tingkat Margin dan Aspek Syariah) konstan.
- e. $-0,392X_4$ = besarnya koefisien variabel Tingkat Margin yang berarti setiap peningkatan variabel *emphaty* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan akan menurun 0,392 dengan asumsi variabel lainnya (Psikologi, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Aspek Syariah) konstan.
- f. $0,200X_5$ = besarnya koefisien variabel Aspek Syariah yang berarti setiap peningkatan variabel *tangible* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat 0,200 dengan asumsi variabel lainnya (Psikologi, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Margin) konstan.
- g. Standar error sebesar 1,516 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam uji SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 1,516.

Hasil regresi berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas yakni Psikologi (X_1), Promosi (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), Tingkat Margin (X_4), Aspek Syariah (X_5) berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni Keputusan melakukan *Take over*. Sedangkan variabel Promosi berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Di mana setiap kenaikan yang terjadi

pada variabel bebas akan diikuti pula oleh kenaikan variabel terikat. Selain itu dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel bebas yang dominan adalah variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,353.

7. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada r square dan dinyatakan dalam presentase. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,782	0,612	0,591	1,515

a Predictors: (Constant), Psikologi, Promosi, Kualitas Pelayanan, Tingkat Margin, Aspek Syariah

b Dependent Variable: Nasabah *Take Over*

Sumber : Data diolah SPSS 23, 2020

Nilai r square sebesar 0,612, yang artinya variabel Psikologi, Promosi, Kualitas Pelayanan, Tingkat Margin, Aspek Syariah mampu menjelaskan Nasabah melakukan *take over* pada PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung sebesar 61,2%, sementara sisanya sebesar 38,8% (100%-61,2%) Nasabah Melakukan *Take over* PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung dijelaskan oleh faktor selain kualitas pelayanan.

8. Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji F

Uji simultan atau uji F merupakan uji secara bersama-sama untuk menguji signifikan pengaruh variabel kualitas jasa yang terdiri atas Psikologi, Promosi, Kualitas Pelayanan, Tingkat Margin, Aspek Syariah serta bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	339,601	5	67,920	29,598	0,000
	Residual	215,709	94	2,295		
	Total	555,310	99			

a Predictors: (Constant), PIKOLOGI,PROMOSI,KUALITAS PELAYANAN, TINGKAT MARGIN, ASPEK SYARIAH

b Dependent Variable: NASABAH TAKE OVER

Sumber: Data diolah SPSS 23, 2020

Langkah-langkah untuk melakukan uji F sebagai berikut :

1) Hipotesis

Ho: Faktor-faktor keputusan nasabah secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap melakukan *take over*.

Ha: Faktor-faktor keputusan nasabah secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap melakukan *take over*.

2) Tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0.05 ($\alpha = 5\%$) dan pada tabel 4.13, tingkat signifikansi sebesar 0.000 atau sebesar 0% artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi sebesar 0%.

3) Menentukan Ftabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95 %, $\alpha = 5\%$, df 1 dapat ditentukan dengan persamaan berikut :

df 1 = jumlah variabel; artinya df 1 = 5

sedangkan, df 2 = n-k-1; artinya df 2 = 94; (100-5-1)

Jadi, dapat dilihat pada tabel F pada kolom 5 baris 94 yakni

2,31 atau dapat dicari pada program Ms. Excel dengan cara mengetik pada cell kosong = finv(0.05,5,94) lalu tekan enter. Hasilnya adalah 2,31127.

4) Kriteria pengujian

Ho diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Ho ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (29,598 > 2,31) Secara teoritis kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, seperti yang dikatakan Rangkuti (2004:56) bahwa kepuasan pelanggan perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Yakni mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

Berdasarkan pengujian statistik dengan metode uji F, di mana tingkat signifikan yang diperoleh lebih kecil yakni sebesar 0,000 dari standar signifikan yakni 5 % atau 0,05 dan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} , di mana F_{hitung} sebesar 29,598 lebih besar dari F_{tabel} yakni 2,31, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima atau kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan teori dan hasil statistik penelitian berdasarkan uji F, Faktor-Faktor Keputusan

Nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Melakukan *Take over*.

b. Uji t

Pengujian ini untuk melihat sejauh mana pengaruh secara sendiri-sendiri variabel X terhadap variabel Y. Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS 23 maka di dapat hasil uji – t (Tabel 4.13). Pengujian Koefisien Regresi Variabel Faktor-Faktor Keputusan Nasabah.

Langkah-langkah melakukan uji t untuk variabel Psikologi sebagai berikut:

1) Hipotesis

Ho1: Variabel Psikologi secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

Ha1: Variabel Psikologi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

Ho2: Variabel Promosi secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

Ha2: Variabel Promosi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

Ho3: Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

Ha3: Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

Ho4: Variabel Tingkat Margin secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

Ha4: Variabel Tingkat Margin secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

Ho5: Variabel Aspek Syariah secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

Ha5: Variabel Aspek Syariah secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

2) Tingkat Signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Berdasarkan tabel 4.15 signifikansi variabel Psikologi sebesar 0,002 artinya variabel Psikologi lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa Ho diterima.

3) Menentukan thitung

Variabel Psikologi adalah sebesar 3,233.

Variabel Promosi adalah sebesar 2,033.

Variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 6,794.

Variabel Tingkat Margin adalah sebesar [-7,558].

Variabel Aspek Syariah adalah sebesar 3,379.

4) Menentukan ttabel

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $100-5-1= 94$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk ttabel sebesar

1,98552 (1,986).

5) Kriteria pengujian

Ho diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel} / t_{hitung} > t_{tabel}$

6) Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa Psikologi merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana Psikologi merupakan keandalan para karyawan dalam memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan. Semakin tinggi tingkat keandalan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

- a) Variabel Psikologi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,233 dan tingkat signifikan sebesar 0,002. Hal tersebut menunjukkan bahwa Variabel Psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan melakukan *take over*. Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,233 > 1,986$) dan nilai signifikan yang lebih rendah tingkat alpha (0,05), dengan arah pengaruh yang dihasilkan adalah positif. Berdasarkan hal tersebut, maka hasil uji hipotesis alternatif pertama (H_{a1}) adalah diterima, dan hipotesis dasar pertama (H_{o1}) adalah ditolak.
- b) Variabel Promosi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,033 dan tingkat signifikan sebesar 0,045. Hal tersebut menunjukkan

bahwa variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan melakukan *take over*. Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,033 > 1,986$) dan nilai signifikan yang lebih rendah tingkat alpha (0,05), dengan arah pengaruh yang dihasilkan adalah positif. Berdasarkan hal tersebut, maka hasil uji hipotesis alternatif kedua (H_{a2}) adalah diterima, dan hipotesis dasar kedua (H_{o2}) adalah ditolak.

- c) Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 6,794 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan melakukan *take over*. Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($6,794 > 1,986$) dan nilai signifikan yang lebih rendah tingkat alpha (0,05), dengan arah pengaruh yang dihasilkan adalah positif. Berdasarkan hal tersebut, maka hasil uji hipotesis alternatif ketiga (H_{a3}) adalah diterima, dan hipotesis dasar ketiga (H_{o3}) adalah ditolak.
- d) Variabel Tingkat Margin memiliki nilai t_{hitung} sebesar -7,588 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Tingkat Margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan melakukan *take over*. Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah

berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} (7,588 > 1,986) dan nilai signifikan yang lebih rendah tingkat alpha (0,05), dengan arah pengaruh yang dihasilkan adalah negatif. Berdasarkan hal tersebut, maka hasil uji hipotesis alternatif keempat (H_{a4}) adalah diterima, dan hipotesis dasar keempat (H_{o4}) adalah ditolak.

- e) Variabel Aspek Syariah memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,379 dan tingkat signifikan sebesar 0,001. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Aspek Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan melakukan *take over*. Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} (3,379 > 1,986) dan nilai signifikan yang lebih rendah tingkat alpha (0,05), dengan arah pengaruh yang dihasilkan adalah positif. Berdasarkan hal tersebut, maka hasil uji hipotesis alternatif kelima (H_{a5}) adalah diterima, dan hipotesis dasar kelima (H_{o5}) adalah ditolak.

C. Pembahasan

1. Pengaruh variabel Psikologi terhadap keputusan nasabah.

Psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan oleh PT Bank BRI Syariah KCP

Tanjung, seperti ketepatan waktu bila berjanji, jujur dalam pelayanan dan berusaha menghindari kesalahan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Keandalan di sini merupakan sejauh mana para karyawan bisa secara cepat tanggap dalam memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan. Semakin handal hasil yang diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat keandalan PPT Bank BRI Syariah KCP Tanjung, maka akan memengaruhi keputusan nasabah.

2. Pengaruh variabel Promosi terhadap keputusan nasabah.

Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Daya tanggap merupakan keinginan para karyawan PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, seperti siap membantu pelanggan, kecepatan dalam pelayanan dan komunikasi yang lancar. Daya tanggap di sini dapat berarti respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat. Semakin tinggi daya tanggap yang diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat daya tanggap PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung, maka akan memengaruhi keputusan nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan nasabah.

Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung

untuk membantu para pelanggan, seperti pelayanan sopan, trampil dalam melaksanakan tugas dan pengetahuan memadai. Semakin tinggi jaminan yang diperlihatkan oleh para karyawan PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung, maka akan memengaruhi keputusan nasabah.

4. Pengaruh Tingkat margin terhadap keputusan nasabah.

Tingkat Margin berpengaruh signifikan keputusan nasabah pelanggan. Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan oleh karyawan PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung, seperti perhatian kepada pelanggan, tanggung jawab keamanan dan kenyamanan serta mengutamakan kepentingan pelanggan. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan oleh para karyawan PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung, maka akan memengaruhi keputusan nasabah.

5. Pengaruh variabel Aspek Syariah terhadap keputusan nasabah.

Aspek Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Bukti fisik merupakan fisik dari PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung, seperti penataan interior dan eksterior yang baik, kerapian dan kebersihan ruangan serta teknologi yang digunakan canggih. Bukti fisik ini bisa memengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar responden yang menyatakan persetujuannya, artinya kondisi fisik pada PT Bank BRI Syariah KCP Tanjung sudah sesuai dengan keinginan pelanggan. Semakin mendukung kondisi fisik di PPT Bank BRI Syariah KCP Tanjung, maka akan memengaruhi keputusan nasabah.