

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada masyarakat, yang bersifat tidak terwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan nasabah adalah sikap menolong, bersahabat, dan profesional yang memuaskan nasabah dan menyebabkan nasabah seterusnya datang kembali untuk berbisnis dengan bank. Pelayanan nasabah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabah.¹

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu pelayanan dan melayani. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dijelaskan bahwa pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan apa yang diperlukan seseorang.²

Adapun karakteristik yang harus dimiliki oleh petugas/karyawan bank dalam melakukan pelayanan kepada nasabah, diantaranya adalah:

1. Tidak melakukan perbuatan tercela
2. Memegang teguh amanah
3. Menjaga nama baik bank dan nasabah
4. Beriman dan mempunyai rasa tanggung jawab moral.

¹Bob Waworuntu, *Dasar-dasar Keterampilan Melayani Nasabah Bank*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997), h. 8

²Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), h. 206

5. Sabar tapi tegas dalam menghadapi permasalahan.
6. Memiliki integritas, artinya bertindak jujur dan benar.
7. *Menners*, artinya tidak egois, disiplin dan tidak kasar.³

Beberapa tahun terakhir ini dunia bisnis ramai membahas tentang pentingnya pelayanan prima (*service excellence*) dalam sebuah bisnis. *Service excellence* merupakan salah satu faktor utama dalam memberikan kepuasan bagi pelanggan (*customer satisfaction*) yang selanjutnya akan berdampak pada keberlangsungan sebuah bisnis (*business sustainable*). Dalam survei yang diperlihatkan oleh *Mobius Management systems*, didapatkan hal-hal berikut karena buruknya pelayanan: 60% pembatalan akun dengan bank, 36% berganti penyedia asuransi, 40% berganti perusahaan telepon, 35% berganti penyedia kartu kredit, 37% berganti penyedia internet.⁴

Hal ini kemudian menjadi penting bahwa salah satu faktor utama para nasabah untuk memilih sebuah bank adalah berdasarkan pada kualitas pelayanan (*quality service*) yang diberikan oleh bank tersebut. Semakin baik kualitas yang diberikan, maka akan semakin banyak nasabah yang akan memilih bank tersebut begitupun juga sebaliknya.

Konsep dasar pelayanan prima (*service excellence*) memiliki tiga konsep (A3), antara lain:

³M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 209

⁴The-marketeers.com, *Pelayanan Berkualitas*. Edisi 25 Januari 2014

1. Konsep Sikap (*Attitude*)

Keberhasilan suatu usaha akan sangat tergantung pada orang-orang yang terlibat didalamnya sebuah perusahaan. Sikap yang diharapkan berdasarkan konsep pelayanan prima (*service excellence*) adalah:

- a. Sikap pelayanan yang baik, yakni mempunyai rasa kebanggaan terhadap pekerjaan.
- b. Memiliki pengabdian yang besar terhadap pekerjaan.
- c. Senantiasa menjaga martabat dan nama baik perusahaan.

2. Konsep Perhatian (*Attention*)

Dalam melakukan kegiatan layanan, seorang petugas pada perusahaan jasa, pelayanan harus senantiasa memperhatikan dan mencermati keinginan pelanggan, apabila pelanggan sudah menunjukkan minat untuk membeli suatu barang/jasa yang kita tawarkan, segera saja layani pelanggan tersebut dan tawarkan bantuan, sehingga pelanggan merasa puas dan terpenuhi keinginannya.

Hal-hal lain yang perlu diperhatikan menyangkut bentuk-bentuk pelayanan berdasarkan konsep perhatian adalah sebagai berikut:

- a. Mengucapkan salam pembuka pembicaraan.
- b. Menanyakan apa saja keinginan pelanggan.
- c. Mendengarkan dan memahami keinginan pelanggan.
- d. Melayani pelanggan dengan cepat, tepat dan ramah.
- e. Menempatkan kepentingan pelanggan.

3. Konsep Tindakan (*Action*)

Pada konsep ini, pelanggan menunjukkan minat untuk membeli produk yang ditawarkan. Pada konsep tindakan pelanggan sudah menjatuhkan pilihan untuk membeli produk yang diinginkannya. Terciptanya suatu proses komunikasi pada konsep tindakan ini merupakan tanggapan terhadap pelanggan yang telah menjatuhkan pilihannya, sehingga terjadilah transaksi jual-beli.

Bentuk-bentuk pelayanan berdasarkan konsep tindakan adalah sebagai berikut:

- a. Segera mencatat pesanan pelanggan.
- b. Menegaskan kembali kebutuhan/pesanan pelanggan
- c. Menyelesaikan transaksi pembayaran pesanan pelanggan.
- d. Mengucapkan terimakasih diiringi harapan pelanggan akan kembali lagi.⁵

Theo Gilbert and Jamison dalam bukunya *The Six Principle of Service Excellence* menyebutkan bahwa ada enam prinsip dalam *service excellence*, yaitu *vision dan mision, bussiness objective, service standar, intervention and learning strategy, organizational alignment, measurment and leadership accountability*.⁶

Dengan kata lain *service excellence* memiliki dimensi yang luas dan komprehensif. Dengan demikian permasalahan *quality service excellence* merupakan hal yang menjadi penting untuk dapat diperhatikan. Berbagai pakar

⁵Sutopo, *Pelayanan Prima*, (Jakarta: Lembaga Administras Negara, 2006), h. 7

⁶Theo Gilbert and Jamison, *The Six Principle of service Excellence: A Proven Strategy for Driving World-Class Employee Performance and Elevating The Customer Experience From Average to Extraordinary*. (Jakarta: Gramedia, 2009). Ditulis oleh Muhammad Idris, *Menggagas Konsep Service Excellence Perbankan Syariah Melalui Pendekatan Tafsir Surah Al-Mudatstsir Ayat 1-7*. Dalam Riset Ekonomi Islam, h. 25

telah berusaha dalam memberikan penjelasan tentang defenisi maupun prinsip-prinsip *service excellence*. Ada yang mendefenisikan *service excellence* sebagai tindakan-tindakan dalam memberikan layanan sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan, ada juga yang menyebutkan bahwa *service excellence* adalah memberikan layanan sesuai dengan *expectation* pelanggan.

Dalam praktek pelayanan nasabah perbankan biasa dilakukan oleh *customer service*. *Customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.⁷

Sementara nasabah dapat didefenisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening, baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank. Oleh karena itu, untuk dapat memberikan kepuasan nasabah maka terlebih dahulu harus mengenali siapakah nasabahnya, bagaimana ciri-ciri nasabah tersebut.⁸

Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa (bank) adalah menciptakan kepuasan pelanggan/nasabah. Kepuasan pelanggan sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut. Apakah keinginan yang diterimanya lebih besar (minimal sama) dari pada harapannya, maka pelanggan puas. Sebaliknya kinerja yang diberikan dari

⁷Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 201

⁸M. Nur Rianto Al-Arif, *Op.cit*, h. 207

pemakaian produk/jasa tersebut lebih kecil daripada apa yang diharapkan maka pelanggan tidak puas.⁹

Aktivitas kegiatan pelayanan pada PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilahan adalah:

- a. Memberikan pelayanan ekonomis, yakni kegiatan yang diberikan kepada pelanggan/nasabah, dimana setiap nasabah dapat merasakan manfaat dalam menjalankan usahanya.
- b. Memberikan pelayanan sosial, yakni pelayanan yang meliputi kondisi sosial, seperti pemberian pelatihan kepada karyawan dan informasi kepada setiap nasabah dalam jenis-jenis kredit, produk/jasa yang ada di PD. BPR Gemilang Tembilahan, sehingga mereka lebih mengerti dalam pembayaran kredit dan terampil dalam menjalankan usahanya.
- c. Memberikan pelayanan prioritas, yakni nasabah mendapatkan pelayanan yang di istimewa dalam pelayanan yang diberikan *servicetambahan* dari bank.¹⁰

Adapun pelayanan yang diberikan kepada nasabah terhadap kepuasan nasabah adalah apabila dilayani dengan baik, cepat dan tanggap dalam keperluan nasabah. Akan tetapi beda halnya pada pelayanan prioritas. Dengan pelayanan tersebut bantuan yang akan diberikan kepada nasabah adalah kemudahan dalam bertransaksi, nasabah tidak perlu repot mengantri apabila akan melakukan transaksi, karena mempunyai suatu loket tertentu sehingga mempercepat dan mempermudah proses transaksi.

⁹ Kasmir, *Op.cit*, h.192

¹⁰Herlina Rasyid, (*Customer Service* PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilahan), *wawancara*, 12 Juni 2014

Sebenarnya yang dijual oleh perusahaan bukanlah nilai aktual tetapi nilai yang dirasakan konsumen yang benar-benar penting. Konsumen membeli apa yang mereka butuhkan sehingga mereka dapat memperoleh apa yang mereka inginkan.

Dalam pandangan islam yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan adalah sesuai dengan standar syariah. Kepuasan pelanggan/nasabah dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.

Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:¹¹

1. Sifat Jujur (Setia)

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personal yang terlibat dalam perusahaan tersebut.

2. Sifat Amanah

Artinya mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah menjual dengan amanah, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya.

¹¹ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: GIP, 1997), h. 178

3. Benar (Lurus)

Salah satu karakter pedagang yang terpenting dan diridhoi Allah adalah kebenaran. Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah.¹²

Untuk mengembangkan sistem pelayanan yang baik, diperlukan partisipasi nasabah yang baik pula. Selama ini walaupun nasabah memiliki potensi dibidang usahanya, akan tetapi mereka belum bisa menyesuaikan dengan keadaan sekarang ini. Oleh karena itu diperlukan langkah-langkah yang baru dalam meningkatkan pelayanan yang akan diterapkan. Selayaknya peran pihak bank dan nasabah memiliki motivasi untuk meningkatkan mutu pelayanan dan menunjukkan loyalitas terhadap bank. Khususnya PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilahan.¹³

Salah satu pelayanan yang diberikan PD. BPR Gemilang Tembilahan yang paling strategis adalah pelayanan priority (istimewa). Dalam pelayanan ini nasabah hanya dengan menempatkan dana minimal 70 juta, nasabah berhak mendapatkan pelayanan personal dengan fasilitas yang mengutamakan kenyamanan dalam keseimbangan baik dalam pelayanan finansial ataupun non finansial.

Berdasarkan kontribusi nasabah dalam pengembangan bank tentu lebih tinggi dibandingkan nasabah deposan pada umumnya, yaitu dalam bentuk penempatan danayang lebih besar. Dengan demikian atas dasar kontribusi lebih

¹²*ibid*

¹³ Khairul Shaleh, (*Kabag. Operasional PD. BPR Gemilang Tembilahan*), wawancara, 14 Juni 2014

tersebut, mereka sudah selayaknya mendapatkan *benefit* yang lebih dibandingkan nasabah pada umumnya.¹⁴

Dalam mengumpulkan dana lebih maksimal, PD. BPR Gemilang Tembilahan memberikan pelayanan yang membedakan antar nasabah umum dengan nasabah yang diistimewakan/*priority* (yang memiliki dana tabungan/deposito lebih besar). Sehingga terdapat beberapa nasabah mempertanyakan kualitas pelayanan yang baik (*quality service excellence*) pada PD. BPR Gemilang Tembilahan ini, yang tentunya akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal ini menjadi menarik untuk penulis lakukan penelitian, karena seakan-akan terdapat diskriminasi antara satu nasabah dengan nasabah lainnya.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melihat bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap kualitas pelayanan pada tingkat kepuasan nasabah di Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilahan ini. Hal ini menjadi penting karena salah satu faktor utama para nasabah untuk memilih sebuah bank adalah berdasarkan pada kualitas pelayanannya (*quality service*) yang diberikan oleh bank tersebut. Semakin baik kualitas yang diberikan, maka akan semakin banyak nasabah yang akan memilih bank tersebut begitupun juga sebaliknya.

Maka penulis melakukan penelitian lebih jauh dengan judul **“Implementasi *Quality Service Excellence* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Di PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilahan Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”**

¹⁴Khairul Shaleh, (*Kabag. Operasional PD. BPR Gemilang Tembilahan*), wawancara, 14 Juni 2014

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini pada, Implementasi *Quality Service Excellence* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilihan Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimanaimplementasi *Quality Service Excellence* di PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilihan dalam meningkatkan pelayanan pada kepuasan nasabah?
2. Bagaimana strategi PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilihan dalam meningkatkan level pelayanan terhadap kepuasan nasabah?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap implementasi *quality service excellence* pada nasabah di PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilihan?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahuiimplementasi *quality service excellencedi* PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilihan dalam meningkatkan pelayanan pada kepuasan nasabah.
 - b. Untuk mengetahui strategi PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilihan dalam meningkatkan level pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

- c. Untuk mengetahui implementasi *quality service excellence* pada nasabah di PD. BPR Gemilang Tembilaan menurut tinjauan Ekonomi Islam.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Penelitian ini diharapkan menambah khazanah keilmuan, yaitu sebagai acuan peneliti selanjutnya dan diharapkan dapat memberikan sumbangan teori-teori tentang implementasi *quality service excellence* terhadap tingkat kepuasan nasabah di PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilaan ditinjau menurut Ekonomi Islam.
- b. Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi bahan masukan didalam menambah ilmu pengetahuan, terutama yang berkaitan dengan konsep *quality service excellence*.
- c. Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan perkuliahan di program S1 Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan (*field reseach*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan dilapangan atau dilokasi penelitian guna memperoleh data yang dibutuhkan oleh peneliti.¹⁵ Metode tersebut dilaksanakan dimana data yang diperoleh dari sumber-sumber yang sesuai dengan permasalahan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

¹⁵Abdurrahman Fathoni, *Metode Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 96

1. Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini adalah PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilahan yang beralamat di Jalan H. Abdul Manaf No. 1 Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir. Sebagai pertimbangan penulis menjadikan lokasi ini sebagai tempat penelitian karena penulis mengamati pelaksanaan *quality service excellence* pada PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilahan ini dalam meningkatkan pelayanannya pada kepuasan nasabah serta adanya perbedaan pelayanan antara satu nasabah dengan nasabah lainnya, sehingga terdapat nasabah yang mempertanyakan kualitas pelayanan yang baik (*quality service excellence*) yang tentunya akan mempengaruhi kepuasan nasabah.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan, karyawan dan nasabah PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir, sedangkan objek penelitiannya adalah implementasi *quality service excellenc* terhadap tingkat kepuasan nasabah di PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir ditinjau menurut Ekonomi Islam.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilahan yang berjumlah 26 orang, serta nasabah yang berjumlah 8.055 orang. Karena keterbatasan dana dan waktu, maka jumlah sampel pada pihak karyawan ditetapkan dengan teknik *purposive sampling*, *Purposive sampling* merupakan pemilihan subjek yang ada dalam posisi terbaik

untuk memberikan informasi yang dibutuhkan,¹⁶ dari sampel ditetapkan populasi yaitu Pimpinan Bank, Kabag. Operasional (*costumer service/teller*) dan Kabag. Marketing.

Sedangkan sampel dari nasabah ditetapkan dengan teknik *accidental sampling*, yaitu metode sampling dengan cara kebetulan. Teknik sample kebetulan ini dilakukan apabila pemilihan anggota sampelnya dilakukan terhadap orang yang ditemui.¹⁷ Karena jumlah populasi pada nasabah lebih dari 100 orang, maka teknik penarikan sampel nasabah dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Taro Yamane atau Slovin¹⁸ dengan presisi 12% yaitu:

$$n = \frac{N}{N.d^2+1} = \frac{8055}{8055.(0.12)^2+1} = \frac{8055}{116.992} = 68.85 = 69 \text{nasabah}$$

4. Sumber Data

- a. Data Primer, adalah data yang diperoleh dari tempat lokasi penelitian atau langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara).¹⁹ yaitu melalui observasi dan wawancara di PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir.
- b. Data Sekunder, adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau data yang tidak berhubungan langsung dengan responden dan merupakan data

¹⁶Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, Cet. Ke-2, (Bandung: Refika Adimata, 2010), h. 272

¹⁷Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Cet. Ke-1, (Jakarta: Rajawali Press, 2008), h. 175

¹⁸Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Proposal/Skripsi Penelitian*. Cet Ke-5, (Bandung: ALFABETA, 2013), h. 71

¹⁹Etta mamang Sangadji, Sopiha, *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2010), h. 171

pendukung bagi peneliti.²⁰ Yaitu berupa data yang diambil dari beberapa buku dan dokumen yang berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi, yaitu mengadakan pengamatan langsung dilokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang tepat mengenai subjek penelitian. Bentuk pengamatan yang penulis lakukan adalah secara langsung, sehingga penulis dapat mengamati segala aspek yang terjadi dilapangan.
- b. Wawancara, yaitu teknik mengumpulkan data dengan cara mengajukan pertanyaan langsung kepada subjek penelitian.²¹ Bentuk pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah melakukan wawancara langsung dengan responden secara langsung kepada pimpinan/karyawan dan nasabah PD. BPR Gemilang Tembilahan.
- c. Kuisioner,yaitu metode pengumpulan data melalui daftar pertanyaan untuk diajukan kepada responden yaitu nasabah PD. BPR Gemilang Tembilahan.²²

6. Metode Analisa Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisa deskriptif kualitatif, yaitu setelah semua data telah berhasil penulis kumpulkan, maka penulis mengklasifikasikan dan menjelaskan data-data tersebut dengan secara rinci dan sistematis, sehingga dapat tergambar secara utuh tentang masalah yang diteliti dan dapat dipahami secara jelas kesimpulan akhirnya dari permasalahan penelitian ini.

²⁰Ulber Silalahi, *Op. Cit*, h. 292

²¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: ALFABETA, 2010), h. 194

²²Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: ALFABETA, 2007), h. 162

7. Metode Penulisan

- a. Deduktif, yaitu dengan menggunakan kaedah umum yang ada kaitannya dengan tulisan ini kemudian diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Induktif, yaitu dengan menggunakan kaedah khusus yang ada kaitannya dengan tulisan ini kemudian diambil kesimpulan secara umum.
- c. Deskriptif, yaitu menggambarkan secara tepat masalah yang diteliti sesuai dengan yang diperoleh, kemudian dianalisa sesuai dengan masalah tersebut dengan mengemukakan data-data dan keterangan yang diperoleh untuk dipaparkan.

F. Sistematika Penulisan

Penulisan ini merupakan suatu ketentuan yang khusus yang tidak dapat dipisahkan antara bagian yang satu dengan bagian yang lainnya. Penelitian ini terdiri dari lima bab, kemudian masing-masing bab diuraikan kepada beberapa unit dan sub unit yang saling berkaitan antara yang satu dengan yang lainnya yaitu:

BAB I :PENDAHULUAN

Bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian dan sistematikan penulisan.

BAB II :GAMBARAN UMUM TENTANG PD. BANK PERKREDITAN RAKYAT GEMILANG TEMBILAHAN

Bab ini akan mengemukakan gambaran umum objek penelitian yang terdiri dari: Sejarah singkat berdirinya PD. BPR Gemilang

Tembilahan, dasar perizinan PD. BPR Gemilang Tembilihan, *visi* dan *misi*, sumber daya manusia PD. BPR Gemilang Tembilihan, struktur organisasi, kedudukan dan uraian tugas/pekerjaan, serta produk-produk PD. BPR Gemilang Tembilihan.

BAB III :TINJAUAN TEORI

Dalam bab ini akan dijelaskan yang berkaitan dengan teori yang berhubungan dengan permasalahan. Teori yang digunakan berasal dari literatur yang meliputi: Kualitas Pelayanan Prima (*Quality Service Excellence*), *customer service*, tujuan dan manfaat pelayanan, kepuasan pelanggan/nasabah, dan pelayanan (*service*) dalam pandangan Islam.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan Bagaimana implementasi *Quality Service Excellence* PD. BPR Gemilang Tembilihan. Bagaimana strategi PD. BPR Gemilang Tembilihan dalam meningkatkan level pelayanan terhadap kepuasan nasabah, dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap implementasi *Quality Service Excellence* pada nasabah di PD. BPR Gemilang Tembilihan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.