

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Profil BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan

Dikeluarkannya Undang-Undang No. 22 tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah dan Peraturan Pemerintah No. 25 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Provinsi sebagai daerah otonomi, maka kewenangan otonomi saat ini telah diserahkan kepada daerah. Kewenangan tersebut mencakup penanganan segala urusan rumah tangga daerah sebagai lembaga berikut perangkatnya. Serta untuk meningkatkan dan mendayagunakan potensi ekonomi daerah dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pemerintah Kabupaten Sumenep sangat memerlukan peran lembaga keuangan yang diharapkan diharapkan dapat meningkatkan dan mendayagunakan perekonomian daerah guna mencapai kesejahteraan masyarakat daerah secara merata. Bentuk lembaga keuangan yang sesuai dengan kondisi daerah Sumenep yang sangat ideal adalah Lembaga Keuangan Mikro, dalam hal ini adalah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Untuk memenuhi maksud dan tujuan tersebut diatas Pemerintah Kabupaten Sumenep melakukan akuisisi bank Perkreditan Rakyat yang berdomisili di Sidoarjo yaitu PT. BPR DANA MERAPI untuk kemudian direlokasi ke Kabupaten Sumenep.

Untuk melakukan akuisisi terhadap PT. BPR Dana Merapi Pemkab Sumenep membuat Memorandum of Understanding (MOU) dan Surat Perjanjian

Kerja Sama Pendirian Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS) di Kabupaten Sumenep yang ditandatangani oleh Bupati Sumenep dan PT. Bank Syari'ah Muamalat Indonesia, Tbk. pada tanggal 27 Desember 2001. Dalam MOU tersebut pihak PT. Bank Muamalat melakukan proses pengambilalihan BPR serta bertanggung jawab terhadap pemberian konsultasi untuk perijinan, rekrutmen, pelatihan dan pelatihan.

Pada dasarnya PT. BPRS Bhakti Sumekar konversi dari PT. BPR Dana yang didirikan berdasarkan akta notaris Yanita Poerbo SH No 64 tanggal 30 Juli 1992 dan disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan nomor C2- 392.HT.01.01.TH 1993 tanggal 22 Januari 1993, serta telah didaftarkan di kantor Pengadilan Negeri Sidoarjo dengan nomor 41/30/PT- 1993 tanggal 6 Pebruari 1993. Rencana akuisisi dari Pemerintah Kabupaten Sumenep memperoleh rekomendasi dan persetujuan dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Sumenep tanggal 19 Nopember 2001 dengan nomor 910/953/435.040/2001 dan telah disetujui pula oleh Bank Indonesia pada tanggal 20 Pebruari 2002 dengan Surat Persetujuan Nomor 4/5/DPBPR/P3BPR/Sb.

Dalam perkembangannya PT. BPR Dana Merapi telah mengalami perubahan nama menjadi PT. BPR Bhakti Sumekar dengan Akte Nomor 24 tanggal 16 September 2002 oleh Notaris Karuniawan Surjanto, SH notaris di Sidoarjo dan Persetujuan dari Bank Indonesia no.04/8/KEP/PBI/sb/2002 tanggal 11 Nopember 2003. Dan mendapat pengesahan Departemen Kehakiman RI dan HAM RI, No. C-19351 NT.01.04 tahun 2002 tanggal 08 Oktober 2002 tentang Persetujuan Akta Perubahan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas. Selanjutnya

untuk mengukuhkan pendirian PT. BPRS Bhakti Sumekar – Sumenep, Pemerintah Kabupaten Sumenep telah mengesahkan dalam sebuah Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 6 Tahun 2003 Tanggal 31-07-2003 tentang Pendirian PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah Bhakti Sumekar.

Perubahan Sistem Konvensional menjadi Sistem Syari'ah dan perubahan nama PT.BPR Bhakti Sumekar menjadi PT.BPRS Bhakti Sumekar dalam akte notaris Sukarini SH notaris di Sidoarjo No.1 tanggal 1 Nopember 2003 telah mendapat pengesahan Departemen Kehakiman RI dan HAM RI, No.C -01389 HT.01.04.TH.2004 tanggal 19 Januari 2004 dan persetujuan izin prinsip Bank Indonesia NO.6/606/DPbs Jakarta tanggal 21 Mei 2004 serta Bank Indonesia Cabang Surabaya No.6/353/DPBPR/IDBPR/Sb tanggal 22 Juni 2004.¹

a. Makna logo Bhakti Sumekar



Logo BPRS Bhakti Sumekar menyerupai bunga merekah yang mencerminkan kegigihan, keleluasan, semangat, dan keramahan dalam semua aspek bisnis di lingkungan masyarakat yang diharapkan terus merekah dan

¹ Bhakti Sumekar, "Masa Kejayaan Sumenep" diakses dari <https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/>, pada tanggal 28 September 2023 pukul 10.04 WIB.

berkembang. Sedangkan makna logo BPRS Bhakti Sumekar dari segi warna adalah:

- 1) Warna hijau, melambangkan kesuburan, kesejukan, dan kemakmuran, selain itu warna hijau juga identik dengan sesuatu yang bersifat islami
- 2) Warna kuning, melambangkan kesejahteraan, kejayaan dan kekayaan.²

b. Budaya Perusahaan “BHAKTI”

1) Berkembang

Dengan etos kerja yang kuat serta memiliki ide kreatif yang tinggi dan pengembangan ke masa yang akan datang, mengantisipasi tantangan dan kesempatan untuk berkembang melakukan inovasi-inovasi.

2) Harmonis

Rasa persaudaraan, rasa kebersamaan menjadi pedoman hidup. Menjadikan kenyamanan dan kekompakan dalam bermitra.

3) Amanah

Konsisten dan bertindak adil, bersikap tegas dengan rasa tanggung jawab yang besar dengan amanah nasabah.

4) Kepuasan

Memenuhi kebutuhan nasabah dengan memberikan pelayanan yang terbaik, dengan tetap memperhatikan kepentingan perusahaan, dengan dukungan

² PT. BPRS Bhakti Sumekar, Membangun Layanan Berkualitas Untuk Kemajuan Bersama Laporan Tahunan BPRS Bhakti Sumekar, (PT BPRS Bhakti Sumekar , 2015), 14.

SDM yang terampil, ramah, senang melayani dan didukung teknologi unggul.

5) Transparan

Saling terbuka demi membangun kepercayaan dan keyakinan dengan menjunjung tinggi pelayanan yang terbaik sehingga terbentuk suasana bersih dan berwibawa.

6) Integritas

Bertaqwa, penuh dedikasi, jujur, selalu menjaga nama baik, serta taat pada peraturan yang berlaku.³

c. Badan Hukum

Nama Perusahaan Perseroan Daerah adalah Perusahaan Perseroan Daerah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar atau disingkat dengan PT BPRS Bhakti Sumekar (Perseroda). PT BPRS Bhakti Sumekar (Perseroda) merupakan perubahan nama dari PT. BPRS Bhakti Sumekar berdasarkan :

- 1) Peraturan Daerah Kabupaten Sumenep Nomor 06 Tahun 2003 tentang Pendirian Perseroan Terbatas Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar (Lembaran Daerah Kabupaten Sumenep Tahun 2003 Nomor 25) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Kabupaten Sumenep Nomor 15 Tahun 2004 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Sumenep Nomor 06 Tahun 2003 tentang Pendirian Perseroan Terbatas Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar (Lembaran Daerah

³ PT. BPRS Bhakti Sumekar, Membangun Layanan Berkualitas Untuk Kemajuan Bersama Laporan Tahunan BPRS Bhakti Sumekar, (PT BPRS Bhakti Sumekar, 2015), 17.

Kabupaten Sumenep Tahun 2004 Nomor 25);

- 2) Peraturan Daerah Kabupaten Sumenep Nomor 20 Tahun 2011 tentang Perseroan Terbatas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar (Lembaran Daerah Kabupaten Sumenep Tahun 2012 Nomor 13).⁴

2. Visi Misi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan

Visi dan Misi Bank BPR Syariah Bhakti Sumekar telah ditetapkan untuk mencapai tujuan bersama, diantaranya yaitu:

a. Visi

“Terwujudnya Masyarakat yang makin sejahtera dengan dilandasi nilai-nilai agama dan budaya”

b. Misi :

- 1) Intermediasi antar pelaku ekonomi yang berlebih dengan yang kurang dalam permodalan berdasarkan syariah.
- 2) Membantu melaksanakan pemberdayaan pengusaha ekonomi kecil dan menengah.
- 3) Mengupayakan peningkatan pendapatan asli daerah.

c. Motto

“Mitra Bermuamalah Dengan Syariah”.⁵

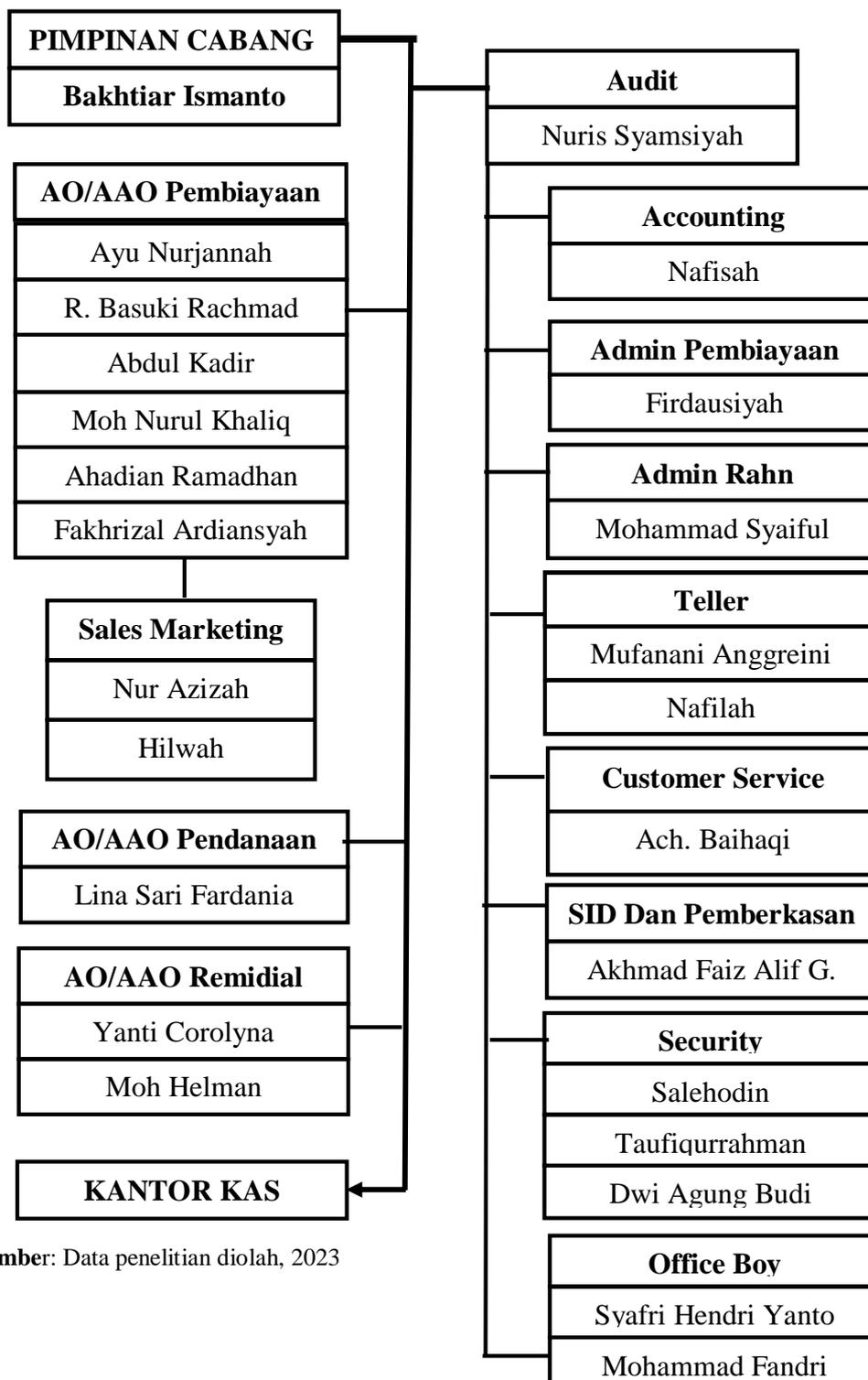
⁴Diakses dari <file:///C:/Users/gh/Downloads/PERDA%204%202019.pdf> pada tanggal 28 September 2023, pukul 11.42 WIB, 6.

⁵ Bhakti Sumekar, “Masa Kejayaan Sumenep” diakses dari <https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/>, pada tanggal 28 September 2023 pukul 10.43 WIB.

3. Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan

Gambar 4. 1

Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan



Sumber: Data penelitian diolah, 2023

1. Kegiatan Usaha BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan

a. Produk Pendanaan

1) Tabungan Barokah

Layanan tabungan untuk masyarakat umum sebagai persiapan masa depan dengan akad wadi'ah yad dhamanah (titipan).

a) Keuntungan Bagi Nasabah

Hasilnya lebih besar, Bebas biaya administrasi dan Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan

b) Syarat dan Ketentuan:

- (1) Diperuntukkan bagi perorangan dan badan usaha
- (2) Foto copy tanda pengenal
- (3) Setoran awal minimal Rp. 10.000, dana dapat diambil sewaktu-waktu, bisa diambil sewaktu-waktu dan bebas biaya administrasi.

2) Tabungan SIMPEL (Simpanan Pelajar)

Tabungan Simpel ini dikhususkan bagi pelajar mulai dari TK sampai SMA dengan menggunakan akad wadi'ah.

a) Ketentuan dan Syarat Tabungan SIMPEL:

- (1) Setoran awal mulai dari Rp. 1.000, Setoran selanjutnya minimal Rp. 1.000. dengan sisa saldo tabungan minimal Rp. 1.000 dan bisa diambil sewaktu waktu
- (2) Menyetorkan identitas diri seperti KK, Akte kelahiran, dan KTP jika sudah mempunyai.

b) Persyaratan dan Keuntungan

Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening tabungan, Diperuntukkan khusus bagi pelajar dari pendidikan usia dini hingga sekolah menengah atas, dan Identitas perorangan, yaitu KTP atau Akta Lahir atau Kartu Keluarga

3) Tabungan Hari Raya (TAHARA)

Simpanan berencana yang diperuntukkan bagi yang ingin menyiapkan dana untuk Hari Raya Idul Fitri.

a) Keuntungan TAHARA

- (1) Setoran awal mulai dari Rp. 100.000, Setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000, dan Sisa saldo tabungan minimal Rp. 10.000.
- (2) Wajib dilakukan setiap bulan dan Dana bisa diambil 2 minggu menjelang Hari Raya Idul Fitri

b) Persyaratan dan Ketentuan

Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening identitas diri dapat berupa KTP atau SIM atau Paspor atau Kartu Keluarga, NPWP, dan Identitas diri lembaga adalah Status badan usaha dari akte pendirian dan perubahan terakhir), NPWP, ijin usaha..

4) Tabungan Qurban

Layanan tabungan untuk masyarakat umum sebagai persiapan dana Qurban di Hari Raya Idul Adha dengan prinsip Mudharabah (bagi hasil).

a) Keuntungan Tabungan Qurban

- (1) Setoran awal pembukaan rekening mula dari Rp. 100.000 dan Setoran selanjutnya mula dari Rp. 50.000
- (2) Tidak ada biaya administrasi, terdapat dukungan layanan antar jemput tabungan

b) Persyaratan dan Ketentuan

- (1) Mengisi formulir aplikasi pembukuan rekening
- (2) Identitas perorangan dapat berupa KTP atau SIM atau Paspor atau Kartu keluarga, NPWP atau Surat keterangan tidak memiliki NPWP

5) Tabungan Haji Barokah

Tabungan haji barokah adalah tabungan yang membantu anda merencanakan ibadah haji menjadi lebih mudah.

a) Keuntungan Tabungan Haji

- (1) Setoran awal yang terjangkau mulai dari Rp. 100.000 dan Setoran selanjutnya Rp. 50.000
- (2) Tidak ada biaya administrasi dan terdapat dukungan layanan antar jemput

b) Persyaratan dan Ketentuan

- (1) Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening
- (2) Data diri nasabah perorangan, yaitu KTP atau SIM atau Paspor atau Kartu Keluarga, NPWP atau Surat Keterangan Tidak Memiliki NPWP

6) Tabungan Umrah

Layanan tabungan untuk membantu masyarakat umum dalam merencanakan ibadah umrah dengan prinsip wadi'ah.

a) Keuntungan Tabungan Umroh

- (1) Setoran awal mulai dari Rp. 100.000 dan Setoran selanjutnya mula dari Rp. 50.000
- (2) Tidak ada biaya administrasi dan terdapat dukungan layanan antar jemput

b) Persyaratan dan ketentuan

- (1) Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening
- (2) Diperuntukkan untuk nasabah perorangan
- (3) Identitas diri perorangan, yaitu KTP, SIM, Paspor atau KK, NPWP atau Surat Keterangan Tidak Memiliki NPWP

7) Tabungan Ukhuwah

Tabungan ini merupakan produk tabungan terbaru di tahun 2023. Tabungan ini merupakan tabungan yang diselenggarakan untuk mempererat tali persaudaraan antar BPR Syariah dengan bagi hasil yang cukup tinggi.

8) Tabungan Gaul Ib

Tabungan Gaul iB adalah tabungan digital yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyimpanan dana maupun sebagai sarana investasi bagi generasi milenial

a) Keuntungan

- (1) Setoran awal pembukaan rekening mulai dari Rp.10.000
- (2) Bebas biaya administrasi

b) Persyaratan

- (1) Diperuntukkan untuk nasabah perorangan yang telah memiliki KTP
- (2) Identitas diri perorangan, yaitu KTP yang masih berlaku, NPWP jika memiliki, dan tanda tangan penabung

9) Deposito Mudharabah

Layanan simpanan berupa deposito berjangka untuk masyarakat umum yang ingin menginvestasikan dana sebagai persiapan masa depan dengan prinsip mudharabah mutlaqah (bagi hasil) sesuai dengan syariat Islam. Waktu untuk deposito terdiri dari 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan. Kelebihan deposito di BPRS Bhakti Sumekar dengan deposito bank lainnya apabila pengambilan sebelum jatuh tempo tidak dikenakan penalti bank.

a) Keuntungan Deposito Mudharabah

- (1) Setoran awal pembukaan yaitu Rp.1.000.000 dan tidak ada biaya administrasi
- (2) Pencairan dana dapat dilakukan lebih awal dari tanggal jatuh tempo tanpa dikenai biaya administrasi dan bebas benalti, sepanjang memenuhi ketentuan yang berlaku

b) Persyaratan dan ketentuan

- (1) Nilai dana investasi mulai dari Rp.1.000.000
- (2) Peruntukan untuk nasabah perorangan atau lembaga atau badan usaha

10) Penukaran uang Riyal Arab Saudi

Merupakan pelayanan penukaran uang Riyal Arab Saudi ke Rupiah atau dari uang Rupiah ke Riyal Arab Saudi, dengan nilai tukar yang kompetitif.

a) Keuntungan

- (1) Kemudahan penukaran uang dari riyal arab Saudi ke rupiah dapat dilakukan di seluruh kantor BBS
- (2) Bebas biaya administrasi

b) Ketentuan dan persyaratan

- (1) Mengisi formulir penukaran uang
- (2) Data transaksi diperlukan untuk transaksi penukaran uang
- (3) Diperuntukkan untuk nasabah perorangan atau lembaga atau badan usaha

b. Produk Pembiayaan**1) Konsumtif****a) Pembiayaan Serba Guna**

Layanan pembiayaan untuk PNS atau Karyawan Swasta yang berpenghasilan tetap dengan menggunakan akad murabahah (jual beli) untuk pembelian barang berbagai keperluan nasabah.

b) Pembiayaan Elektronik

Layanan pembiayaan bagi PNS, karyawan swasta atau institusi yang mengadakan kesepakatan perjanjian kerja sama untuk hal pembelian barang-barang Elektronik sehingga membantu anda dalam kehidupan sehari-hari.

c) Pembiayaan KPR Syariah

KPR Syariah adalah pembiayaan untuk memiliki rumah yang layak huni sesuai dengan idaman keluarga.

(1) Keuntungan KPR Syariah :

Akad sesuai syariat islam, Proses mudah dan cepat, Margin murabahah yang tetap, Jangka waktu fleksibel, Pelunasan awal yang fleksibel

d) Pembiayaan Sepeda

Pembiayaan Sepeda adalah pembiayaan untuk memiliki sepeda sebagai sarana olahraga atau aktifitas lainnya.

e) Pembiayaan Sepeda Motor

Pembiayaan kepemilikan sepeda motor diajukan bagi semua kalangan, PNS, dan Swasta.

f) Pembiayaan Kepemilikan Emas

Pembiayaan Kepemilikan Emas adalah pembiayaan untuk memiliki emas batangan atau emas perhiasan.

g) Pembiayaan Sertifikat Tanah

Pembiayaan sertifikat tanah adalah pembiayaan yang khusus untuk digunakan sebagai dana talangan biaya kepengurusan sertifikat tanah.

h) Pembiayaan Umroh

Layanan Pembiayaan Talangan Umroh akan membantu anda mewujudkan impian untuk berangkat beribadah umroh.

2) Komersial

a) Pembiayaan UKM Syariah

Pembiayaan UKM Syariah adalah pembiayaan bagi usaha mikro, kecil dan menengah untuk digunakan sebagai modal usaha.

b) Pembiayaan Mitra UMKM

Pembiayaan Mitra UMKM adalah pembiayaan dengan margin rendah, bagi usaha mikro, kecil dan menengah untuk digunakan sebagai modal usaha.

c) Gadai Emas (Ar-Rahn)

Layanan pembiayaan untuk segala keperluan bagi perorangan dengan menggunakan prinsip syariah (Ar-Rahn) yang berdasarkan perhitungan jasa penyimpanan dan pemeliharaan harian atas jaminan. Layanan yang cepat, mudah dan murah untuk membantu memenuhi segala keperluan anda.

(1) Sistem Harian Rp. 3 per hari.

- (2) Jasa penyimpanan dan pemeliharaannya Rp. 300,- per hari.
- (3) Persyaratan Foto copy Kartu Identitas dan Jaminan berupa Emas.

c. Produk-Produk Jasa di BPRS Bhakti Sumekar

- 1) BBS Mobile singkatan dari “BPRS Bhakti Sumekar Internet Mobile Banking” merupakan layanan nasabah untuk transaksi tabungan secara online yang dijalankan pada perangkat smartpone yang dimiliki oleh nasabah menggunakan data seluler/wifi.
- 2) BBS Merchant BPRS Bhakti Sumekar merupakan layanan aplikasi BPRS Bhakti Sumekar yang diberikan kepada nasabah untuk digunakan sebagai alat pembantu dalam melakukan transaksi pembayaran non tunai.
- 3) ATM Cardless merupakan sebuah alat elektronik yang melayani nasabah bank untuk mengambil uang dan mengecek rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani seorang teller. ATM Cardless BPRS Bhakti Sumekar ini tidak menggunakan kartu, hanya bermodalkan nomer rekening dan handphone saja sehingga memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Untuk keamanan pin ATM Cardless ini sudah terjamin karena pin tersebut berbeda disetiap melakukan transaksi.⁶

⁶ Karyawan Kantor, PT BPRS Bhakti Sumekar, *Wawancara Langsung* (03 Oktober 2023)

B. Paparan Data

Pada bagian dari paparan data yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti ini berdasarkan penelitian lapangan yang telah dilakukan, maka peneliti akan memaparkan dan melaorkan data dari hasil penelitian yang bersumber dari jawaban para informan yang telah peneliti lakukan baik berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai media pengumpulan data yang dipakai dalam menggali informasi dan pengumpulan data.

Dari data yang sudah dikumpulkan beberapa jawaban mengenai “Penerapan *Servicescape* Dan *Relationship Marketing* Dalam Menciptakan Kepuasan Nasabah Di Bprs Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan”

1. Penerapan *Servicescape* pada nasabah dalam menciptakan kepuasan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan

Servicescape merupakan proses untuk mengukur kesuksesan manajemen pelayanan mengenai fasilitas yang disediakan berkaitan dengan temperatur udara, pencahayaan, kebisingan dan aroma ruangan. Adanya *servicescape* pastinya dapat dikendalikan oleh penyedia layanan, karena penyedia layanan akan memberikan fasilitas kepada nasabah. Sehingga diperlukan adanya kontak pribadi secara langsung antara nasabah dan pihak bank untuk bisa menampung semua keluhan serta saran agar bisa meningkatkan *servicescape* bagi kepuasan nasabah berdasarkan dari strategi yang dilakukan oleh pihak bank.

Dalam penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai pihak internal yaitu karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan maupun pihak eksternal yang menjadi nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya

Pamekasan. Dari hasil wawancara yang dilakukan ke informan memperoleh beberapa informasi mengenai penerapan *servicescape* yang diterapkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan untuk bisa memberikan kepuasan mengenai pelayanannya agar nasabah menjadi lebih tertarik pada produk yang dimiliki.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada Ibu Rahmawati beliau menjelaskan mengenai lingkungan fisik yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

“BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan itu cukup bagus, *servicescape* yang meliputi hal hal yang ditanyakan peneliti sangat memadai dan sesuai standart hanya saja yang saya lihat untuk area didedan khususnya parkiran harus dibenahi dengan susunannya harus rapi biar enak dijangkau orang lain bahwa BPRS itu ada meskipun dengan posisi tempatnya yang terlalu mojik kedalem”.⁷

Hal ini juga selaras dengan Obsevasi yang peneliti lakukan pada saat melakukan pelaksanaan penelitian, memang untuk area parkiran harus mengalami perbaikan terutama terkait susunan parkiran yang harusnya bisa lebih rapi agar nasabah juga merasa nyaman.⁸

Menanggapi respon Ibu Rahmawati, penulis mencoba mengkonfirmasi hal ini kepada Bapak Bakhtiar Ismanto selaku pimpinan cabang beliau menjelaskan mengenai infrastruktur yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

“BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan ini sudah unggul dan mampu bersaing dengan bank lainnya akan tetapi memang untuk

⁷ Rahmawati, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (20 November 2023)

⁸ Obsevasi, Tanggal 20 November 2023

suasana penempatan bank ini terbilang sulit dijangkau karena pada saat musim kemarau biasanya tulisan nama bank ini itu tertutup oleh pepohonan sehingga sulit untuk dijangkau bagi nasabah yang masih belum mengenal bank ini, sehingga perlu adanya pengajuan pada pusat untuk bisa melakukan perbaikan bank BPRS ini demi mendukung pelayanan dan kepuasan nasabah, dengan penerapan *servicescape* yang menurut kami sudah semaksimal mungkin yang kami bisa”⁹

Dalam hal ini Ibu Rahmawati memberikan pernyataan sikap positif terhadap BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dan Bapak Abdul Kawi sebagai nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan juga mengemukakan pendapatnya, beliau berkata:

“Pelayanan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sangat enak dan nyaman, karyawan nya disana sangat sopan. Akan tetapi yang saya rasakan barusan berhubung di siang hari untuk area pelayanannya nyatu dengan kamar mandi nasabah, itu seharusnya harus ada pewangi di area tersebut, karena saya merasakan bau yang tidak enak apalagi di siang hari, pencahayaannya menurut saya kurang terang”¹⁰

Saat peneliti melakukan observasi memang terlihat dengan jelas bahwa para karyawan sangat ramah dan sopan melayani para nasabah meskipun cuaca sedang panas terik sehingga para nasabah merasa dilayani dengan sepenuh hati, namun memang betul sesuai dengan observasi yang dilakukan Kantor BPRS Bahkti Sumekar Cabang Madya Pamkeasan ini kurang mendapatkan pencahayaan sehingga agak suram dan pengap karena kurangnya pencahayaan dari luar.¹¹

⁹ Bakhtiar Ismanto, Pimpinan Cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (23 November 2023)

¹⁰ Abdul Kawi, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (20 November 2023)

¹¹ Observasi, Tanggal 20 November 2023

Menanggapi respon Bapak Abdul Kawi, penulis mencoba mengkonfirmasi kepada Bapak Muhammad Syaiful Selaku Admin Gadai, beliau memberikan tanggapannya:

“Saya selaku admin gadai dengan posisi dekat dengan kamar mandi nasabah dan area pelayanan, saya juga merasakan akan hal itu akan tetapi saya selalu siap siaga apabila bau itu datang saya meminta *Office Boy* melakukan penyemprotan, dan disini sudah terdapat aroma ruangan yang otomatis, mungkin yaa dibidang area kamar mandi ini butuh pewangian yang sangat ekstra jadi untuk aroma ruangan mungkin kurang mempan sehingga perlu dilakukan pemindahan kamar mandi ini agar pelayanan bisa berjalan lebih lancar”¹²

Akan tetapi, penulis juga melakukan konfirmasi terhadap Bapak Ach. Baihaqi selaku *customer service* dengan posisi bagian di depan dekat pintu, beliau juga memberikan tanggapan:

“Mengenai pendapat dari Bapak Kawi tersebut, saya yang posisi dibagian dekat pintu tidak merasakan akan hal itu, mungkin itu hanya sekilas saja terdengar akan tetapi perlu adanya pembenahan untuk mejandi lebih baik dengan adanya saran dan kritikan dari nasabah untuk memperbaiki fasilitas yang ada khususnya mengenai hal hal yang mendukung salah satunya yaitu susunan mengenai tata letak di ruangan agar nasabah nyaman dalam melakukan kegiatannya seperti aroma ruangan harus bisa menyesuaikan dengan memberikan aroma ruangan yang segar dan bikin sejuk”¹³

Dalam hal ini wawancara yang dilakukan peneliti kepada Ibu Sitti Marhamah, sebagai nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan juga mengemukakan pendapatnya mengenai fasilitas lingkungan fisik di bagian pelayanan, beliau berkata:

“ Bahwa temperatur udara dirasa masih kurang karena pada saat awal bulan itu saya merasakan sumuk dengan banyaknya nasabah, pencahayaan sudah lumayan cukup terkecuali satpam harus menutup pintu kembali setelah nasabah datang karena diruang tunggu itu silau dan kebisingan di jalan raya

¹² Muhammad Syaiful, Karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (23 November 2023)

¹³ Ach Baihaqi, Karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (23 November 2023)

terdengar apabila satpam tidak sigap dan dapat mengganggu pandangan nasabah, dengan aroma ruangnya saya suka karena favorit saya dirumah”¹⁴

Menanggapi respon Ibu Sitti Marhamah, penulis mencoba mengkonfirmasi hal ini kepada Bapak Ahadian Ramadhan dengan penjelasan yang tegas mengenai fasilitas yang ada pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, beliau berkata:

“Terkait dengan temperatur udara itu sudah masuk dengan kualitas kenyamanan nasabah dengan adanya AC yang totalnya ada 4 digit, meskipun setiap 4 tahun sekali mesti di lakukan *service* AC. Terus terkait dengan pencahayaan disini terdapat kaca yang besar dan pencahayaannya di bantu dengan sinar matahari yang ada di luar ruangan dan juga di bantu dengan adanya lampu-lampu. Mengenai aroma ruangan disini sudah ada stela ruangan dan disini juga ada bagian umum yang bertugas membawahi sopir dan *Office Boy* (OB), dan OB nanti sebagai mengawasi/mengecek di setiap seminggu sekali dan jika ada yang habis maka yang bagian *Office Boy* akan laporan kepada Bagian Umum, terus nanti bagian umum yang memberikan biaya untuk membeli barang yang habis. Terkait kebisingan karna memang BPRS berada di pusat kota yang jelas pasti bising dan BPRS tidak bisa menghindar akan hal itu, kita mau memberikan peredam kita juga membutuhkan banyak biaya”¹⁵

Hal ini selaras dengan observasi yang peneliti lakukan pada saat penelitian, memang benar AC yang digunakan sudah menggunakan empat AC yang membuat ruangan menjadi sejuk dan nyaman untuk nasabah, untuk aroma ruangan pihak BPRS sudah menggunakan pewangi ruangan dan juga para Office Boy sudah melakukan tugasnya dengan baik dan penuh tanggung jawab. Kantor BPRS ini

¹⁴ Sitti Marhamah, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (20 November 2023)

¹⁵ Ahadian Ramadhan, Karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (23 November 2023)

memang berada di pinggir jalan sehingga memang kebisingan tidak dapat dihindari.¹⁶

Ibu Halimatus Sakdiyah selaku Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, juga memberikan tanggapan beliau berkata:

“Pencahayaannya sudah cukup tidak terlalu gelap, mengenai kebisingan pastinya ada karena letaknya di pusat sekolah dan pembelanjaan, temperatur udara ya menyesuaikan cuaca jika panas pastinya akan panas begitupun sebaliknya, dan untuk aroma ruangan memang perlu ditambahkan disetiap sudutnya karena letak pelayanan yang cukup mendekati area toilet”¹⁷

Menanggapi respon Ibu Halimatus Sakdiyah, penulis mencoba mengkonfirmasi hal ini kepada Ibu Nuris Syamsiyah selaku bagian Audit, beliau memberikan tanggapannya:

“Bagi saya kepuasan nasabah menjadi hal yang utama, sehingga apa yang dibutuhkan baik itu segala sesuatu yang berkaitan dari segi interior maupun eksterior akan saya maksimalkan untuk bisa melakukan pemenuhan kebutuhan sesuai dengan yang saya amati berdasarkan apa yang menjadi saran, kritikan serta masukan para nasabah untuk membuat nasabah merasakan nyaman dan puas, dengan cara melakukan perbaikan yang dimiliki.”¹⁸

Berdasarkan pernyataan informan melalui wawancara dan Observasi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *servicescape* yang mengenai lingkungan fisik baik itu interior maupun eksterior khususnya yang berkaitan dengan temperatur udara, pencahayaan, kebisingan dan aroma ruangan sangatlah dibutuhkan untuk menciptakan hubungan kepuasan mengenai kenyamanan dan kesenangan menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. Ibu Rahmawati

¹⁶ Observasi, Tanggal 20 November 2023

¹⁷ Halimatus Sakdiyah, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (20 November 2023)

¹⁸ Nuris Syamsiyah, Karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung*, (23 November 2023)

memberikan pendapat dengan sikap yang positif bahwa BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan itu cukup bagus, pelayanannya juga baik. Bapak Kawi memberikan pendapat bahwa karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sangat sopan dan perlu aroma ruangan yang mendukung. Ibu Sitti Marhamah memberikan pernyataan bahwa temperatur udara dan pencahayaan cukup. Ibu Halimatus Sakdiah memberikan pernyataan bahwa pencahayaan, kebisingan, temperatur udara, serta aroma ruangan perlu diperbaiki untuk menjadi lebih baik.

Untuk menggali informasi lebih lanjut, peneliti juga menanyakan langsung mengenai pengembangan lingkungan fisik yang berupa fasilitas memadai atau tidak bagi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada Bapak Idris selaku nasabah, beliau menjelaskan mengenai fasilitas yang ada pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

“Fasilitas yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan cukup memadai dan juga membantu dengan bantuan arahan dari karyawan, dilihat saya yang sudah berumur dengan pendidikan cuman SD Dari desa tidak tau apa apa, disini saya dibantu dengan fasilitas yang diberikan cukup baik”¹⁹

Hal ini juga dikatakan oleh Ibu Iis Sholehah sebagai nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, beliau berkata:

“Mengenai fasilitas yang ada di BPRS ini bagi saya sangat membantu, dari yang saya lihat itu bagi nasabah sudah terdapat air mineral gratis, AC sehingga saya tadi mengantrinya terbelang cukup lama karena banyak yang melakukan setor tunai saya merasa betah, hanya saja perlu adanya tambahan

¹⁹ Idris, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (21 November 2023)

kursi buat nasabah agar tidak ada yang menunggu diluar apabila BPRS sedang ramai”²⁰

Ibu Sri Yuni Wijayanti Juga memberikan pendapatnya mengenai fasilitas yang ada untuk penerapan *servicescape* di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, ia merupakan nasabah dari Dsn Pakong, Durbuk:

“Pastinya sangat membantu, dari saya yang tidak tau menggunakan BBS mobile menjadi tau, fasilitas disini cukup memadai hanya saja kadang terdapat kendala seperti saya pas melakukan pembukaan BBS Mobile masalah sambungan internet terkadang eror sehingga perlu ditingkatkan”²¹

Dalam hal ini Bapak Idris, Ibu Iis Sholehah, dan Ibu Sri Yuni Wijayanti mempunyai alasan masing masing sehingga mereka tertarik melakukan kegiatan layanan perbankannya salah satunya menabung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, karena fasilitas yang disediakan dalam penerapan *servicescape* sudah cukup.

Dari observasi yang dilakukan oleh peneliti, memang sudah ada fasilitas air mineral yang disediakan oleh pihak kantor untuk mendukung kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi, penambahan kursi juga harus dilakukan agar nasabah juga semakin nyaman jika memang nasabah membludak.²²

Menanggapi respon positif dari Bapak Idris, Ibu Iis Sholehah, dan Ibu Sri Yuni Wijayanti, penulis mencoba mengkonfirmasi hal ini kepada Bapak Ahadian Ramadhan beliau memberikan tanggapannya:

“Pihak bank selalu memperhatikan apa yang menjadi penunjang pada pelayanan sehingga sangat perlu untuk dilakukan pengembangan dan perbaikan pada fasilitas yang ada disini karena setiap kantor menginginkan

²⁰ Iis Sholehah, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (21 November 2023)

²¹ Sri Yuni Wijayanti, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (21 November 2023)

²² Observasi, Tanggal 21 November 2023

kantornya itu terlihat bagus supaya menjadi lebih baik, dan juga tidak ada kantor yang mau stagnan disitu situ saja artinya setiap perusahaan akan mengalami perubahan baik secara keseluruhan atau secara bertahap.”²³

Dalam hal ini Ibu Rusdiana memberikan perbedaan penilaian terhadap BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

“ Saya disini nasabah baru yang tertarik melakukan kegiatan deposito disini karena berbeda dengan bank lainnya, akan tetapi pertama kali saya kesini saya melihat *servicescape* mengenai lingkungan fisik dari fasilitas yang disediakan masih kurang jika dibandingkan dengan bank lain, karena yang saya lihat seharusnya penempatan tata letaknya itu diperindah supaya lebih teratur dan lebih enak dipandang mata, bagian depan juga diperhatikan karena bagian depan juga menentukan seseorang itu tertarik pada BPRS ini”²⁴

Menanggapi respon Ibu Rusdiana, penulis mencoba mengkonfirmasi hal ini kepada Bapak Muhammad Syaiful dengan wawancara sebagai berikut:

“Menurut saya lingkungan fisik baik itu interior ataupun eksterior yang dirasa merusak pandangan mata harus diperbaiki salah satunya dibagian depan untuk wilayah parkir harus tertata rapi supaya plang BPRS bisa terlihat.”

Berdasarkan pernyataan informan melalui wawancara dan observasi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas yang ada pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dikatakan sangat membantu dan memadai, meskipun ada nasabah yang memberikan perbedaan mengenai fasilitas yang disediakan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dengan bank yang lain oleh masih lebih unggul bank lain. Oleh karena itu perlu adanya peningkatan meskipun

²³ Ahadian Ramadhan, Karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (23 November 2023)

²⁴ Rusdiana, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (21 November 2023)

fasilitas yang sudah disediakan terbilang cukup, hal itu digunakan untuk kenyamanan pada saat nasabah melakukan kegiatan.

Berdasarkan pengamatan atau observasi yang dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa *servicescape* yang ada pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sudah dikatakan cukup dan memadai. Akan tetapi untuk membuat BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan mampu bersaing dengan bank lain harus tetap konsisten dengan apa yang menjadi penilaian nasabah supaya dari respon positif nasabah bisa diperbaiki. *Servicescape* ini bisa dikatakan sebagai peluang untuk membuat seseorang merasakan dan melihat apa yang menjadi potensinya untuk memberikan pelayanan yang dapat membuat masyarakat tertarik. *Servicescape* yang ada pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sudah memberikan fasilitas yang mencukupi kebutuhan nasabah dan membuat nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan.

2. *Relationship Marketing* yang diterapkan pada nasabah dalam menciptakan kepuasan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan

Relationship marketing digunakan sebagai usaha pendekatan yang unik kepada nasabah secara lebih dekat untuk mengelola suatu hubungan yang saling menguntungkan agar bank bisa menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam menarik nasabah *relationship marketing* dilakukan dengan cara melakukan komunikasi yang baik dengan nasabah dan juga interaksi untuk bisa mengenal konsumen lebih baik, sehingga perusahaan dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan.

Dalam penelitian ini kami juga mewawancarai beberapa nasabah baik itu nasabah lama ataupun nasabah baru mengenai hubungan yang diberikan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan terkait pelayanan dari segi komunikasi dan interaksinya. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Rahmawati:

“Untuk komunikasi dan interaksi yang diterapkan oleh karyawan di BPRS ini kepada saya selaku nasabah sudah sangat baik, dilihat dari komunikasi diterapkan secara detail mengenai penjelasan semua kegiatan yang ada disini dan juga interaksi langsung dilakukan dengan sangat komunikatif”²⁵

Dalam hal ini, Ibu Rahmawati sudah menjadi nasabah lama dan sampai saat ini tetap memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dikarenakan pelayanan yang diberikan cukup membantu. Hal ini juga dikatakan oleh Bapak Idris yang berpendapat:

“Pelayanannya sangat baik dan mudah dipahami arahnya”²⁶

Dalam hal ini pelayanan yang diberikan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sangat baik, sehingga banyak yang tertarik mengenai produk yang ditawarkan, hal tersebut Ibu Iis Sholehah juga menyapaikan bahwa:

“Pelayanan yang diberikan cukup baik dan ramah sesuai dengan prosedur yang sudah ada”²⁷

Dalam observasi yang dilakukan peneliti, peneliti juga merasa bahwa pelayanan yang dilakukan oleh karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sudah sangat baik dan mudah dipahami oleh nasabah sehingga nasabah

²⁵ Rahmawati, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (20 November 2023)

²⁶ Idris, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (21 November 2023)

²⁷ Iis Sholehah, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (21 November 2023)

juga gampang menyimak dan menerima penjelasan dari karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan.²⁸

3. Unsur-unsur *servicescape* dan *relationship marketing* yang paling mendorong terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan

Servicescape merupakan peranan penting dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat (atau mengurangi) kepuasan seorang konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

Adapun unsur-unsur *servicescape* dan *relationship marketing* yang paling mendorong terhadap kepuasan nasabah seperti yang di sampaikan oleh Bapak Ahmad sebagai nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan mengatakan bahwa:

“Pelayanan *servicescape* yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan ini sudah efisien dan memberikan manfaat yang optimal bagi kami para nasabah”.²⁹

Hal serupa yang disampaikan oleh salah satu karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yang berperan sebagai CS yaitu bapak Ach. Baihaqi:

“Bahwa pemenuhan kebutuhan dan kepuasan harus menjadi program dasar pelayanan *servicescape* untuk menunjang tercapainya tujuan perusahaan”. Beliau juga menambahkan “selain itu keadilan dan kelayakan juga akan menciptakan konsentrasi karyawan terhadap tugas-tugasnya sehingga kerjasama dan semangat kerjanya semakin meningkat”.³⁰

²⁸ Observasi, Tanggal 21 November 2023

²⁹ Ahmadullah, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (21 November 2023)

³⁰ Ach. Baihaqi, Karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (23 November 2023)

Bapak Hasib juga menyampaikan hal serupa bahwasannya:

“Penerapan *servicescape* yang di lakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sudah baik dan juga memberikan kenyamanan terhadap nasabahnya”.³¹

Dalam observasi yang dilakukan peneliti, BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sudah menerapkan *serviscape* yang sudah cukup baik untuk kenyamanan dan kepuasan pelanggan sehingga hal itu terlihat layak untuk BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam melayani nasabahnya.³²

Relationship marketing adalah konsep yang sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dalam sebuah organisasi. Dalam dunia bisnis modern, fokus pemasaran mencerminkan pergerakan perubahan dari pemasaran transaksional ke *relationship marketing*. Membangun, memelihara, dan selalu meningkatkan hubungan pelanggan merupakan aspek penting dari bisnis. Konsep *relationship marketing* secara luas dipahami, baik itu secara akademis dan profesional dimana tujuannya adalah untuk meningkatkan hubungan yang kuat dan menjadikan pelanggan yang acuh tak acuh menjadi loyal.

Bapak Ahmad juga menambahkan terkait *relationship marketing* yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan:

“Memang banyak cara dilakukan dalam mempertahankan *relationship marketing* ini, Hal ini dilakukan dengan memberikan *reward* dalam bentuk harga khusus yang dimaksudkan untuk melakukan penghematan biaya yang dikeluarkan.”³³

Bapak Hasib juga menambahkan terkait hal ini:

³¹ Hasibuddin, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (22 November 2023)

³² Observasi, 21 November 2023

³³ Ahmadullah, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (21 November 2023)

“Bahwa BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan menjalin komunikasi yang baik dan apik terhadap kami para nasabah sehingga kami merasa betah dan nyaman menabung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan ini”³⁴

Sehubungan dengan observasi yang peneliti lakukan para karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sudah melakukan komunikasi yang baik dan nyaman kepada para nasabah untuk mempertahankan para nasabahnya agar tetap menggunakan jasa BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan.³⁵

Dalam dunia bisnis, komunikasi pemasaran sangatlah penting karena untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru perusahaan harus melakukan komunikasi yang sesuai dengan karakter pelanggan.

Kelangsungan hubungan tergantung pada cara berkomunikasi. Keberhasilan sebuah komunikasi dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, antara lain kejelasan ide yang ingin disampaikan, kesamaan persepsi antara pengirim dan penerima informasi, tidak adanya distorsi, dan saluran komunikasi yang tepat. Proses komunikasi juga mempengaruhi kesuksesan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya.

Komunikasi dalam *relationship marketing* berhubungan dengan nilai yang diperoleh pelanggan, memberikan informasi yang tepat dan dapat dipercaya serta informasi mengenai adanya perubahan jasa yang ditawarkan, dan komunikasi yang proaktif ketika terjadi masalah antara perusahaan dan pelanggan. Pelanggan selalu menginginkan terciptanya komunikasi yang efektif dengan perusahaan, komunikasi yang baik tentunya dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap

³⁴ Hasibuddin, Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *Wawancara Langsung* (21 November 2023)

³⁵ Observasi, 22 November 2023

perusahaan. Melalui komunikasi, pelanggan juga dapat mengemukakan ketidakpuasannya sehingga dapat dijadikan acuan bagi perusahaan.

C. Temuan Penelitian

1. Penerapan *Servicescape* pada nasabah dalam menciptakan kepuasan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan

- a. *Servicescape* yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sudah sangat memadai dan sesuai standart yang ada hanya saja untuk area didepan khususnya parkir harus dibenahi dengan susunannya harus rapi supaya nantinya nyaman dijangkau orang lain.
- b. Penempatan bank terbilang sulit dijangkau karena pada saat musim penghujan biasanya tulisan Nama bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan tertutup oleh pepohonan sehingga sulit untuk dijangkau bagi calon nasabah yang masih belum mengenal bank BPRS.
- c. Pelayanan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sangat ramah dan nyaman, karyawannya sangat sopan dan berbau satu sama lain. Akan tetapi untuk ruangan pelayanan disiang hari harus dibenahi karena terlihat kurang mengenakan dikarenakan menyatu dengan kamar mandi nasabah.
- d. Temperatur udara dirasa masih kurang karena pada saat awal bulan dengan kegiatan yang cukup efektif ramai akan merasakan sumuk karena nasabah full, pencahayaan sudah lumayan cukup terkecuali satpam harus menutup pintu kembali setelah nasabah datang karena diruang tunggu itu silau dan kebisingan dijalan raya.

- e. Fasilitas yang ada di BPRS sangat membantu, mulai dari tersedianya air mineral gratis diruang tunggu nasabah, AC yang memadai sehingga apabila kegiatan mengantrinya terbilang cukup lama tidak membuat nasabah gelisah.

2. *Relationship Marketing* yang diterapkan pada nasabah dalam menciptakan kepuasan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan

- a. Untuk komunikasi dan interaksi yang diterapkan oleh karyawan di BPRS ini kepada nasabah sudah sangat baik, dilihat dari komunikasi yang diterapkan secara detail mengenai penjelasan semua kegiatan baik itu produk ataupun fitur yang telah disediakan sehingga mempermudah nasabah yang ada disini.
- b. Pelayanannya sangat baik dan mudah dipahami arahnya.
- c. Pelayanan yang diberikan sangat membantu sesuai dengan prosedur yang sudah ada sehingga membuat nasabah tidak merasa kebingungan

3. Unsur-unsur *servicescape* dan *relationship marketing* yang paling mendorong terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan

- a. Penerapan *servicescape* yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sudah bagus dengan adanya simbol dan tanda-tanda, baik yang berhubungan dengan produk-produk dan simbol larangan yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan.

- b. Relationship Marketing yang diterapkan karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sudah baik dengan adanya respon positif dari nasabah BPRS baik dari segi komunikasi, dan juga cara melayani, sehingga nasabah merasa betah untuk menabung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan.

D. Pembahasan

1. Penerapan *Servicescape* pada nasabah dalam menciptakan kepuasan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan

Servicescape merupakan aspek penting dalam dunia bisnis, khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. *Servicescape* dapat didefinisikan sebagai gaya dan wujud dari lingkungan fisik yang ditemukan oleh pelanggan di tempat jasa tersebut disampaikan.³⁶

Lingkungan fisik ini terbagi menjadi dua elemen, yaitu elemen eksterior dan atribut interior. Elemen eksterior meliputi papan informasi, tempat parkir, dan pemandangan alam. Sementara atribut interior mencakup desain, tata letak, peralatan, dan dekorasi.

Servicescape memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman layanan dan kepuasan konsumen. Fasilitas yang disediakan dalam *servicescape* dapat memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk menyampaikan pesan-pesan kuat dan konsisten tentang apa yang ingin dicapai, segmen pasar yang dituju, dan karakteristik jasa yang dimiliki.

³⁶ Christopher Lovelock et.al., Pemasaran Jasa Manusia ,Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia, (T.T.: Erlangga, 2010), 4.

Lebih dari itu, *servicescape* juga berperan penting dalam membentuk image atau persepsi konsumen terhadap perusahaan. Melalui lingkungan layanan, konsumen dapat mengidentifikasi dan membandingkan suatu perusahaan jasa dengan perusahaan lain.³⁷

Penerapan *servicescape* pada nasabah dalam menciptakan kepuasan melibatkan penggunaan desain fisik dan lingkungan pada tempat pelayanan untuk menciptakan pengalaman positif bagi para pelanggan. *Servicescape* merujuk pada elemen-elemen fisik dan lingkungan yang ada di tempat pelayanan, seperti desain interior, tata letak ruangan, pencahayaan, musik, aroma, serta faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi persepsi dan pengalaman pelanggan.

Pentingnya penerapan *servicescape* dalam menciptakan kepuasan nasabah tidak bisa diabaikan. Ketika nasabah memasuki sebuah tempat pelayanan, kesan pertama yang mereka dapatkan dari lingkungan fisik akan sangat mempengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan. Oleh karena itu, penerapan *servicescape* yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah, menciptakan hubungan yang lebih baik antara perusahaan dan nasabah, serta bahkan dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

Salah satu elemen penting dalam penerapan *servicescape* adalah desain interior. Desain interior yang menarik, nyaman, dan sesuai dengan merek serta tujuan perusahaan dapat menciptakan suasana yang menyenangkan bagi nasabah. Selain itu, tata letak ruangan yang efisien juga dapat meningkatkan kenyamanan

³⁷ Ibid, 4

dan kemudahan akses bagi nasabah, sehingga mereka merasa lebih dihargai dan diayomi.

Selain itu, pencahayaan, musik, dan aroma juga memiliki peran penting dalam menciptakan suasana yang menyenangkan dan mengundang bagi nasabah. Pencahayaan yang tepat dapat menciptakan suasana yang hangat dan nyaman, sedangkan musik yang diputar dengan volume yang pas serta aroma yang menyenangkan dapat meningkatkan mood dan emosi nasabah, sehingga mereka merasa lebih rileks dan senang berada di tempat pelayanan.³⁸

Penerapan *servicescape* yang baik juga dapat memberikan kesan profesionalisme dan kepercayaan bagi nasabah. Misalnya, desain fisik yang bersih, rapi, dan terorganisir dapat mencerminkan kualitas layanan yang baik dan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan. Hal ini juga dapat menciptakan kesan bahwa perusahaan peduli terhadap kenyamanan dan kepuasan nasabah.

Penerapan *servicescape* juga dapat mempengaruhi perilaku nasabah. Sebagai contoh, tata letak produk atau layanan yang dipamerkan secara menarik dan mudah diakses dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan pembelian atau penggunaan layanan. Dengan demikian, *servicescape* dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan pengalaman nasabah dan menciptakan kepuasan yang lebih baik.

³⁸ Tjiptono Fendy, *Manajemen Layanan Prima: Pendekatan Strategis Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, (Yogyakarta: Andi Publisher, 2013), 240.

Dalam konteks bisnis, kepuasan nasabah sangat penting karena dapat berdampak pada loyalitas, rekomendasi, dan retensi nasabah. Dengan penerapan *servicescape* yang baik, perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang mendukung terciptanya pengalaman positif bagi nasabah, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan nasabah dan memperkuat hubungan antara perusahaan dan nasabah.

Dengan demikian, penerapan *servicescape* pada nasabah dalam menciptakan kepuasan merupakan strategi yang sangat penting bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan, memperkuat hubungan dengan nasabah, dan menciptakan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan dengan serius desain fisik dan lingkungan pada tempat pelayanan demi menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi para nasabah.³⁹

Penerapan *servicescape* pada nasabah merupakan konsep yang menekankan pentingnya lingkungan fisik dan fungsional dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. *Servicescape* mencakup semua elemen lingkungan fisik di mana layanan disampaikan, termasuk desain interior, tata letak, pencahayaan, kebersihan, serta elemen-elemen lain yang memengaruhi persepsi dan pengalaman pelanggan selama berinteraksi dengan perusahaan. Dalam konteks BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, penerapan *servicescape* pada nasabah akan mempengaruhi bagaimana nasabah merasakan, berpikir, dan merespons terhadap produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan.

³⁹ Hermawan Kartajaya, Iwan Binanto, *Manajemen Pemasaran Jasa: Prinsip, Strategi Dan Implementasi*, (Jakarta: Selemba Empat, 2012), 20.

Penerapan *servicescape* yang efektif dapat menciptakan lingkungan yang memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Misalnya, desain interior yang menarik dan fungsional, tata letak yang efisien, serta pencahayaan yang nyaman dapat menciptakan atmosfer yang menyenangkan bagi nasabah saat berinteraksi dengan perusahaan. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi positif nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Selain itu, pemenuhan kebutuhan dan kepuasan nasabah harus menjadi program dasar pelayanan *servicescape* untuk menunjang tercapainya tujuan perusahaan.⁴⁰ Dengan memahami kebutuhan dan preferensi nasabah, perusahaan dapat mengadaptasi lingkungan fisiknya untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi nasabah. Misalnya, menyediakan area tunggu yang nyaman, fasilitas *self-service* yang mudah diakses, atau ruang konsultasi pribadi dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan nasabah.

Selain aspek fisik, penerapan *servicescape* juga mencakup aspek fungsionalitas, di mana sistem dan proses layanan dirancang untuk memfasilitasi transaksi dengan efisien. Hal ini dapat mencakup penggunaan teknologi yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi, proses antrean yang terorganisir, atau penempatan petugas layanan yang memudahkan akses bagi nasabah. Dengan demikian, penerapan *servicescape* pada nasabah juga mencakup aspek keterjangkauan, aksesibilitas, dan kemudahan proses layanan.

Pada akhirnya, penerapan *servicescape* pada nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan bertujuan untuk menciptakan pengalaman

⁴⁰ Ibid, 21.

positif bagi nasabah, memastikan pemenuhan kebutuhan dan kepuasan nasabah, serta memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan nasabahnya. Dengan memahami pentingnya lingkungan fisik dan fungsional dalam menciptakan pengalaman pelanggan, perusahaan dapat mengoptimalkan penerapan *servicescape* untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan mencapai tujuan bisnisnya.

Servicescape, atau lanskap layanan, mengacu pada lingkungan fisik di mana layanan diberikan. Dalam konteks BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *servicescape* bukan hanya sekedar dekorasi ruangan, tetapi merupakan elemen penting yang dapat membantu memfasilitasi setiap kegiatan dalam lingkungan jasa. Desain *servicescape* yang baik dapat meningkatkan efisiensi dan kenyamanan bagi baik konsumen maupun karyawan, sehingga membantu mereka mencapai tujuannya dengan lebih mudah.

Penerapan *servicescape* pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. *Servicescape* membantu memfasilitasi dalam setiap kegiatan yang ada dalam lingkungan jasa. Desain yang dibentuk dapat meningkatkan serta menghambat efisiensi aktivitas hal ini membuat menjadi lebih mudah atau lebih sulit bagi konsumen dan karyawan untuk mencapai tujuan mereka. Fasilitas fungsional ini didesain dengan sangat baik sehingga konsumen akan membuat karyawan merasa nyaman dalam bekerja. Sebaliknya desain yang kurang baik dan tidak efisien bisa membuat karyawan kecewa begitu juga kekecewaan yang dirasakan oleh konsumen.

Desain *servicescape* yang baik di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan memainkan peran penting dalam mendukung sosialisasi yang efektif

bagi pelanggan dan karyawan. Lingkungan fisik yang dirancang dengan cermat dapat membantu mengkomunikasikan pesan, nilai, dan budaya perusahaan, serta menciptakan pengalaman yang positif bagi semua orang yang memasuki ruangan.

Pembeda dari perusahaan pesaing merupakan faktor kunci yang memungkinkan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan untuk menghadapi perubahan lingkungan fisik dengan lebih baik daripada pesaingnya. Hal ini memberikan kesempatan bagi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan untuk memposisikan diri secara unik di pasar, menarik segmen pasar baru, dan memperluas jangkauan bisnisnya. Selain itu, kekuatan ini juga memungkinkan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan untuk memengaruhi perilaku konsumen dan karyawan. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap para konsumen sebagai penerima layanan, serta mampu memotivasi karyawan untuk memberikan layanan yang berkualitas tinggi. Pembeda fasilitas ini sangat membantu bagi nasabah dengan adanya air mineral gratis dan juga ac yang dingin sehingga para nasabah jika harus mengantri cukup lama akan merasa betah dan nyaman. Selain itu komunikasi dan interaksi yang diterapkan oleh karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sangat detail sehingga menghasilkan pelayanan yang sangat baik dan mudah dipahami. Dengan demikian, pembeda ini tidak hanya memberikan keunggulan kompetitif bagi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk memainkan peran yang signifikan dalam memengaruhi ekosistem bisnisnya secara keseluruhan. Oleh karena itu, BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan sangat

mempertimbangkan lingkungan jasanya sehingga selain nyaman bagi pelanggan juga nyaman bagi para pegawai, hal ini penting bagi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan untuk menyadari bagaimana lingkungan jasa dapat memperkaya atau setidaknya tidak mengurangi produktivitas dan kualitas pelayanan yang diberikan.

Respon yang positif dari pelanggan dan karyawan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan memberikan dampak yang signifikan terhadap lingkungan perusahaan yang menyenangkan. Hal ini menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan membangun, yang pada gilirannya menciptakan atmosfer yang menyenangkan bagi pelanggan. Respon yang baik dari karyawan, seperti motivasi tinggi dan kepuasan kerja, dapat berdampak langsung pada kualitas produksi layanan dan produk yang ditawarkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. Sementara itu, respon positif dari pelanggan menciptakan lingkungan yang ramah bagi konsumen dan mendorong kesetiaan pelanggan. Dengan demikian, siklus positif menciptakan lingkungan yang menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat, memfasilitasi produksi dan pembelian berkualitas tinggi di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. Dampak kondisi sekitar di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan merujuk pada karakteristik lingkungan yang memengaruhi persepsi, pemikiran, dan respons individu terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Faktor-faktor seperti desain interior, kebersihan, keramahan staf, dan suasana umum menciptakan pengalaman yang memengaruhi cara pelanggan merespons produk atau layanan yang disediakan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan.

Selain itu, dimensi utama lainnya di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan adalah tata letak spasial dan fungsionalitas. Tata letak yang efisien dan fungsionalitas yang baik memastikan bahwa proses transaksi layanan dapat berjalan dengan lancar, memungkinkan pengantaran dan konsumsi layanan terjadi dengan mudah. Dengan demikian, pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan menjadi lebih efisien dan memuaskan. Ini juga menciptakan lingkungan yang memfasilitasi karyawan dalam memberikan layanan yang optimal, sehingga menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggannya.

Berdasarkan temuan dari penerapan *servicescape* pada nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam menciptakan kepuasan nasabah:

- a. Permasalahan parkir yang tidak rapi menjadi hambatan bagi nasabah dalam mengakses layanan. Dengan menyusun parkir secara rapi, akan memudahkan akses bagi nasabah dan memberikan kesan yang lebih baik terhadap pelayanan BPRS Bhakti Sumekar. Hal ini dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan nasabah.
- b. Penulisan Nama bank yang tertutup oleh pepohonan dapat mengurangi daya tarik dan keterlihatan bagi calon nasabah. Sehingga harus memastikan dan mengontrolnya dengan baik, termasuk penempatan papan tanda yang jelas dan terlihat, hal ini dapat membantu untuk menciptakan kepuasan nasabah bagi nasabah yang ingin menemukan lokasi BPRS Bhakti Sumekar.

- c. Pemisahan area pelayanan dan kamar mandi, pemisahan area pelayanan dengan kamar mandi sangat penting untuk memastikan kebersihan, kenyamanan, dan privasi nasabah. Memastikan bahwa area pelayanan terpisah dengan fasilitas kamar mandi akan meningkatkan pengalaman nasabah dan memberikan kesan yang lebih profesional.
- d. Suasana ruangan yang nyaman, menjaga suhu dan pencahayaan ruangan merupakan faktor penting dalam menciptakan suasana yang nyaman bagi nasabah. Selain itu, menangani kebisingan dari jalan raya juga perlu diperhatikan agar nasabah dapat merasa tenang dan fokus saat berada di dalam area pelayanan.
- e. Pemanfaatan fasilitas dengan baik fasilitas yang disediakan, seperti air mineral gratis dan AC, dapat meningkatkan kenyamanan nasabah. Namun, perlu diingat bahwa waktu antrian yang terlalu lama juga dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Manajemen perlu memastikan bahwa fasilitas yang disediakan tidak hanya membuat nasabah betah, tetapi juga memastikan efisiensi layanan.

Dari temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan *servicescape* yang baik dapat berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut, manajemen dapat meningkatkan kualitas layanan dan menciptakan pengalaman yang lebih positif bagi nasabah.

2. *Relationship Marketing* yang diterapkan pada nasabah dalam menciptakan kepuasan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan

Relationship marketing adalah pendekatan pemasaran yang berfokus pada pembangunan hubungan jangka panjang dan saling menguntungkan antara perusahaan dan nasabah. Penerapan *relationship marketing* pada nasabah bertujuan untuk menciptakan kepuasan, loyalitas, dan retensi nasabah dengan cara memperkuat hubungan antara perusahaan dan nasabah.⁴¹

Pertama, *relationship marketing* memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami kebutuhan, keinginan, dan preferensi nasabah secara individu. Dengan membangun hubungan yang kuat, perusahaan dapat mendapatkan informasi yang lebih mendalam tentang nasabah, sehingga dapat menyesuaikan produk, layanan, dan pengalaman pelayanan sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini dapat menciptakan kepuasan nasabah karena mereka merasa didengar, dipahami, dan nilainya dihargai oleh perusahaan.

Selanjutnya, penerapan *relationship marketing* memungkinkan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang personal dan berfokus pada kebutuhan individu nasabah. Dengan memahami preferensi dan sejarah transaksi nasabah, perusahaan dapat memberikan rekomendasi produk atau layanan yang sesuai, memberikan penawaran khusus, atau bahkan memberikan perlakuan istimewa yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

⁴¹ Hermawan Kartajaya, Iwan Binanto, *Manajemen Pemasaran Jasa: Prinsip, Strategi Dan Implementasi*, (Jakarta: Selemba Empat, 2012), 50.

Selain itu, *relationship marketing* juga memungkinkan perusahaan untuk membangun komunikasi yang terus-menerus dan berkelanjutan dengan nasabah. Melalui komunikasi yang efektif, perusahaan dapat memberikan informasi tentang produk, layanan, atau promo terbaru, serta memperkuat hubungan dengan memberikan layanan purna jual yang baik. Dengan demikian, nasabah merasa dihargai dan terhubung secara personal dengan perusahaan, yang dapat meningkatkan kepuasan mereka.

Penerapan *relationship marketing* juga mengarah pada pembangunan loyalitas nasabah. Dengan memperkuat hubungan jangka panjang, perusahaan dapat menciptakan hubungan yang kuat dengan nasabah, sehingga mereka cenderung tetap setia dan melakukan pembelian ulang. Loyalitas nasabah merupakan indikasi kepuasan yang tinggi, dan dapat membantu perusahaan dalam menciptakan basis pelanggan yang stabil dan menguntungkan.⁴²

Selain itu, *relationship marketing* juga memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan rekomendasi dari nasabah kepada orang lain. Nasabah yang puas cenderung lebih bersedia untuk merekomendasikan produk atau layanan perusahaan kepada keluarga, teman, atau rekan kerja mereka. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam memperluas basis pelanggan dan menciptakan kepuasan yang lebih luas.

Dengan demikian, penerapan *relationship marketing* pada nasabah dapat berkontribusi secara signifikan dalam menciptakan kepuasan. Dengan membangun hubungan yang kuat, personal, dan berkelanjutan dengan nasabah, perusahaan

⁴² Ibid, 51.

dapat menciptakan pengalaman yang positif dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan nasabah. Hal ini akan membantu perusahaan dalam meningkatkan kepuasan nasabah, menciptakan loyalitas, dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar.

Relationship marketing yang diterapkan pada nasabah merupakan pendekatan strategis yang bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan jangka panjang yang kuat antara perusahaan dan nasabahnya. Pendekatan ini menekankan pentingnya membangun hubungan yang saling menguntungkan, berkelanjutan, dan personal dengan nasabah, daripada hanya berfokus pada transaksi satu kali. Dalam konteks BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, penerapan *relationship marketing* pada nasabah melibatkan berbagai strategi dan aktivitas yang dirancang untuk membangun kepercayaan, loyalitas, dan keterlibatan nasabah dalam jangka panjang.⁴³

Salah satu pendekatan utama dalam *relationship marketing* adalah pengenalan dan pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan, preferensi, dan nilai nasabah. Dengan memahami secara mendalam siapa nasabahnya, apa yang mereka harapkan dari layanan perusahaan, dan bagaimana mereka ingin diakomodasi, perusahaan dapat membentuk strategi yang lebih efektif untuk berinteraksi dengan mereka. Hal ini dapat meliputi penggunaan data analitik untuk memahami perilaku nasabah, melakukan survei kepuasan nasabah, atau bahkan mengadakan dialog langsung dengan mereka.

⁴³ Tjiptono Fendy, *Manajemen Layanan Prima: Pendekatan Strategis Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, (Yogyakarta: Andi Publisher, 2013), 114.

Selain itu, penerapan *relationship marketing* pada nasabah juga melibatkan upaya untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabah, bukan hanya berfokus pada akuisisi baru. Ini dapat melibatkan pengembangan program loyalitas, insentif, dan reward untuk nasabah yang setia, serta upaya untuk terus berkomunikasi dan terlibat dengan mereka secara konsisten. Misalnya, perusahaan dapat mengadakan acara khusus untuk nasabah setia, menyediakan konten informatif dan edukatif, atau memberikan layanan purna jual yang responsif.

Selain itu, penting juga untuk memperhatikan bagaimana karyawan perusahaan berinteraksi dengan nasabah dalam kerangka *relationship marketing*. Pelatihan karyawan untuk memiliki keterampilan komunikasi yang baik, empati, serta pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan nasabah dapat menjadi bagian penting dari penerapan *relationship marketing*. Karyawan yang mampu membangun hubungan pribadi dan empati dengan nasabah dapat membantu memperkuat ikatan hubungan jangka panjang.

Dengan penerapan *relationship marketing* yang efektif, BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dapat menciptakan hubungan yang berkelanjutan, saling menguntungkan, dan berorientasi pada kebutuhan nasabah. Hal ini dapat membantu perusahaan mempertahankan loyalitas nasabah, meningkatkan retensi, dan memperluas pangsa pasar melalui rekomendasi positif dari nasabah yang puas.⁴⁴

Konsep *relationship marketing* digunakan dan dikembangkan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan untuk memelihara hubungan

⁴⁴ Ibid, 116.

berkelanjutan antara nasabah dan karyawan. Strategi ini bertujuan untuk menciptakan dan menjaga hubungan yang kuat dan erat antara perusahaan dengan nasabah dan karyawan. Melalui pendekatan ini, perusahaan berupaya untuk memahami kebutuhan dan preferensi nasabah, serta menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi mereka. Selain itu, penerapan *relationship marketing* juga bertujuan untuk memperkuat hubungan internal antara perusahaan dengan karyawan, sehingga karyawan merasa dihargai dan termotivasi untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah.

Dengan memelihara hubungan yang baik dan erat, BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dapat menciptakan loyalitas nasabah yang tinggi, meningkatkan retensi nasabah, dan memperoleh rekomendasi dari nasabah yang puas kepada orang lain. Di sisi lain, karyawan yang merasa dihargai dan terlibat dalam hubungan yang positif dengan perusahaan cenderung lebih termotivasi, produktif, dan loyal. Dengan demikian, konsep *relationship marketing* menjadi strategi yang penting dalam menciptakan lingkungan bisnis yang berkelanjutan dan saling menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat.

Berdasarkan temuan penerapan *relationship marketing* pada nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, terdapat aspek-aspek penting yang dapat mendukung penciptaan kepuasan nasabah:

- a. Komunikasi yang detail dan jelas mengenai semua kegiatan yang ada di BPRS memberikan kesan positif bagi nasabah. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap layanan yang diberikan dan

memperkuat hubungan antara nasabah dengan karyawan BPRS Bhakti Sumekar.

- b. Kemudahan arah dan pemahaman pelayanan yang baik dan mudah dipahami arahnya merupakan aspek penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. Ketika nasabah merasa bahwa petugas memberikan arahan yang jelas dan mudah dipahami, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan serta kepuasan nasabah dalam bertransaksi di BPRS Bhakti Sumekar.
- c. Pelayanan yang ramah dan sesuai prosedur penerapan pelayanan yang baik, ramah, dan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan menciptakan pengalaman positif bagi nasabah. Hal ini dapat memperkuat hubungan antara BPRS Bhakti Sumekar dengan nasabah, serta menciptakan kesan positif yang berkelanjutan.

Dari temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa penerapan *relationship marketing* yang baik dapat menciptakan kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut, manajemen dapat terus meningkatkan kualitas komunikasi, pelayanan, dan interaksi dengan nasabah untuk memastikan bahwa kebutuhan dan harapan nasabah terpenuhi dengan baik. Hal ini akan membantu memperkuat hubungan jangka panjang dengan nasabah dan mempertahankan loyalitas mereka.

3. Unsur-unsur *servicescape* dan *relationship marketing* yang paling mendorong terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan

Unsur-unsur *servicescape* dan *relationship marketing* yang mendorong kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan termasuk efisiensi pelayanan *servicescape* yang memberikan manfaat optimal bagi nasabah. Pemenuhan kebutuhan dan kepuasan menjadi program dasar pelayanan *servicescape* untuk mencapai tujuan perusahaan. Selain itu, keadilan dan kelayakan juga menciptakan konsentrasi karyawan terhadap tugas-tugasnya, meningkatkan kerjasama, dan semangat kerja. Penerapan *servicescape* yang baik juga memberikan kenyamanan kepada nasabah.

Dalam konteks BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, terdapat beberapa unsur *servicescape* dan *relationship marketing* yang secara khusus mendorong kepuasan nasabah. Berikut adalah beberapa unsur yang mungkin menjadi faktor kunci dalam menciptakan pengalaman positif bagi nasabah:

- a. Desain interior dan tata letak: desain interior yang menarik, fungsional, dan nyaman dapat menciptakan atmosfer yang menyenangkan bagi nasabah saat berinteraksi dengan BPRS Bhakti Sumekar. Tata letak yang efisien juga dapat memudahkan akses nasabah ke layanan yang mereka butuhkan, sehingga meningkatkan kepuasan dalam penggunaan layanan.
- b. Pelayanan dan interaksi personal: kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sikap ramah, responsif, dan komunikatif dari karyawan BPRS Bhakti Sumekar dapat

menciptakan hubungan personal yang positif dengan nasabah, yang merupakan salah satu aspek penting dari *relationship marketing*.

- c. Kemudahan akses dan keterjangkauan: faktor-faktor seperti lokasi cabang, jam operasional yang fleksibel, dan ketersediaan layanan perbankan digital dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Kemudahan akses dan keterjangkauan layanan dapat meningkatkan kepuasan karena memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.
- d. Kesesuaian produk dan layanan: pemenuhan kebutuhan nasabah melalui produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka akan mendorong kepuasan. Hal ini mencakup penawaran produk perbankan yang relevan, proses pengajuan yang mudah, dan fleksibilitas dalam pemenuhan kebutuhan finansial nasabah.
- e. Program loyalti dan penghargaan: program loyalitas yang menarik, insentif bagi nasabah setia, serta penghargaan atas keberhasilan nasabah juga dapat meningkatkan kepuasan. Hal ini merupakan bagian dari strategi *relationship marketing* untuk mempertahankan hubungan yang erat dengan nasabah.

Dengan memperhatikan dan mengoptimalkan unsur-unsur *servicescape* dan *relationship marketing* di atas, BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dapat meningkatkan kepuasan nasabah, memperkuat hubungan jangka panjang, dan membangun citra positif di mata nasabahnya.

Melalui pendekatan ini, BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan memastikan bahwa lingkungan pelayanan yang efisien, memenuhi kebutuhan, dan

memberikan manfaat optimal bagi nasabah. Penerapan *servicescape* yang konsisten juga menciptakan kenyamanan bagi nasabah, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Di samping itu, keadilan dan kelayakan dalam layanan memastikan bahwa karyawan fokus dan bersemangat dalam menjalankan tugas-tugasnya, yang pada akhirnya berkontribusi pada kualitas layanan yang diberikan.

Dengan demikian, penerapan efektif dari unsur-unsur *servicescape* dan *relationship marketing* di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, memperkuat hubungan antara perusahaan dan nasabah, serta meningkatkan kinerja dan semangat kerja karyawan.

Peneliti menemukan, terdapat beberapa poin penting yang dapat dijabarkan lebih lanjut untuk pembahasan yang lebih mendalam.

- a. Pelayanan *servicescape* yang efisien pertama, poin ini menyoroti efisiensi pelayanan *servicescape* yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. Efisiensi ini dapat berasal dari desain ruang pelayanan yang memungkinkan nasabah untuk dengan mudah mengakses layanan, pengelolaan antrian yang efektif, atau penyediaan fasilitas yang mendukung pelayanan yang optimal. Efisiensi ini dapat berdampak positif terhadap kepuasan nasabah karena memberikan pengalaman transaksi yang lancar dan efisien.
- b. Keadilan dan kelayakan dalam *relationship marketing* poin kedua menyoroti pentingnya keadilan dan kelayakan dalam praktik *relationship*

marketing. Keadilan dalam hal ini dapat mencakup perlakuan yang adil terhadap nasabah, penanganan keluhan yang tepat, dan transparansi dalam proses pelayanan. Sementara kelayakan dapat mencakup kemampuan karyawan dalam memberikan informasi yang akurat dan solusi yang tepat terhadap kebutuhan nasabah. Prinsip-prinsip ini dapat memengaruhi konsentrasi karyawan dan semangat kerja mereka, yang pada gilirannya akan mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan.

- c. Penerapan *servicescape* yang meningkatkan kenyamanan nasabah poin terakhir membahas penerapan *servicescape* yang memberikan kenyamanan bagi nasabah. Hal ini dapat mencakup desain ruang tunggu yang nyaman, kebersihan dan kerapian area pelayanan, serta kejelasan informasi yang disediakan. Kenyamanan ini dapat menciptakan persepsi positif dari nasabah terhadap pelayanan yang diberikan dan mempengaruhi tingkat kepuasan mereka.

Dari temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan *servicescape* dan prinsip-prinsip *relationship marketing* yang efisien, adil, dan kenyamanan dapat menciptakan kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. Oleh karena itu, manajemen BPRS Bhakti Sumekar perlu terus memperhatikan dan meningkatkan aspek-aspek tersebut guna meningkatkan kepuasan nasabah dan mempertahankan loyalitas mereka.