

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Loyalitas Nasabah**

##### 1. Pengertian Loyalitas Nasabah

Menurut Fandy Tjiptono yang menyatakan bahwa loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah yang tercermin dari sikap (*attitude*) yang sangat positif dan wujud perilaku (*behavior*) pembelian ulang yang dilakukan oleh nasabah secara konsisten<sup>1</sup>.

Loyalitas nasabah juga menjadi komitmen jangka panjang nasabah yang berwujud dalam perilaku dan sikap yang loyal terhadap perbankan dan produknya dengan cara menggunakan secara teratur dan berulang sehingga perbankan menjadi bagian yang penting dari nasabah.

##### 2. Indikator Loyalitas Nasabah

Terdapat beberapa indikator nasabah yang loyal sebagai berikut <sup>2</sup>:

---

<sup>1</sup> Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta : Andi Ofset, 2012), hal. 110.

<sup>2</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bandung : Ghalia Indonesia, 2010), hal. 104.

1) Melakukan pembelian ulang secara teratur

Loyalitas mengacu pada wujud perilaku dari pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih.

2) Menciptakan citra positif dari mulut ke mulut

Gambaran singkat sebuah perusahaan yang diciptakan melalui pengalaman serta merekomendasikan kepada orang lain sehingga orang tersebut membeli produk atau jasa yang sama.

3) Komitmen Merek

Konsumen akan setia terhadap suatu produk atau perusahaan dan akan kembali membeli produk yang sama diperusahaan tersebut.

3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Ada beberapa alasan yang membuat pelanggan tetap loyal sebagai berikut <sup>3</sup>:

---

<sup>3</sup> Bambang D. Prasetyo, *Public Service Communication (Praktik Komunikasi Dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah-kisah Pelayanan)*, (Malang : UMM Press, 2010), hal. 137-138.

- 1) Nilai (harga dan kualitas), pelanggan tidak akan meninggalkan produk yang diyakini mempunyai kualitas yang baik meski dengan harga yang tinggi akan tetapi sebaliknya jika terjadi penurunan kualitas demi mempertahankan harga pelanggan akan kecewa.
- 2) *Image*, apabila *image* perusahaan dianggap baik maka akan membuat pangsa pasar yang luas dan dapat meningkatkan loyalitas.
- 3) Meyakinkan dan mudah diperoleh, apabila produk di pasar sulit diperoleh maka pelanggan akan mencoba produk lain yang mudah diperoleh.
- 4) Kepuasan, kepuasan pelanggan menjadi tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapan.
- 5) Pelayanan, pelayanan yang baik dapat meningkatkan persepsi kualitas yang tinggi yang akhirnya akan membuat pelanggan menjadi lebih kuat dan loyal.

6) Jaminan, memberikan nilai tambah pada produk yang dihasilkan yang dapat diartikan bahwa perusahaan peduli terhadap pelanggan.

#### 4. Strategi Membangun Loyalitas

Terdapat strategi yang digunakan untuk membangun loyalitas atau disebut dengan roda loyalitas sebagai berikut <sup>4</sup>:

- 1) *Build a foundation for loyalty*, perusahaan perlu membangun pondasi yang solid untuk menciptakan loyalitas pelanggan yang memasukkan portofolio yang benar dalam mengidentifikasi segmen.
- 2) *Create loyalty bonds*, digunakan untuk membangun loyalitas yang sesungguhnya serta memperdalam hubungan dengan melakukan penjualan silang atau menambah nilai melalui loyalty reward dan level ikatan yang lebih tinggi.
- 3) *Reduce churn drivers*, perusahaan perlu mengidentifikasi faktor-faktor yang dihasilkan dari churn yang membuat kehilangan pelanggan dan menggantikannya dengan pelanggan baru.

---

<sup>4</sup> Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*, (Bandung : Alfabeta, 2015), hal. 66-67.

## **B. Kualitas Kredit**

### 1. Pengertian Kredit

Kata kredit berasal dari bahasa latin yaitu *credere* yang artinya kepercayaan atau *credo* yang berarti saya percaya. Sedangkan pengertian kredit menurut Pedoman Akuntansi Perbankan Indonesia (PAPI) adalah penyediaan uang atau tagihan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam (debitur) untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah imbalan atau pembagian hasil keuntungan<sup>5</sup>.

Jadi kredit dan kepercayaan dapat diibaratkan dengan sekeping mata uang logam yang tidak dapat dipisahkan karena tidak akan terjadi pemberian pinjaman tanpa adanya rasa kepercayaan dan rasa kepercayaan itu sesuatu yang mahal harganya.

Hal ini sebagaimana yang telah Allah SWT firmankan dalam Al-Qur'an surat Al-Hadid ayat 11:

---

<sup>5</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Perkreditan*, (Bandung : Alfabeta, 2014), hal. 2-3.

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضْعِفَهُ لَهُ وَلَهُ أَجْرٌ كَرِيمٌ

*Artinya: “Barang siapa meminjamkan kepada Allah dengan pinjaman yang baik, maka Allah akan mengembalikannya berlipat ganda untuknya dan baginya pahala yang mulia”. (Q.S. Al-Hadid: 11)<sup>6</sup>*

Dalam memberikan jumlah kredit yang disalurkan harus diikuti dengan kualitas kredit atau dapat diartikan semakin berkualitas kredit yang diberikan atau memang layak untuk disalurkan akan memperkecil risiko kredit bermasalah. Perbankan dihadapkan kepada prinsip kehati-hatian bank dalam menyalurkan kredit, oleh sebab itu keputusan pemberian kredit perlu memperhatikan kualitas kreditnya agar tidak terjadi kredit bermasalah. Untuk menjaga agar kredit yang disalurkan tidak menimbulkan masalah pihak perbankan perlu memperhatikan hal-hal berikut yaitu <sup>7</sup>:

- 1) Tingkat perolehan laba, jumlah perolehan laba harus memenuhi ketentuan yang berlaku yang diperoleh atas penyaluran kredit.

---

<sup>6</sup> Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur’an Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahnya (Bandung: Diponegoro: 2005), hal. 430.

<sup>7</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 113-114.

2) Tingkat risiko, dalam hal ini perlu diperhatikan tingkat risiko yang akan dihadapi terhadap kemungkinan melesetnya perolehan laba bank dari kredit yang disalurkan.

## 2. Unsur-unsur Kredit

Dalam memberikan fasilitas kredit kepada debitur terdapat unsur-unsur kredit yaitu <sup>8</sup>:

### 1) Kepercayaan

Kepercayaan yaitu keyakinan pemberi kredit (bank) yang diberikan berupa uang, barang atau jasa yang akan benar-benar diterima kembali di masa tertentu atau di masa datang. Kepercayaan juga merupakan sesuatu yang paling utama dari unsur kredit karena tanpa adanya rasa saling percaya antara kreditur dan debitur maka akan sangat sulit terwujud suatu sinergi kerja yang baik. Kepercayaan yang diberikan oleh bank sebelum dana disalurkan, bank sudah melakukan penelitian dan penyelidikan yang mendalam tentang nasabah. Tujuan dari penelitian dan penyelidikan

---

<sup>8</sup> Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), hal. 87-88.

ini yaitu untuk mengetahui kemauan dan kemampuan nasabah dalam membayar kredit.

## 2) Kesepakatan

Selain unsur kepercayaan terdapat juga unsur kesepakatan antara kreditur dan debitur. Kesepakatan ini dilakukan dalam suatu perjanjian dimana masing-masing kedua belah pihak (kreditur dan debitur) menandatangani hak dan kewajibannya masing-masing.

## 3) Jangka Waktu

Waktu adalah bagian yang paling sering dijadikan kajian oleh pihak analisis kredit karena bagi pihak kreditur saat menyerahkan uang kepada debitur maka harus diperhitungkan juga saat pembayaran kembali yang akan dilakukan oleh debitur yang mencakup masa pengembalian kredit yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Jangka waktu tersebut bisa dalam bentuk jangka pendek, jangka menengah atau jangka panjang.

## 4) Risiko

Risiko dapat terjadi apabila adanya suatu tenggang waktu pengembalian yang akan menyebabkan timbulnya



kredit macet. Semakin panjang jangka waktu suatu kredit maka semakin besar risiko tidak tertagih. Hal tersebut menyangkut dengan lamanya waktu pemberian kredit yang menyebabkan naiknya tingkat risiko yang timbul karena kedua belah pihak menginginkan adanya ketepatan waktu dalam proses pemberian kredit. Lamanya proses pemberian kredit tidak terlepas dari berbagai masalah yang menyangkut dengan kajian dan analisis apakah kredit tersebut layak untuk diberikan dan ukuran kelayakannya sejauh mana untuk dapat dicairkan. Faktor risiko kerugian dapat diakibatkan oleh 2 hal yaitu, risiko kerugian yang diakibatkan nasabah sengaja tidak mau membayar kreditnya padahal mampu dan risiko kerugian yang diakibatkan karena nasabah tidak sengaja seperti terkena musibah bencana alam atau bangkrutnya usaha nasabah tanpa ada unsur kesengajaan. Risiko ini menjadi tanggungan bank baik risiko yang disengaja maupun risiko yang tidak disengaja.

### 5) Balas Jasa

Dalam pemberian fasilitas kredit bank tentu mengharapkan suatu keuntungan dalam jumlah tertentu. Keuntungan dari pemberian suatu kredit atau jasa tersebut dikenal dengan bunga bagi bank konvensional. Balas jasa dalam bentuk bunga dan biaya administrasi kredit merupakan keuntungan bank sedangkan bagi bank berdasarkan prinsip syariah balas jasa ditentukan dengan bagi hasil.

### 3. Jaminan Kredit

Ketidakmampuan nasabah dalam melunasi kreditnya dapat ditutupi dengan adanya suatu jaminan kredit. Fungsi dari jaminan kredit yaitu untuk mengikat nasabah agar dapat melunasi utang-utangnya mengingat jaminan kredit akan disita oleh bank apabila nasabah tidak mampu membayar atau bisa dikatakan jaminan kredit digunakan untuk melindungi bank dari kerugian, bank dapat mempergunakan atau menjual jaminan kredit untuk menutupi kredit yang bermasalah atau

macet. Adapun jaminan yang dapat dijadikan jaminan kredit oleh nasabah yaitu <sup>9</sup>:

1) Dengan jaminan

- a. Jaminan benda berwujud, yaitu barang-barang yang dapat dijadikan jaminan seperti tanah, bangunan, kendaraan bermotor, mesin-mesin atau peralatan, barang dagangan, dan barang-barang berharga lainnya.
- b. Jaminan benda tidak berwujud, yaitu benda-benda yang merupakan surat-surat yang dijadikan jaminan seperti sertifikat tanah, sertifikat saham, sertifikat deposito, sertifikat obligasi, dan surat berharga lainnya.
- c. Jaminan orang, yaitu jaminan yang diberikan kepada seseorang atau perusahaan kepada bank terhadap fasilitas kredit yang diberikan apabila kredit mengalami masalah atau macet, maka orang atau perusahaan yang memberikan jaminan tersebut yang menanggung risikonya.

---

<sup>9</sup> *Ibid*, hal. 93-94.

d. Jaminan asuransi, yaitu bank menjamin kredit kepada pihak asuransi apabila terjadi kehilangan atau kebakaran maka pihak asuransi yang akan menanggung risikonya terutama terhadap fisik objek kredit seperti kendaraan, gedung, dan lain-lain.

## 2) Tanpa jaminan

Kredit tanpa jaminan yaitu kredit yang diberikan bukan dengan jaminan barang tertentu. Biasanya kredit ini diberikan untuk perusahaan yang benar-benar *bonafit* dan profesional karena kredibilitas perusahaan dapat dipercaya sehingga kemungkinan kecil dapat terjadi kredit bermasalah atau macet. Kredit tanpa jaminan juga dapat diberikan hanya dengan penilaian terhadap prospek usahanya atau dengan pertimbangan untuk pengusaha-pengusaha ekonomi lemah.

## 4. Kolektibilitas Kredit

Kata kolektibilitas berasal dari bahasa Inggris yaitu *collectible* yang artinya dapat ditagih. Jadi kolektibilitas adalah piutang yang dapat ditagih oleh perusahaan kepada

pembeli sebagai akibat dari transaksi penjualan secara kredit atau dapat diartikan juga sebagai penggolongan kredit atau pinjaman dengan membagi atau memisahkan kredit berdasarkan kelancaran atau ketidak lancaran pengembalian kredit atau pinjaman. Kredit yang diberikan oleh bank yaitu untuk memperoleh penghasilan yang sesuai dengan fungsinya. Oleh sebab itu bank memiliki kewajiban untuk menjaga kualitas kredit yang diberikan atas dasar penggolongan kolektibilitasnya.

Tujuan yang ingin dicapai dari tingkat kolektibilitas kredit yaitu untuk mengetahui apakah kredit jangka panjang dan jangka pendek yang dilakukan bank berjalan baik atau tidak berdasarkan kolektibilitas atas surat-surat berharga, penempatan dana serta penyertaan modal. Selain itu tingkat kolektibilitas digunakan untuk mengukur kebijakan penempatan harta yang memberikan pendapatan bagi bank dari dana-dana yang menganggur.

Hal ini sebagaimana yang telah Allah SWT firmankan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 280:

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۗ وَإِنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

*Artinya: “Dan jika (orang berutang itu) dalam kesulitan, maka berilah tenggang waktu sampai dia memperoleh kelapangan. Dan jika kamu menyedekahkan, itu lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui”.* (Q.S. Al-Baqarah: 280)<sup>10</sup>

Berdasarkan peraturan Bank Indonesia (BI) No. 7/2/PBI/2005, Surat Edaran BI No. 7/3/DPNP tanggal 31 januari 2005 terdapat 5 kategori kualitas kredit yaitu <sup>11</sup>:

1) Kolektibilitas Kredit Dikatakan Lancar

Mengindikasikan bahwa debitur melakukan pembayaran angsuran pokok dengan tepat waktu tidak pernah mengalami keterlambatan atau tunggakan dalam hal pembayaran, memiliki mutasi rekening yang aktif dan bagian kredit yang dijamin dengan agunan tunai (*cash collateral*). Tipe debitur seperti ini tidak akan memiliki kesulitan dalam mendapatkan fasilitas pinjaman dari lembaga pembiayaan yang diajukannya.

---

<sup>10</sup> Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur’an Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro: 2005), hal. 37.

<sup>11</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 117-118.

## 2) Kolektibilitas Kredit Dikatakan Dalam Perhatian Khusus

Mengindikasikan bahwa debitur dalam melakukan pembayaran angsuran pokok terdapat tunggakan pembayaran sampai dengan 90 hari, masih digolongkan lancar tetapi mulai memiliki mutasi rekening relatif aktif yang didukung dengan melakukan pinjaman baru dan jarang terjadi pelanggaran terhadap kontrak yang diperjanjikan.

## 3) Kolektibilitas Kredit Dikatakan Kurang Lancar

Mengindikasikan bahwa debitur terdapat tunggakan pembayaran angsuran pokok yang telah melewati 90 hari, terjadi pelanggaran terhadap kontrak yang diperjanjikan lebih dari 90 hari, memiliki frekuensi mutasi rekening relatif rendah, memiliki dokumen pinjaman yang lemah dan terdapat indikasi masalah keuangan yang dihadapi debitur.

## 4) Kolektibilitas Kredit Dikatakan Diragukan

Mengindikasikan bahwa debitur terdapat tunggakan pembayaran angsuran pokok yang telah melewati 180 hari, terjadi cerukan (perpanjangan kredit dari bank yang

diberikan ketika saldo dalam rekening mencapai nol) yang permanen, terjadi wanprestasi (pelaksanaan kewajiban yang tidak dipenuhi oleh debitur) yang lebih dari 180 hari, dan memiliki dokumen hukum yang lemah baik untuk perjanjian kredit maupun pengikatan jaminan.

#### 5) Kolektibilitas Kredit Dikatakan Macet

Mengindikasikan bahwa debitur terdapat tunggakan pembayaran angsuran pokok yang telah melewati 270 hari, jaminan tidak dapat dicairkan pada nilai wajar baik dari segi hukum maupun dari segi kondisi pasar dan kerugian operasional ditutup sementara dengan pinjaman baru tetapi dengan kondisi tersebut akan membuat debitur kesulitan untuk mendapatkan kembali fasilitas pinjaman dana dari pihak bank.

#### 5. Pengertian Pembiayaan

Menurut UU No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan



uang atau tagihan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Pembiayaan merupakan aktivitas yang sangat penting karena dengan adanya pembiayaan akan diperoleh pendapatan utama dan menjadi penunjang keberlangsungan usaha bank. Sebaliknya jika pengelolaan pembiayaan tidak baik maka akan menimbulkan permasalahan dan berhentinya usaha bank<sup>12</sup>.

Dalam perbankan konvensional penyaluran dananya dikenal dengan nama kredit sedangkan dalam bank syariah kegiatan penyaluran dananya adalah pembiayaan. Perbedaan antara kredit yang diberikan oleh bank konvensional dan pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah terletak pada keuntungan yang diharapkan. Bagi bank berdasarkan prinsip konvensional mengharuskan debitur mengembalikan pinjaman dengan pemberian bunga kepada bank atau keuntungannya diperoleh melalui bunga. Sedangkan bagi bank berdasarkan prinsip syariah pengembalian

---

<sup>12</sup> *Ibid*, hal. 81.

pembiayaannya dengan sistem bagi hasil berdasarkan kesepakatan antara bank dan debitur.

### **C. Kualitas Pelayanan**

#### **1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kata kualitas (*quality*) diartikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu kadar atau derajat atau taraf seperti kepandaian, kecakapan dan sebagainya. Sedangkan pelayanan (*service*) diartikan sebagai cara melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang) dengan kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Jadi kualitas pelayanan adalah tingkat baik buruknya cara melayani kebutuhan orang lain atau konsumen yang berhubungan dengan jual beli barang atau jasa.

Menurut Gaspersz, kualitas adalah sejumlah keistimewaan produk baik keistimewaan langsung maupun tidak langsung yang memenuhi keinginan pelanggan dan memberikan kepuasan atas penggunaan produk atau bisa dikatakan juga segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan. Sedangkan menurut Warela pelayanan adalah

suatu perbuatan, kinerja, atau usaha yang menunjukkan pentingnya penerima jasa pelayanan yang aktif di dalam produksi atau proses pelayanan itu sendiri<sup>13</sup>.

Hal ini sebagaimana yang telah Allah SWT firmankan dalam Al-Qur'an surah Al-Imron ayat 159:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّنتَ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ  
لَأَنْفَضُوا<sup>ا</sup> مِنْ حَوْلِكَ<sup>ط</sup> فَاعْفُ عَنْهُمْ<sup>ط</sup> وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَشَاوِرْهُمْ فِي  
الْأَمْرِ<sup>ط</sup> فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ<sup>ج</sup> إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ<sup>ط</sup>

*Artinya: “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah mereka ampunan untuk mereka dan bermusyawarahkanlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad maka bertawakallah kepada Allah, Sungguh Allah mencintai orang yang bertawakal (Q.S. Al-Imron: 159)”<sup>14</sup>*

Kualitas pelayanan bukan hanya ditentukan dengan ukuran dari pihak yang melayani tetapi pihak yang dilayani

---

<sup>13</sup> Zaenal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan Publik*, (Bandung : CV. Pustaka Setia, 2018), hal. 105.

<sup>14</sup> Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro: 2005), hal. 56

menjadi ukuran yang lebih berdasarkan harapan-harapan dalam pemenuhan kepuasan. Kualitas pelayanan terdiri dari:

1) Kualitas layanan internal

Kualitas layanan internal berhubungan dengan interaksi para pegawai dengan berbagai fasilitas yang tersedia, faktor-faktor penentunya sebagai berikut:

- a. Pola manajemen umum perusahaan
- b. Penyediaan fasilitas pendukung
- c. Pengembangan sumber daya manusia
- d. Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja
- e. Pola intensif

2) Kualitas layanan eksternal

Kualitas layanan eksternal berhubungan dengan pelanggan eksternal, faktor-faktor penentunya sebagai berikut:

- a. Berhubungan dengan penyediaan jasa
- b. Berhubungan dengan penyediaan barang

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived*)

*service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Agar mampu bersaing dan berkembang maka pihak perbankan dituntut untuk memberikan pelayanan jasa yang berkualitas dan dapat memenuhi kebutuhan ataupun keinginan nasabah. Supranto mengemukakan 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu <sup>15</sup>:

1) *Tangible* (Bukti Langsung)

*Tangible* atau bukti langsung adalah kualitas pelayanan yang diperlihatkan secara aspek fisik atau bukti langsung kepada nasabah seperti tampilan fasilitas fisik yang meliputi peralatan, *lay-out*, perlengkapan ruangan dan hal-hal yang dapat diamati dengan mudah oleh nasabah. Dapat diartikan juga *tangible* atau bukti langsung yaitu pelayanan yang dirasakan langsung oleh nasabah yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan prestasi kerja perusahaan sehingga mampu menghasilkan kualitas pelayanan yang baik terhadap nasabah.

---

<sup>15</sup> Ujang Sumarwan, dkk, *Riset Pemasaran dan Konsumen*, (Kampus IPB Taman Kencana Bogor : PT Penerbit IPB Press, 2011), hal. 236.

Bentuk pelayanan *tangible* atau bukti langsung dalam perusahaan biasanya berupa cara memaksimalkan kondisi, fasilitas, kemampuan maupun perangkat lainnya sehingga dapat menghasilkan timbal balik secara baik yang dapat dirasakan oleh perusahaan maupun nasabah. Dalam kualitas layanan secara *tangible* atau bukti langsung dapat dilihat dari lingkungan kerjanya sebagai berikut:

- a. Kemampuan menunjukkan prestasi kerja pelayanan dalam menggunakan alat dan perlengkapan kerja secara efisien dan efektif
- b. Kemampuan menunjukkan penguasaan teknologi dalam berbagai akses data
- c. Kemampuan menunjukkan integritas diri sesuai dengan penampilan yang menunjukkan kecakapan, kewibawaan dan bekerja dengan memberikan usaha yang maksimal dengan sepenuh hati.

2) *Emphaty* (Perhatian)

*Emphaty* atau perhatian adalah kualitas pelayanan dengan memberikan perhatian dan pengertian secara

khusus oleh perusahaan kepada nasabah yang ditandai dengan tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Ketika nasabah membutuhkan pelayanan dari perusahaan maka perusahaan memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya dan nasabah juga harus dapat memahami atau mengerti dengan kondisi yang ada di perusahaan dengan tidak memaksakan kehendak secara berlebihan. Terdapat beberapa gabungan dimensi *emphaty* atau perhatian yaitu:

- a. *Accses* (Akses), terdapat kemudahan untuk mengadakan pendekatan dengan memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- b. *Communication* (Komunikasi), terdapat kemauan dalam memberikan pelayanan dengan mendengarkan masukan dari nasabah dan kemampuan dalam berkomunikasi untuk menyampaikan informasi dari nasabah.
- c. *Understanding The Customer* (Pemahaman Para Pelanggan), terdapat usaha perusahaan untuk

mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan nasabah.

3) *Reliability* (Kehandalan)

*Reliability* atau kehandalan adalah kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan kemampuan dan kecakapan yang dimiliki pegawai mengenai prosedur kerja, mekanisme kerja, dan memberikan arahan yang benar kepada nasabah sehingga memberikan dampak positif untuk perusahaan atas pelayanan tersebut. *Reliability* atau kehandalan dalam memberikan pelayanan dapat dilihat dari kehandalan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki, kehandalan dalam menunjukkan keterampilan menguasai bidang kerja yang diterapkan sesuai dengan *skil* yang dimiliki oleh pegawai, kehandalan dalam menguasai bidang kerja sesuai dengan pengalaman kerja yang ditunjukkan oleh pegawai dan kehandalan dalam menggunakan teknologi kerja yang ada di perusahaan.



4) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

*Responsiveness* atau daya tanggap adalah kualitas pelayanan yang diberikan untuk melayani dan membantu nasabah secara cepat dan tanggap terhadap kebutuhan nasabahnya. Tanggap yang dimaksud yaitu bentuk respon perusahaan terhadap segala hal yang berhubungan dengan nasabah. Dalam hal ini perusahaan harus menerima segala permintaan, keluhan, saran, kritik dan mengerti keinginan nasabah dengan sebaik-baiknya, apabila ada nasabah yang kurang mengerti dengan prosedur yang diterapkan oleh perusahaan maka pegawai harus memberikan pengertian sebaik mungkin sehingga nasabah dapat mengerti dengan prosedur yang diterapkan oleh perusahaan.

5) *Assurance* (Jaminan)

*Assurance* atau jaminan adalah kualitas pelayanan dengan jaminan kepercayaan nasabah terhadap kemampuan dan pengetahuan pegawai dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Dalam hal ini *assurance* atau

jaminan meliputi kemampuan pegawai terhadap pengetahuan produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian, dan kesopanan memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan pegawai dalam menanamkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan. Terdapat beberapa gabungan dimensi *assurance* atau jaminan yaitu:

- a. *Competence* (Kompetensi), pegawai harus memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam memberika pelayanan kepada nasabah.
- b. *Courtesy* (Kesopanan), pegawai memberikan sikap atau perilaku yang ramah, bersahabat, dan tanggap terhadap keinginan nasabah
- c. *Creadibility* (Kreadibiliti), pegawai harus memiliki sikap yang jujur dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah.

Dari kelima faktor dimensi kualitas pelayanan tersebut adanya kesinambungan satu sama dengan lainnya. Ketika faktor dimensi bukti fisik (*tangible*) telah terpenuhi maka akan berpengaruh terhadap faktor dimensi yang lainnya, karena kelima faktor dimensi kualitas pelayanan diibaratkan sebagai bangunan yang saling bersinergi demi terciptanya bangunan yang kokoh. Jika ada salah satu faktor tersebut tidak berjalan, maka akan berpengaruh terhadap yang lainnya sehingga tidak akan terciptanya bangunan yang kokoh.

Dalam melayani nasabah, pegawai harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami yaitu sebagai berikut <sup>16</sup>:

1) Berpakaian dan berpenampilan menarik

Pegawai harus mengenakan pakaian yang sepadan dengan kombinasi yang menarik sehingga terkesan pakaian yang dikenakan oleh pegawai dapat benar-benar memikat nasabah yang akan melakukan transaksi.

---

<sup>16</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 252-254.

- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum

Dalam melayani nasabah pegawai harus memiliki percaya diri yang tinggi, harus bersikap akrab seolah-olah sudah lama kenal dan harus memberikan senyuman dengan raut muka yang menarik hati serta tidak dibuat-buat.

- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama

Pada saat nasabah datang pegawai harus segera menyapa dan apabila sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun, jika belum kenal dapat menyapa dengan panggilan Bapak atau Ibu.

- 4) Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan

Dalam melayani nasabah usahakan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati tamu serta tekun mendengarkan dan berusaha memahami keinginan nasabah.

5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar

Dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, suara yang digunakan harus jelas dan mudah dipahami jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit untuk dipahami oleh nasabah.

6) Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuan

Dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu atau kurang semangat, tunjukkan pelayanan yang prima seolah-olah sangat tertarik dengan keinginan dan kemauan nasabah.

7) Jangan menyela atau memotong pembicaraan

Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan dan hindari kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah. Apabila terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat dengan nasabah.

- 8) Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan

Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal dan pegawai juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

- 9) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan

Jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan maka harus minta bantuan kepada pegawai yang mampu.

- 10) Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani

Jika pada saat tertentu pegawai sedang sibuk dan tidak dapat melayani salah satu nasabah, maka beritahukan segera kepada nasabah kapan akan dilayani.

Dalam melayani nasabah diperlukan sikap yang mampu menarik minat nasabah dalam melakukan transaksi dan nasabah merasa betah, tidak bosan dan tidak merasa tersinggung oleh sikap yang diberikan oleh

pegawai. Dalam hal itu, terdapat beberapa sikap yang harus diteladani oleh pegawai sebagai berikut:

- 1) Beri kesempatan nasabah berbicara untuk mengemukakan keinginannya, dalam hal ini pegawai harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.
- 2) Dengarkan baik-baik, selama nasabah mengemukakan pendapatnya dengarkan dan simak baik-baik tanpa membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah terutama gerakan tubuh yang kurang sopan.
- 3) Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai berbicara, sebelum nasabah selesai bicara pegawai dilarang memotong atau menyela pembicaraan, usahakan nasabah sudah benar-benar selesai bicara baru pegawai menanggapi.
- 4) Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai bicara, pengajuan pertanyaan kepada nasabah baru dapat dilakukan apabila nasabah sudah selesai bicara,

pengajuan pertanyaan hendaknya menggunakan bahasa yang baik, singkat dan jelas.

- 5) Jangan marah dan mudah tersinggung, dalam hal ini cara bicara, sikap atau nada bicara jangan sekali-kali menggunakan nada tinggi dan menyinggung perasaan nasabah, usahakan pegawai tetap sabar dalam melayaninya.
- 6) Jangan berdebat dengan nasabah, jika ada hal-hal yang kurang setuju usahakan beri penjelasan dengan sopan dan jangan sekali-kali berdebat atau memberikan argumen yang tidak dapat diterima oleh nasabah.
- 7) Jaga sikap sopan, ramah dan selalu berlaku tenang, dalam melayani nasabah sikap sopan santun, ramah tamah harus selalu dijaga, emosi harus tetap terkendali dan selalu bersikap tenang dalam menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan.
- 8) Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya, sebaiknya pegawai tidak menangani



tugas-tugas yang bukan menjadi wewenangnya, serahkan kepada pegawai yang berhak sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.

- 9) Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu, dalam hal ini nasabah diberikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan sikap ingin membantu nasabah.

## 2. Prinsip-prinsip penyusunan standar pelayanan

Adapun yang menjadi prinsip-prinsip dalam menyusun standar pelayanan yaitu sebagai berikut:

- 1) Kesederhanaan, yaitu pelayanan yang diberikan tidak menyulitkan, prosedur atau tata cara pelayanan diselenggarakan dengan mudah, lancar, cepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan bagi nasabah.
- 2) Kejelasan dan kepastian, dalam hal ini kejelasan dan kepastian mencakup beberapa hal yaitu:
  - a. Persyaratan teknis dan administrasi pelayanan
  - b. Prosedur dan tata cara pelayanan

- c. Unit kerja atau pegawai yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan dalam pelaksana pelayanan
  - d. Rincian biaya atau tarif pelayanan dan tata cara pembayarannya
- 3) Ketepatan waktu pelayanan, yaitu kemampuan pegawai untuk menyelesaikan pelayanan dengan waktu proses yang lebih cepat sehingga dapat meminimkan waktu tunggu nasabah.
  - 4) Akurasi pelayanan, yaitu hasil pelaksanaan pelayanan yang efektif dan efisien sehingga dapat diterima dengan benar, tepat dan bebas dari kesalahan.
  - 5) Keamanan, yaitu proses dari pelaksanaan pelayanan yang memberikan rasa aman, kenyamanan serta memberikan kepastian hukum.
  - 6) Tanggung jawab, yaitu pemimpin bertanggung jawab atas persoalan dalam pelaksanaan pelayanan dan penyelesaian keluhan dari nasabah.

- 7) Kelengkapan sarana dan prasarana, yaitu tersedianya sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja dan pendukung lainnya seperti penyediaan sarana teknologi.
- 8) Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu tersedianya jumlah pegawai dalam melayani, administrasi, fasilitas pendukung seperti komputer untuk memproses data dan lain-lain.
- 9) Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan, yaitu terkait dalam memberikan pelayanan pegawai harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah serta memberikan pelayanan dengan ikhlas terutama bagi pegawai yang berada di garis depan yang secara langsung berinteraksi dalam melayani nasabah.
- 10) Kenyamanan yaitu lingkungan tempat pelaksanaan pelayanan harus tertib, teratur, tersedianya ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi fasilitas pendukung pelayanan seperti parkir, toilet, tempat ibadah dan lain sebagainya.

### 3. Komponen-komponen Penyelenggaraan pelayanan

Ada beberapa komponen dalam melakukan penyelenggaraan pelayanan yaitu:

- 1) Dasar hukum, terdapat peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar penyelenggaraan pelayanan. Dasar hukum tentang perbankan syariah tertera dalam UU 21 tahun 2008 dengan tujuan untuk memberikan keyakinan pada masyarakat yang masih meragukan pelayanan operasional perbankan syariah.
- 2) Persyaratan, terdapat dokumen atau hal lain yang harus dipenuhi dalam pengurusan melakukan suatu pelayanan baik persyaratan teknis maupun administratif.
- 3) Sistem, mekanisme dan prosedur, yaitu tata cara pelayanan yang telah dibakukan bagi pegawai dan nasabah termasuk pengaduan yang dilakukan oleh nasabah.
- 4) Jangka waktu penyelesaian, yaitu jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan seluruh proses pelayanan.

- 5) Biaya atau tarif, yaitu ongkos yang dikenakan kepada nasabah yang ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara pegawai dan nasabah dalam mengurus dan memperoleh pelayanan.
- 6) Produk pelayanan, yaitu hasil pelayanan yang diberikan dan diterima sesuai ketentuan yang telah ditetapkan.
- 7) Sarana dan prasarana, yaitu peralatan dan fasilitas yang diperlukan dalam penyelenggaraan pelayanan.
- 8) Kompetensi pegawai, yaitu kemampuan yang harus dimiliki oleh pegawai meliputi pengetahuan, keahlian, keterampilan dan pengalaman.
- 9) Pengawasan internal, yaitu sistem pengendalian intern dan pengawasan langsung yang dilakukan oleh pimpinan atau atasan.
- 10) Penanganan pengaduan, saran dan masukan, yaitu tata cara pelaksanaan dalam menangani pengaduan, saran dan masukan dari nasabah.

- 11) Jumlah pegawai, yaitu tersedianya pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan kemampuan atau keahliannya.
- 12) Jaminan pelayanan, yaitu memberikan kepastian kepada nasabah bahwa pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan standar pelayanan yang baik.
- 13) Jaminan keamanan dan keselamatan pelayanan, yaitu pegawai memberikan komitmen untuk memberikan rasa aman, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan kepada nasabah.
- 14) Evaluasi kinerja pelaksana, yaitu penilaian untuk mengetahui seberapa jauh pegawai dalam melakukan pelayanannya apakah sudah sesuai dengan standar pelayanan atau belum.

#### **D. Tinjauan Terhadap Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Vidya Meta Yunika pada tahun 2013, yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty*) Terhadap Kepuasan Konsumen”. Penelitian ini

menggunakan analisis regresi berganda yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah variabel *emphaty* yaitu 0,312, variabel *responsiveness* yaitu 0,238, variabel *assurance* yaitu 0,145, variabel *tangible* yaitu 0,140 dan variabel *realibility* yaitu 0,115. Hasil uji t juga membuktikan bahwa semua variabel independen mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi (adjusted  $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,451 yang berarti 45,1% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* sisanya 54,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Saidah Mushoffa Rohmah pada tahun 2017, yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembiayaan Pada Anggota BMT Buara Mulur Sukaharjo”. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan pada BMT Buana

Sukoharjo yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,933 > 1,990$  dan  $p\text{-value} < \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$ . Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan pada BMT Buana Sukoharjo ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $6,456 > 1,990$  dan  $p\text{-value} < \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$ .

3. Penelitian yang dilakukan oleh Azka Al Afifah 2016, yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang)”. Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan deskriptif kuantitatif yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Raden Yogi Arieffiandi, Muhammad Firdaus dan Hendro Sasongko pada tahun 2016, yang berjudul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kolektibilitas Pembiayaan Sektor UMKM (Studi Kasus: Bank



Syariah XYZ Kantor Cabang Jakarta Barat)”. Penelitian ini menggunakan regresi logistik yang menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kolektibilitas pembiayaan oleh nasabah Bank Syariah XYZ adalah jenis akad pembiayaan, tingkat *equivalent rate margin* atau bagi hasil, sektor ekonomi dan nilai Altman Z-Score perusahaan. Analisis lingkungan eksternal dan lingkungan internal diperoleh faktor-faktor strategi *screening* lebih detail pada saat melakukan pencairan agar persyaratan yang memaksimalkan peraturan internal yang ada terkait pemberian fasilitas pembiayaan.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Beno Saputra pada tahun 2019, yang berjudul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kolektibilitas Nasabah Dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Likuiditas Pada Bank Syariah (Studi Di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Lampung)”. Penelitian ini menggunakan deduktif kualitatif yang menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kolektibilitas nasabah dalam upaya meningkatkan likuiditas di BSM KC Bandar Lampung dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal yang berasal

dari pegawai bank yang berhubungan erat dengan penyelenggara kolektibilitas dan faktor eksternal yang berasal dari kemampuan nasabah secara pribadi dan faktor lingkungan di dalamnya. Kolektibilitas yang dilakukan BSM KC Bandar Lampung telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam dan upaya yang dilakukan oleh pihak BSM KC Bandar Lampung yaitu memberikan kelonggaran kepada nasabah yang mengalami kesulitan pembayaran.

#### **E. Hipotesis**

Hipotesis berasal dari kata *hypo* yang artinya sebelum dan *thesis* yang artinya pernyataan yang pada waktu diungkapkan diketahui kebenarannya, tetapi memungkinkan untuk diuji dalam kenyataan empiris<sup>17</sup>. Hipotesis memungkinkan kita menghubungkan teori dengan pengamatan atau pengamatan teori. Hipotesis mengemukakan “pernyataan tentang harapan penelitian mengenai hubungan-hubungan antara variabel-variabel didalam persoalan”. Berikut hipotesis dalam penelitian ini :

---

<sup>17</sup> Uma Sekaran dan Roger Bougie, *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Buku 1*, (Jakarta Selatan : Selemba Empat, 2017), hal. 94

1.  $H_0$  = Diduga tidak ada pengaruh dimensi Bukti Langsung (*Tangible*) terhadap Komitmen Nasabah Menjaga Kolektibilitas Pembiayaan Pada Bank BTN Syariah KC Serang.

$H_1$  = Diduga ada pengaruh dimensi Bukti Langsung (*Tangible*) terhadap Komitmen Nasabah Menjaga Kolektibilitas Pembiayaan Pada Bank BTN Syariah KC Serang.

2.  $H_0$  = Diduga tidak ada pengaruh dimensi Perhatian (*Emphaty*) terhadap Komitmen Nasabah Menjaga Kolektibilitas Pembiayaan Pada Bank BTN Syariah KC Serang.

$H_2$  = Diduga ada pengaruh dimensi Perhatian (*Emphaty*) terhadap Komitmen Nasabah Menjaga Kolektibilitas Pembiayaan Pada Bank BTN Syariah KC Serang.

3.  $H_0$  = Diduga tidak ada pengaruh dimensi Keandalan (*Reliability*) terhadap Komitmen Nasabah Menjaga Kolektibilitas Pembiayaan Pada Bank BTN Syariah KC Serang.

$H_3$  = Diduga ada pengaruh dimensi Keandalan (*Reliability*) terhadap Komitmen Nasabah Menjaga Kolektibilitas Pembiayaan Pada Bank BTN Syariah KC Serang.

4.  $H_0$  = Diduga tidak ada pengaruh dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) terhadap Komitmen Nasabah Menjaga Kolektibilitas Pembiayaan Pada Bank BTN Syariah KC Serang.

$H_4$  = Diduga ada pengaruh dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) terhadap Komitmen Nasabah Menjaga Kolektibilitas Pembiayaan Pada Bank BTN Syariah KC Serang.

5.  $H_0$  = Diduga tidak ada pengaruh dimensi Jaminan (*Assurance*) terhadap Komitmen Nasabah Menjaga Kolektibilitas Pembiayaan Pada Bank BTN Syariah KC Serang.

$H_5$  = Diduga ada pengaruh dimensi Jaminan (*Assurance*) terhadap Komitmen Nasabah Menjaga Kolektibilitas Pembiayaan Pada Bank BTN Syariah KC Serang.