

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Dan Perkembangan Bank Syariah Mandiri.

Bank Syariah Mandiri (BSM) adalah salah satu bank syariah yang lahir sejak tahun 1999, yang merupakan hikmah dari krisis yang melanda Indonesia sejak tahun 1997. Krisis yang melanda Indonesia berawal dari krisis moneter yang berlanjut dengan krisis politik nasional hingga krisis kepercayaan yang akhirnya disebut dengan multi krisis. Krisis ini telah menimbulkan dampak yang cukup besar kepada hampir seluruh sendi-sendi kehidupan masyarakat Indonesia tidak terkecuali dunia usaha. Industri perbankan Indonesia yang didominasi oleh bank konvensional juga mengalami krisis yang luar biasa, hingga memaksa pemerintah melakukan restrukturisasi dan rekapitalisasi sebagian bank di Indonesia.

Cikal bakal lahirnya Bank Syariah Mandiri adalah dari PT. Bank Susila Bakti (BSB), yang merupakan milik dari yayasan kesejahteraan karyawan PT. Bank Dagang dan PT mahkota Prestasi, kedua perusahaan ini juga mengalami krisis. Pemerintah mengambil kebijakan dalam upaya mengatasi krisis khusus perbankan adalah dengan merger beberapa bank nasional. Kebijakan pemerintah diantaranya adalah merger empat bank yaitu PT Bank Dagang, PT Bank Bumi Daya, PT. Bank Exim dan PT Bapindo. Keempat tersebut dimerger menjadi satu dengan nama PT. Bank Mandiri. Lahirnya PT Bank Mandiri, juga membawa angin segar bagi PT.BSB, dimana perusahaan ini memperoleh pemilik baru yaitu PT. Bank Mandiri. (Persero).¹

PT. Bank Mandiri (Persero) yang dalam proses merger dan melakukan konsolidasi, disamping itu juga membentuk tim pengembangan perbankan syariah. Tim yang dibentuk ini bertugas untuk mengembangkan layanan

¹ Buku Laporan Tahunan PT Bank Syariah Mandiri 2005, h 19

perbankan syariah di Mandiri Group. Kebijakan ini merupakan respon terhadap diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang kepada bank umum atau bank konvensional melayani transaksi syariah (*Dual Banking System*).

Tim pengembangan layanan syariah dari Mandiri Group menemukan momemtum yang tepat untuk mengkonversi PT. Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Tim ini juga mempersiapkan sistem dan infrastruktur hingga kegiatan PT. Bank Susila Bakti berubah dari bank konvensional menjadi bank syariah. PT. Bank Susila bakti diganti namanya dengan PT Bank Syariah Mandiri dengan akta notaris Sutjipto, SH No. 23 Tahun 1999. Selanjutnya dikukuhkan dengan Sk Gubernur Bank Indonesia No. 1/24/KEP.BI/1999, yaitu perubahan dari bank konvensional menjadi bank umum syariah. Perubahan nama dari PT. Bank Susila Bakti menjadi Bank Syariah Mandiri ditetapkan dengan Sk Deputi Gubernur Senior No. 1/1 Kep.DGS/1999, akhirnya Bank Syariah Mandiri secara resmi beroperasi mulai tanggal 25 Rajab 1420 H atau bertepatan dengan tanggal 1 November 1999 M.

Bank Syariah Mandiri dari tahun-ketahun terus mengembangkan diri dan berusaha untuk mewujudkan visi yang telah ditetapkan yaitu "menjadi bank syariah terpercaya pilihan mitra usaha". Bank Syairah Mandiri juga berusaha mengembangkan diri di segala bidang baik intra bank maupun ekstra, yang tetap berorientasi kepada misi perusahaan yaitu :

1. Menciptakan suasana pasar perbankan syariah agar dapat berkembang dengan mendorong terciptanya syarikat dagang yang terkoordinasi dengan baik.
2. Mencapai pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan melalui sinergi dengan mitra strategis agar menjadi bank syariah yang terkemuka di Indonesia yang mampu meningkatkan nilai bagi para pemegang saham dan memberi kemaslahatan bagi masyarakat luas.

3. Mempekerjakan pegawai yang profesional dan sepenuhnya mengerti operasional perbankan syariah.
4. Menunjukkan komitmen terhadap standar kinerja operasional perbankan dengan pemanfaatan teknologi mutakhir, serta memegang teguh prinsip keadilan, keterbukaan dan kehati-hatian.
5. Mengutamakan mobilisasi pendanaan dari golongan masyarakat menengah dan ritel memperbesar portofolio pembiayaan untuk skala menengah dan kecil serta mendorong tewujudnya manajemen *zakat, infak dan sadaqah* yang efektif sebagai cerminan kepedulian sosial.
6. Meningkatkan permodalan sendiri dengan megundang perbankan lain, segenap lapisan masyarakat serta *investor* asing.²

Usaha dan kegiatan pengembangan itu terlihat dari berbagai hasil yang telah dicapai, diantaranya terjadi peningkatan aset dari tahun ketahun, peningkatan pangsa pasar. Dalam upaya peningkatan pangsa pasar, hingga dapat melayani nasabah diberbagai daerah Bank Syariah Mandiri hingga akhir tahun 2005 telah memiliki 164 kantor. Dari 164 kantor 55 kantor cabang, 55 kantor cabang pembantu dan 54 kantor kas.³ Kantor-kantor Bank Syariah Mandiri ini telah tersebar di 28 propinsi di seluruh Indonesia mulai dari Nangro Aceh Darussalam sampai ke Propinsi Papua.

Bank Syariah Mandiri untuk wilayah Medan juga telah dibuka sejak tahun 1999, hingga saat ini telah memiliki satu kantor cabang yang berada di Jln. Jend.Achmad Yani No. 100 Medan. Untuk membantu opsionalnya dan melayani masyarakat Kota Medan, Bank Syariah Mandiri cabang Medan telah membuka kantor-kantor pembantu yang tersebar di beberapa wilayah kota Medan. Kontor-kantor tersebut berlokasi di; Aksara, Jln G. Krakatau, Medan baru, Setia Budi dan Belawan.

² Buku Lapran Tahunan BSM, tahun 2005 h. 3

³ Wawancara dengan pihak BSM tanggal 5 Januari 2006



B. Pengembangan Sumber Daya Insani.

Sumber Daya Manusia (SDM) pada setiap instansi, perusahaan, organisassi dan lain-lain merupakan elemen atau bagian yang sangat penting dan menentukan. Manusia dalam instansi, perusahaan dan organisasi pada hakikatnya adalah sebagai subjek sekaligus sebagai objek dalam kegiatan. Perusahaan apapun bila ingin maju dan berkembang secara mutlak harus mengembangkan sumber daya manusia yang terlibat dalam perusahaan itu, sehingga setiap orang yang ada dalam perusahaan bekerja dengan berorientasi kepada tujuan perusahaan itu.

Bank Syariah Mandiri yang merupakan bank yang beroperasi berdasarkan ajaran Islam menyebut Sumber Daya Manusia dengan istilah Sumber Daya Insani (SDI). Sumber daya insani sebagai aset perusahaan yang terus dikembangkan, pihak manajemen Bank Syariah Mandiri selalu melakukan perbaikan yang berkesinambungan guna meningkatkan kualitas dan kesejahteraan mereka. Dalam rangka mewujudkan usaha ini pihak Manajemen Bank Syariah Mandiri telah menerapkan strategi dan perencanaan yang baik dengan dedikasi yang tinggi.⁴

Pihak Bank Syariah Mandiri yakin bahwa kualitas sumber daya insani akan memberi pengaruh yang signifikan prestasi perusahaan. Keyakinan inilah yang mendorong pihak manajemen Bank Syariah Mandiri berusaha untuk mengelola Sumber Daya Insani terbaik (*best performers*), dan merekrut Sumber Daya Insani potensial (*best talent*), guna mendukung rencana Bank Syariah Mandiri sebagai bank syariah nasional yang terkemuka.

Mengelola *Sumber Daya Insani potensial (best talent)* agar menjadi *SDI yang terbaik (best performers)* yang memiliki kompetensi, dedikasi, dan loyalitas dan daya juang yang tinggi, membutuhkan strategi yang komprehensif dan integral dengan rencana bisnis Bank Syariah Mandiri. Adapun sepanjang tahun 2005 pihak manajemen BSM telah melakukan kegiatan sebagai berikut :

⁴ Buku laporan Tahunan BSM 2005 h. 55



1. Pemenuhan Pegawai.

Pemenuhan atau pengadaan Sumber Daya Manusia merupakan bagian penting dalam kegiatan manajemen, sebab jumlah yang cukup akan memberikan dampak yang positif terhadap kinerja perusahaan.⁵ Bank Syariah Mandiri berupaya untuk memenuhi sumber daya insani dengan cara merekrut sumber daya potensial (best talent) dari dalam dan luar perusahaan..

Tahun 2005 Bank Syariah Mandiri telah merekrut SDI sebanyak 403 orang dengan kualifikasi yang sesuai untuk mendukung kebutuhan bisnis BSM. Karyawan BSM hingga tahun 2005 telah berjumlah 2127 orang yang ditempatkan di berbagai kantor cabang, kantor cabang pembantu dan kantor-kantor kas di seluruh Indonesia. Jumlah karyawan atau SDI pada tahun 2005 mengalami peningkatan sebesar 11 % dibandingkan dengan tahun 2004 yang baru berjumlah 1913 orang. Proses rekrutmen ini dilakukan secara terbuka, dengan menginformasikan melalui media massa dan situs BSM dengan kode akses WWW. Syariahmandiri.CO,Id , plasment.

2. Pendidikan dan Pelatihan.

Pengembangan sumber daya insani yang dilakukan oleh pihak manajemen BSM dilakukan dalam bentuk pendidikan dan pelatihan. Dalam mengelola pendidikan dan pelatihan mulai tahun 2005 BSM telah menerbitkan *Training Master Plan* , sebagai pedoman memberikan peta yang lebih jelas dan transparan kepada seluruh karyawan, terhadap arah dan tujuan pengembangan sumber daya insani. Training Master Plan memuat program-program pendidikan dan pelatihan yang mendukung peningkatan kompetensi dan karakter guna tercapainya strategi bisnis perusahaan.

120/TS/2010

⁵ Tismanawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Kencana, 2005) h. 196

Focus pendidikan dan pelatihan yang diadakan dalam upaya memenuhi kompetensi dasar karyawan Bank Syariah Mandiri. Pada tahun 2005 telah menyelenggarakan pelatihan dan pendidikan yang terdiri dari:

- a. PDPS, BSM *Basic*, dan *overview* perbankan syariah sebanyak 22 angkatan dengan jumlah peserta mencapai 613 pegawai.
- b. Pelatihan produk Bank Syariah Mandiri (di luar program sosialisasi produk baru) sebanyak sebelas angkatan dengan jumlah peserta sebanyak 229 orang.
- c. In-House Training sebanyak 233 kelas yang terdiri dari 4272 peserta
- d. Selain itu pihak perusahaan telah mengirim karyawan untuk mengikuti pelatihan, seminar dan work shop eksternal bank baik dalam maupun luar negeri sebanyak 271 orang karyawan.

Total biaya yang dikeluarkan untuk pendidikan dan pelatihan di atas perusahaan telah mengeluarkan dana sebesar Rp. 11.082 juta. Jumlah biaya yang dikeluarkan BSM ini telah mencapai 7,26 % dari biaya tenaga kerja (BTK), jumlah ini telah melampaui batas yang ditentukan oleh pihak BI yang hanya 5% dari BTK.⁶

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan di atas kualitas pendidikan dan pelatihan ditingkatkan melalui program review materi pendidikan dan pelatihan. Program ini telah dimulai sejak bulan Juli tahun 2005 dengan mereview 15 modul pelatihan yang melibatkan instruktur internal BSM serta unit-unit terkait. BSM juga telah menyediakan fasilitas untuk program belajar tanpa henti (*long life education*) bagi karyawan yaitu *BSM E-Learning Center*. BSM L-Learning berbasis pada teknologi yang sudah ada pada Bank Syariah Mandiri yaitu dengan menggunakan fasilitas internet. Selain E-learning center juga ditunjang dengan training center yang ada di Universitas Al-Azhar Jakarta yang menempati areal seluas 400 M².

⁶ Buku Laporan Tahunan BSM tahun 2005, h. 55-56

Program peningkatan karakter karyawan BSM agar menjadi insan terpercaya dilakukan dengan kegiatan sebagai berikut:

- a. Mengadakan pengajian rutin setiap hari Rabu yang menghadirkan pembicara-pembicara yang berkompeten di bidangnya. Materi pengajian adalah berkaitan dengan aqidah, syariah dan akhlaq serta kajian kontemporer yang mendukung pembinaan SDI Bank Syariah Mandiri.
- b. Memfasilitasi minat dan bakat karyawan dibidang kerohanian, olah raga, kesenian dan keilmuan dengan membentuk BSM Club.
- c. Dibidang keilmuan BSM Club secara berkala mengadakan diskusi ilmiah, bedah buku, dan lain-lain.

3. Sistem Peringkat jabatan.

Upaya pengembangan dan pembinaan sumber daya insani karyawan BSM juga dilakukan dengan sistem peringkat jabatan. Usaha ini terus di tingkatkan dengan cara mengevaluasi setiap jabatan yang ada secara sistematis dan objektif, untuk menentukan bobot relatif suatu jabatan. Hasil dari evaluasi peringkat jabatan tersebut dijadikan acuan dalam mengubah sistem peringkat jabatan yang lama yaitu *personal grade* menjadi sistem jabatan yang baru yaitu *job grade*. Adapun kelebihan dari *job grade* adalah nilai grade berdasarkan bobot jabatan, bukan berdasarkan orang yang menduduki jabatan tersebut, sehingga ada hubungan yang jelas antara bobot jabatan dengan tanggung jawab pemangku jabatan. Dari pemberian bobot / nilai jabatan dihasilkan jenjang setiap jabatan. Penerapan sistem peringkat jabatan yang baru ini memudahkan dalam perencanaan dan pengembangan SDI, sistem karir, sistem remunerasi, dan pengembangan organisasi.

4. Program Asesmen.

BSM juga berupaya menghargai setiap potensi dari karyawan, dimana mereka yang memiliki nilai lebih akan dikembangkan dan dibina. Program pengembangan ini disebut dengan Asesmen (*assesment*), yaitu satu program pengembangan

pegawai dengan menilai potensi lebih yang dimiliki oleh seseorang secara utuh, sehingga dapat dikembangkan atau dipromosikan pada jabatan yang lebih tinggi.

Program ini dapat menciptakan kondisi yang baik dikalangan pegawai karena adanya penghargaan terhadap mereka yang berpotensi lebih. Pada sisi lain akan menciptakan persaingan yang sehat antara pegawai. Selama tahun 2005 pihak BSM telah melakukan program asesmen ini sebanyak lima angkatan yang diperuntukkan bagi 66 pegawai. Program asesmen tahun 2005 ini lebih diprioritaskan kepada promo pegawai yang disebabkan karena perubahan sistem peringkat jabatan.⁷

5. Remunerasi dan Kesejahteraan Pegawai.

Kesejahteraan pegawai merupakan hal yang sangat penting dalam dunia usaha, karena akan memberikan pengaruh yang sangat besar atas kinerja pegawai. Pegawai yang merupakan aset penting dari sebuah perusahaan yang perlu dijaga dan dikembangkan, salah satunya dengan cara memperhatikan kesejahteraan mereka, hingga akan meningkatkan produktivitas perusahaan tersebut.

Sebagai perusahaan yang sedang berkembang, BSM terus berupaya meningkatkan kesejahteraan pegawai. Upaya ini merupakan bagian dari strategi memperkecil kesenjangan kesejahteraan pegawainya terhadap kompetisi pasar perbankan nasional. Upaya ini juga tetap memperhatikan perkembangan bisnis yang telah dicapai. Adapun program-program untuk mewujudkan stragegi tersebut adalah sebagai berikut :

a. Penyesuaian gaji dengan pasar perbankan nasional.

Berdasarkan hasil *Salary Survey PT Watson Wyatt, Indonesia*, posisi gaji pokok pegawai BSM masih di bawah titik minimum pasar perbankan nasional. Untuk meningkatkan daya kompetisi dengan pasar itu pihak manajemen memutuskan penyesuaian gaji pokok (*basic salary*

⁷ Buku *Laporan Tahunan BSM tahun 2005*, h58

) bagi seluruh pegawainya hingga mencapai rata-rata kenaikan sebesar 30 %.

b. Tunjangan prestasi Triwulan.

Usaha lain yang dilakukan BSM dalam meningkatkan kesejahteraan pegawai dan sekaligus memacu kinerja adalah dengan memberikan insentif kepada pegawai yang berprestasi. Pihak manajemen memberikan insentif berdasarkan prestasi yang telah dicapai atau yang ditunjukkan selama tiga bulan atau triwulan selain dari gaji pokok yang diterima para pegawai.

C. Produk dan Jasa Bank Syariah Mandiri.

Produk dan jasa yang ditawarkan suatu bank sangat berhubungan dengan fungsi bank. Fungsi bank secara umum, bila merujuk kepada UU NO. 14/1967, yang kemudian disempurnakan dengan UU No. 7.1992, dan selanjutnya pada UU No. 10/1998 disebutkan bahwa, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Dengan merujuk kepada UU di atas maka bank pada umumnya berfungsi sebagai berikut:

1. Menerima berbagai bentuk simpanan dari masyarakat.
2. Memberikan kredit (pembiayaan), baik bersumber dari dana yang diterima dari masyarakat maupun berdasarkan atas kemampuan untuk menciptakan tenaga beli baru.
3. Memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.⁸

BSM yang merupakan bahagian dari perbankan nasional khususnya bank yang beroperasi berdasarkan syariah Islam juga menjalankan fungsi yang tiga di

⁸ Ketut Rindjin, *Pengantar Perbankan dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2003) h..14

atas. BSM dalam menawarkan produknya tetap mengacu kepada UU perbankan dan tetap berpegang kepada aturan syariah Islam, hingga produk yang dihasilkan menggunakan istilah dan operasional menurut Islam. Adapun produk yang ditawarkan oleh BSM adalah Pendanaan, Pembiayaan dan Jasa-jasa.

1. Pendanaan.

BSM dalam kegiatan pendanaan memiliki target adalah nasabah dana-dana ritel seperti dana individual dan *committed funding*. Alasannya adalah dana-dana tersebut terbukti merupakan dana yang sangat bisa diandalkan karena relatif murah dan tidak sensitif terhadap suku bunga bank konvensional dibandingkan dengan dana corporate.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Bank Indonesia dan inter BSM terhadap nasabah bank syariah terungkap bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan nasabah ritel untuk memilih bank syariah antara lain adalah keyakinan nasabah terhadap kepatuhan penerapan prinsip syariah, jaringan kantor yang luas, pelayanan yang memuaskan serta produk yang beragam.

Untuk menjawab kebutuhan nasabah yang berkaitan dengan pendanaan ini BSM melakukan aktivitas yang bertujuan untuk:

- a. Membangun kepercayaan nasabah dengan mengimplementasikan budaya patuh terhadap ketentuan syariah dan gerakan "*clear*" terhadap ketentuan internal dan eksternal. Upaya ini dilakukan dengan penyelenggaraan training perbankan syariah kepada seluruh pegawai sesuai dengan bidang kerja masing-masing, memonitoring secara ketata kesesuaian aktivitas operasional dengan ketentuan syariah, menerapkan sistem *reward and punishmen*, kepatuhan serta memberdayakan dan mengorganisasi Pengawasan Kepatuhan dan Pengenalan Nasabah.
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan membudayakan *service excellence* yang mengacu kepada tiga parameter yaitu: Ikhlas, Cepat, Tuntas. Upaya peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan tersinergi

dalam suatu kerangka kerja (*framework*), *Service Quality Manegement* (*SQM*) , antara lain komitmen, standarisasi,, sosialisasi dan penghargaan. Dengan kerangka tersebut diharapkan nasabah memiliki pengalaman pelayanan yang sama dan terbaik disetiap kantor layanan BSM. Kerangka ini juga diharapkan nasabah senantiasa terpuaskan dalam berinteraksi dengan dengan BSM dan kemudian menetapkan sebagai bank pilihan yang terpercaya. Pelayanan yang berkualitas ini diharapkan juga meningkatkan loyalitas nasabah dan citra positif BSM.

- c. Mengembangkan fitur-fitur dan produk yang inovatif sehingga dapat memenuhi kebutuhan nasabah sesuai dengan sasaran segmennya. BSM telah mengembangkan produk Tabungan Investasi Berjangka (Tabungna BSM Investa Cendikia atau TIC), yang dibuta kusus untuk membantu orang tua dalam merencanakan secara dini dan kebutuhan dana pendidikan bagi putra –putrinya.

Dengan adanya upaya peningkatan kualitas pelayanan nasabah dan pengembangan fitur-fitur serta produk secara inovativ, maka sesuai hasil suevei yang dilakukan oleh lembaga independen (Markplus), tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah BSM meningkat. Adapun produk pendanaan sesuai dengan target tahun 2005 yang memberikan perhatian kepada nasabah dana-dana ritel seperti dana-dana individual dan *committed funding* adalah sebagai berikut:

- 1). Tabungan BSM (*Semua Urusan Jadi Mudah*)
- 2). Tabungan BSM Dollar (*Semua Urusan Jadi Mudah*)
- 3). Tabungan Mabror BSM (*Mewujudkan Ibadah Haji dan Umroh Anda*).
- 4). Tabungan Kurba BSM (*Ibadah Qurban dan Akikah Anda Lebih Mudan Dan Bermamfaat*).
- 5). Tabungan BSM Investa Cendikia. (*Mengantar Buah Hati Anda Meraih Cita-cita*).

- 6). Tabungan BSM Simp[atik (*Mitra Menuju Cerdas dan Berprestasi*).
 - 8). Deposito BSM (*Investasi Yang Aman, Menentramkan dan Menguntungkan*).
 - 10). Deposito Valas (*Investasi Yang Aman, Menentramkan dan Menguntungkan*).
 - 11). Giro BSM Singapore Dolar (*Memperlancar Transaksi Bisnis Dengan Aman*).
 - 12). Giro BSM EURO (*Memperlancar Transaksi Bisnis Dengan Aman*).
 - 13). Obligasi BSM (*Investasi Cermat dan Menguntungkan*).
2. Pembiayaan.

Pada sisi pembiayaan, target pasar BSM adalah consumer dan retail financing serta pembiayaan mikro dan kecil. BSM menajamkan fokus pembiayaan ke sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), sektor ini adalah sektor yang menarik dan sekaligus menantang. Para pengusaha yang bergerak dalam bidang ini telah terbukti keuletannya ketika mereka harus melewati saat-saat kritis di tahun 1997-1999, pada saat itu banyak perusahaan-perusahaan besar yang tumbang atau bankrut yang akhirnya tutup. UMKM pada masa sulit itu dengan segala dinamikanya justru telah menjadi katup penyelamat. Berdasarkan fakta itu pemerintah bersungguh-sungguh mengembangkan UMKM ini yang ditindak lanjuti dengan implementasi pembiayaan termasuk oleh BSM.

Kemampuan UMKM dalam menyerap tenaga kerja dan mengurangi kemiskinan telah terbukti, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di negara-negara lain. UMKM yang tumbuh dan berkembang di Indonesia selama tahun 2000 mencapai 38,72 Juta unit, selanjutnya tumbuh menjadi 42,4 juta unit pada tahun 2003. Pertumbuhan UMKM mencapai 3 % sehingga pada tahun 2005 telah mencapai 45 juta unit.

Sumbangan UMKM terhadap sektor non migas juga cukup besar yaitu mencapai 19,35 % pada tahun 2000. Lebih menarik lagi, sektor UMKM memiliki porsi total kredit perbankan sebesar 44,61 % pada tahun 2000 dan meningkat menjadi 44,78 % pada tahun 2003, artinya masih di bawah setengah dari porsi total kredit perbankan nasional. Angka-angka ini menunjukkan betapa besarnya sumbangan UMKM terhadap perekonomian nasional, sehingga layak pemerintah memberikan perhatian yang penuh terhadap sektor ini, demikian juga BSM mendukung dengan porsi pembiayaannya. Adapun bentuk-bentuk pembiayaan yang diproduksi oleh BSM adalah sebagai berikut :

- a. Pembiayaan Murabahah BSM (*Angsuran Aman dan Menentramkan*).
 - b. Pembiayaan Musyarakah BSM (*Bagi Hasil Berimbang, Mitra Usaha Berkembang*).
 - c. Pembiayaan Mudharabah BSM (*Pembiayaan Penuh Mitra Usaha Tumbuh*).
 - d. Pembiayaan Talangan Haji (*Mewujudkan Niat ke Tanah Suci*).
 - e. Istishna BSM.
 - f. Ijarah BSM.
 - g. Pembiayaan Griya BSM (PPR BSM) (*Pilihan tepat Membangun Surga Keluarga*).
 - h. PPR Syariah Bersubsidi BSSM.
 - i. Pembiayaan Dana Berputar.
 - j. Pembiayaan Dana Pendidikan.
 - k. Gadai Emas BSM (*Cara Cepat Memperoleh Dana Tunai*).
3. Jasa-Jasa .
- Jasa-Jasa yang diproduksi oleh BSM adalah sebagai berikut :
- a. BSM Card (*Satu Kartu Beragam Transaksi*).
 - b. Sentra Bayar BSM (*Cara Mudah Bayar Tagihan*).
 - c. BSM SMS Banking (*Kenyamanan Bertransaksi dalam Genggaman*).

- d. Jual Beli Valas BSM.
- e. Bank Garansi BSM.
- f. BSM Electronic Payroll (*Solusi Praktis Memperlancar Bisnis.*).
- g. SKBDN BSM.
- h. BSM L/C (*Transaksi Antar Negeri Jadi Lebih Pasti*).
- i. BSM Suhc (*Cara Mudah Menarik Dana saat di Saudi Arabia*).
- j. Kliring BSM.
- k. Inkaso BSM.
- l. BSM Intercity Clearing (*Dana Mencair Lebih Cepat dan Pasti*).
- m. Pajak Online BSM (*Cara Mudah dan Bijak Membayar Pajak*).
- n. Pajak Impor BSM.
- o. Referensi Bank BSM.
- p. BSM Standing Order.
- q. BSM Reksadana Investa Berimbang (*Investasi Cermat Tumbuh Optimal*).
- r. BSM Autosave.
- s. Transfer BSM Western Union (*Cara Cepat Dan Aman Mengirim Uang*).
- t. Transfer Valas BSM (*Cepat, Aman, Melintas Batas*).
- u. BSM RTGS (*Transfer Dana Seketika , Mudah dan Menguntungkan*).⁹

D. Pembahasan dan Pengujian Hipotesis.

1. Deskripsi variabel penelitian

Hasil tanggapan responden yang berjumlah 200 orang atas kuesioner penelitian akan diuraikan dalam bentuk tabel frekuensi dengan skor untuk setiap

⁹ Laporan Tahunan BSM tahun 2005, h. 44-45

dimensi. Perolehan skor maksimum untuk setiap kuesioner adalah 5 atau 100% dan skor minimum adalah 1 atau 20%. Jarak antara skor yang berdekatan adalah satu per lima dari selisih nilai maksimum dengan nilai minimum atau sama dengan 16% dari nilai maksimum 100 %. Berdasarkan hal tersebut diperoleh interval persentase skor untuk setiap kategori adalah sebagai berikut:

Tabel 3
KLASIFIKASI PERSENTASE INTERVAL

No	Klasifikasi	
	Rentang Skor	Kategori
1	84 – 100	Sangat baik
2	68 – 83.99	Baik
3	52 – 67.99	Cukup baik
4	36 – 51.99	Kurang baik
5	20 – 35.99	Sangat kurang baik

a. Dimensi *tangible*

Ada lima pertanyaan yang menjadi indikator untuk menilai tingkat kesesuaian dimensi *tangible*. Pertanyaan meliputi tampilan fisik yang dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh responden meliputi sarana area parkir, kebersihan gedung, interior kantor, kelengkapan sarana dan prasarana kantor, dan kerapian pegawai. Hasil tanggapan 200 orang responden terhadap 5 item pertanyaan yang dipergunakan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4
DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DIMENSI TANGIBLE (KENYATAAN)

Skor (S)	Nomor Pernyataan										Total		
	1		2		3		4		5		Σf	Σfxs	%
	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	33	16.5	13	6.5	39	19.5	18	9.0	20	10	123	369	0.8
4	79	39.5	114	57.0	93	46.5	95	47.5	111	55.5	492	1968	46.1
5	88	44.0	73	36.5	68	34.0	87	43.5	69	34.5	385	1925	45.1
Jlh	200	100	200	100	200	100	200	100	200	100	1000	4262	100

Dari tabel di atas dapat diketahui skor aktual (total skor yang diperoleh) dari tanggapan responden untuk dimensi tangible yang diterima sebesar 4262 dan skor tertinggi yang mungkin tercapai (skor ideal) adalah $5 \times 5 \times 200 = 5000$. Dapat dihitung persentase skor aktual dibandingkan skor ideal adalah 85.2%. Terlihat persentase skor yang diperoleh berada pada kriteria sangat baik.

Sedangkan dimensi tangible yang diharapkan oleh responden adalah sebagai berikut:

Tabel 5
DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DIMENSI TANGIBLE (HARAPAN)

Skor (S)	Nomor Pernyataan										Total		
	1		2		3		4		5		Σf	Σfxs	%
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%			
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	21	10.5	28	14.0	44	22.0	22	11.0	22	11.0	137	411	0.95
4	105	52.5	92	46.0	77	38.5	86	43.0	85	42.5	445	1789	41.7
5	74	37.0	80	40.0	79	39.5	92	46.0	93	46.5	418	2090	48.7
Jlh	200	100	200	100	200	100	200	100	200	100	1000	4290	100

Dari tabel di atas dapat diketahui skor aktual (total skor yang diperoleh) dari tanggapan responden untuk dimensi tangible (harapan) sebesar 4290 dan skor tertinggi yang mungkin tercapai (skor ideal) adalah $5 \times 5 \times 200 = 5000$. Dapat dihitung persentase skor aktual dibandingkan skor ideal adalah 85.8%. Terlihat persentase skor yang diperoleh berada pada kriteria sangat baik.

Berdasarkan distribusi tanggapan responden terhadap dimensi tangible, tingkat kesesuaian tangible (kenyataan dengan harapan) menurut penilaian responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 6
TINGKAT KESESUAIAN KUALITAS PELAYANAN YANG DIRASAKAN
DENGAN YANG DIHARAPKAN NASABAH UNTUK DIMENSI TANGIBLE

No	Nomor item pertanyaan	Rata-rata		Tingkat kesesuaian
		Kinerja	Harapan	
1	Sarana area parker	4.3	4.3	100%
2	Kebersihan gedung	4.3	4.3	100%
3	Interior kantor	4.1	4.2	97.6%
4	Kelengkapan sarana dan prasarana	4.3	4.4	97.7%
5	Kerapihan pegawai	4.2	4.4	95.4%
	Rata-rata	4.2	4.3	98.1%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa rata-rata harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan adalah 4.3. dan kualitas yang dirasakan nasabah adalah 4.2. Tingkat kesesuaian yang diperoleh dari dimensi ini adalah 98%. Apabila dirujuk pada tabel klasifikasi kualitas pelayanan sebagaimana pada tabel 2, maka dimensi tangible dapat dikatakan sangat baik. Ada kesenjangan sekitar 2% yang dirasakan oleh nasabah, namun tingkat kesenjangan tersebut sangat kecil

Tabel 7
KLASIFIKASI TINGKAT KESESUAIAN
PELAYANAN YANG DIRASAKAN DENGAN HARAPAN NASABAH

No	Klasifikasi	
	Rentang Skor	Kategori
1	80 – 100	Sangat baik
2	60 – 80	Baik
3	40 – 60	Cukup baik
4	20 – 40	Kurang baik
5	0 – 20	Sangat kurang baik

b. Dimensi *empathy*

Dimensi *empathy* terkait dengan kemudahan nasabah dalam melakukan hubungan, komunikasi, dan perhatian dari Bank Syariah Mandiri terhadap kebutuhan nasabah. Ada empat pertanyaan yang menjadi indikator untuk menilai tingkat kesesuaian dimensi *empathy*. Pertanyaan meliputi perasaan

empathy yang ditunjukkan oleh pegawai Bank Syariah Mandiri yang dirasakan langsung oleh responden meliputi perhatian terhadap keluhan, respon terhadap keluhan yang disampaikan, pelayanan yang diberikan untuk mengatasi keluhan, dan penjelasan berbagai informasi yang diperlukan nasabah terhadap keluhan pelayanan yang dirasakan. Hasil tanggapan 200 orang responden terhadap 4 item pertanyaan yang dipergunakan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8
DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DIMENSI EMPATHY (KENYATAAN)

Skor (S)	Nomor Pernyataan								Total		
	1		2		3		4		Σf	Σfxs	%
	F	%	f	%	f	%	f	%			
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	16	8.0	31	15.5	51	25.5	32	16.0	130	390	11.53
4	100	50.0	88	44.0	103	51.5	67	33.5	358	1432	42.41
5	84	42.0	81	40.5	46	23.0	101	50.5	312	1560	46.12
Jlh	200	100	200	100	200	100	200	100	800	3382	100

Dari tabel di atas dapat diketahui skor aktual (total skor yang diperoleh) dari tanggapan responden untuk dimensi empathy yang diterima sebesar 3382 dan skor tertinggi yang mungkin tercapai (skor ideal) adalah $4 \times 5 \times 200 = 4000$. Dapat dihitung persentase skor aktual dibandingkan skor ideal adalah 84.5%. Terlihat persentase skor yang diperoleh berada pada kriteria sangat baik. Sedangkan dimensi empathy yang diharapkan oleh responden adalah sebagai berikut:

Tabel 9
DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DIMENSI EMPATHY (HARAPAN)

Skor (S)	Nomor Pernyataan								Total		
	1		2		3		4		Σf	Σfxs	%
	F	%	f	%	f	%	f	%			
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	14	7.0	23	11.5	16	8.0	6	3.0	59	177	0.49
4	74	37.0	83	41.5	100	50.0	96	48.0	353	1412	39.34

5	112	56.0	94	47.0	84	42.0	98	49.0	388	1940	54.05
Jlh	200	100	200	100	200	100	200	100	800	3589	100

Dari tabel di atas dapat diketahui skor aktual (total skor yang diperoleh) dari tanggapan responden untuk dimensi empathy (harapan) sebesar 3589 dan skor tertinggi yang mungkin tercapai (skor ideal) adalah $4 \times 5 \times 200 = 4000$. Dapat dihitung persentase skor aktual dibandingkan skor ideal adalah 89.7%. Terlihat persentase skor yang diperoleh berada pada kriteria sangat baik.

Berdasarkan distribusi tanggapan responden terhadap dimensi empathy, tingkat kesesuaian empathy (kenyataan dengan harapan) menurut penilaian responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 10
TINGKAT KESESUAIAN KUALITAS PELAYANAN YANG DIRASAKAN DENGAN YANG DIHARAPKAN NASABAH UNTUK DIMENSI EMPATHY

Nomor item pertanyaan	Rata-rata		Tingkat kesesuaian
	Kinerja	Harapan	
Perhatian terhadap keluhan	4.3	4.4	97.7%
Respon terhadap keluhan	4	4.3	93.0%
Pelayanan	4.3	4.5	95.6%
Penjelasan berbagai informasi	4.3	4.5	95.6%
Rata-rata	4.2	4.4	95.4%

Sumber: Data primer yang telah diolah (2007)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa rata-rata harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan adalah 4.4. dan kualitas yang dirasakan nasabah sebesar 4.2. Tingkat kesesuaian yang diperoleh dari dimensi ini adalah 95.4%. Apabila dirujuk pada tabel 5 maka dimensi empathy adalah sangat baik. Tingkat kesenjangan ada, akan tetapi hanya sebesar 4.5%.

c. Dimensi *reliability*

Dimensi reliabilitas berkaitan dengan kemampuan Bank Syari'ah Mandiri dalam memenuhi janji untuk memberikan pelayanan yang segera,

akurat, dan memuaskan. Ada tiga pertanyaan yang menjadi indikator untuk menilai tingkat kesesuaian dimensi reliability. Pertanyaan meliputi realitas yang diterima nasabah terhadap pelayanan Bank Syariah Mandiri berkenaan dengan kecepatan memproses pembukaan rekening, kecepatan memproses penyetoran dana, dan kemudahan menarik dana. Hasil tanggapan 200 orang responden terhadap 3 item pertanyaan yang dipergunakan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11
DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI REALIBILITAS
(KENYATAAN)

Skor (S)	Nomor Pernyataan						Total		
	1		2		3		Σf	Σfxs	%
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%			
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	36	18.0	26	13.0	46	23.0	108	324	12.7
4	97	48.5	72	36.0	80	40.0	249	996	39.2
5	67	33.5	102	51.0	74	37.0	243	1215	47.9
Jlh	200	100	200	100	200	100	600	2535	100

Dari tabel di atas dapat diketahui skor aktual (total skor yang diperoleh) dari tanggapan responden untuk reliabilitas yang diterima sebesar 2535 dan skor tertinggi yang mungkin tercapai (skor ideal) adalah $3 \times 5 \times 200 = 3000$. Dapat dihitung persentase skor aktual dibandingkan skor ideal adalah 84.5%. Terlihat persentase skor yang diperoleh berada pada kriteria sangat baik. Sedangkan reliabilitas yang diharapkan oleh responden adalah sebagai berikut:

Tabel 12
DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI REABILITAS (HARAPAN)

Skor (S)	Nomor Pernyataan						Total		
	1		2		3		Σf	Σfxs	%
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%			
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	9	4.5	24	12.0	15	7.5	48	144	0.5
4	132	66.0	69	34.5	107	53.5	308	1232	47.4
5	59	29.5	107	53.5	78	39.0	244	1220	46.9
Jlh	200	100	200	100	200	100	600	2596	100

Dari tabel di atas dapat diketahui skor aktual (total skor yang diperoleh) dari tanggapan responden untuk dimensi empathy (harapan) sebesar 3589 dan skor tertinggi yang mungkin tercapai (skor ideal) adalah $3 \times 5 \times 200 = 3000$. Dapat dihitung persentase skor aktual dibandingkan skor ideal adalah 86.5%. Terlihat persentase skor yang diperoleh berada pada kriteria sangat baik.

Berdasarkan distribusi tanggapan responden terhadap dimensi reliabilitas, tingkat kesesuaian reliabilitas (kenyataan dengan harapan) menurut penilaian responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 13
TINGKAT KESESUAIAN KUALITAS PELAYANAN YANG DIRASAKAN DENGAN YANG DIHARAPKAN NASABAH UNTUK DIMENSI RELIABILITY

Nomor item pertanyaan	Rata-rata		Tingkat kesesuaian
	Kinerja	Harapan	
Kecepatan memproses rekening	4.2	4.3	97.7%
Kecepatan menyetor dana	4.4	4.4	100%
Kemudahan menarik dana	4.1	4.3	95.3%
Rata-rata	4.2	4.3	97.7%

Sumber: Data primer yang telah diolah (2007)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa rata-rata harapan nasabah terhadap kualitas reliability adalah 4.3. dan kualitas yang dirasakan