

**STRATGI PELAYANAN PRIMA
DALAM UPAYA MENINGKATKAN
LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK FUNDING
DI PT. BPRS BUMI ARTHA SAMPANG CILACAP**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
(FEBI) IAIN Purwokerto untuk memenuhi Salah satu syarat
guna memperoleh gelar Ahli Madya**

IAIN PURWOKERTO

Oleh :
**Imam Ma'ruf
NIM. 1323204028**

**PROGRAM DIPLOMA III
MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2019**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi merupakan kegiatan mengatur urusan rumah tangga nasional untuk memenuhi seluruh kebutuhan hidup penduduk, serta untuk menciptakan suatu proses kesejahteraan. Lembaga-lembaga perekonomian bahu-membahu mengelola semua potensi ekonomi agar berdaya dan berhasil guna secara optimal. Lembaga keuangan, khususnya lembaga perbankan mempunyai peranan yang amat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian suatu negara.¹

Islam adalah suatu sistem dan jalan hidup yang utuh dan terpadu (*a comprehensive way of life*). Ia memberikan panduan yang dinamis dan lugas terhadap semua aspek kehidupan, termasuk sektor bisnis dan transaksi keuangan. Sangatlah tidak konsisten jika menerapkan syariat Islam hanya dalam satu atau sebagian sisi saja dari kehidupan ini, misalnya dalam acara ritual kelahiran bayi, pernikahan, dan pemakaman mayat. Tetapi, ajaran Islam sering ditinggalkan ketika berurusan dengan pembiayaan proyek, ekspor-impor, perbankan, asuransi, dan pasar modal.²

Saat ini perbankan syariah telah memasuki persaingan yang berskala global. Hal ini merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah. Dalam kondisi seperti ini, perbankan syariah selain mengedepankan profesionalisme dalam pelayanan kepada masyarakat sebagai nasabah serta mitra kerja juga harus mengedepankan kepercayaan masyarakat sebagai nasabahnya. Bank syariah dituntut untuk dapat memberikan yang terbaik kepada nasabah untuk tetap bertahan dengan bank bank lain yang ada di Indonesia serta dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat.

¹ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMPYKPN,2005), hlm. 2.

²Muhammad Syafi'i Antonio, *Islamic Banking Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta Gema Insani Press dan Tazkia Cendikia, 2001, Cet. Ke-1, h.v

Setelah terbit Undang Undang No. 10 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, maka kedudukan dan produk bank syariah semakin jelas. Dalam pasal 1 angka 7 UU No. 10 Tahun 2008 disebutkan bahwa Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. dalam pasal 1 angka 8, 9, dan 10 UU No. 10 Tahun 2008 disebutkan : Bank Umum Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiataannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiataannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran Unit Usaha Syariah adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.³

Industri jasa saat ini memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Negara. Dengan semakin meningkatnya persaingan global, mau tidak mau masing masing perusahaan harus meningkatkan *service quality* yang dimiliki. *Service quality* merupakan kunci dan faktor yang sangat penting dalam strategi bisnis karena terbukti dapat meningkatkan profitabilitas, sehingga dapat menjadi alat untuk keunggulan bersaing dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.⁴

Untuk menjadi perusahaan yang besar dan *sustainable*, perusahaan yang berbasis syariah marketing harus memerhatikan *service* yang ditawarkan untuk menjaga kepuasan dan meningkatkan loyalitas pelanggannya. Perusahaan apa pun jenis dan industrinya harus menjadi pelayan bagi pelanggannya. Apalagi jika perusahaan itu sudah semakin besar, filosofi padi sepatutnya diterapkan, semakin tinggi harus semakin merunduk. Dalam melakukan pelayanan yang baik biasanya digambarkan seseorang melalui

³Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 102.

⁴Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017), hlm. 172.

sikap, pembicaraan, dan bahkan bahasa tubuh (*body language*) yang bersifat simpatik, lembut, sopan, hormat, dan penuh kasih sayang.⁵

Pelayanan prima pada hakikatnya berarti pelayanan yang maksimal, atau pelayanan yang terbaik, dan merupakan faktor kunci dalam keberhasilan perusahaan. Dalam hal ini pelayanan prima harus dilakukan secara kontinu dalam keadaan apapun. Sebab saat ini pada hakikatnya adalah menyediakan jasa yang harus tumbuh dan berkembang agar tetap bisa bertahan melayani masyarakat dengan tujuan jangka pendek dan jangka panjang.⁶ Sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai dan bahkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Bank harus melakukan pemantauan kepuasan nasabah agar selalu terjalin hubungan kenasabahan yang memuaskan, baik dan dapat meningkatkan loyalitas nasabah di Bank. Beberapa metode untuk memantau kepuasan nasabah adalah⁷:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Bank harus menyediakan kotak saran di tempat yang mudah dijangkau oleh nasabah. Lebih baik lagi nasabah yang ingin memberikan saran telah disediakan formulir sehingga nasabah tinggal mengisi. Beberapa bank yang berurusan dengan nasabah, menyediakan telepon bebas pulsa yang memudahkan nasabah untuk melakukan kontak dengan bank. Arus informasi seperti ini membuat bank dapat bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi.

2. Survei Kepuasan Nasabah

Tingkat keluhan nasabah belum mencerminkan ukuran kepuasan pelanggan (nasabah). Bank yang *responsive* mengukur kepuasan nasabah dengan mengadakan survei berkala atau mengirim daftar pertanyaan atau juga, menelpon para nasabah baru untuk mendengar reaksi mereka terhadap

⁵Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), hlm. 183.

⁶Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*, hlm. 289.

⁷Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: LIBERTY Yogyakarta, 2002), hlm. 228.

kinerja bank dan pesaing bank. Disini bank dapat sekaligus menanyakan kemungkinan nasabah melakukan transaksi ulang. Hal ini akan dilakukan nasabah apabila mereka mendapatkan kepuasan tinggi.

3. Pembelanja Hantu

Bank dapat mengirimkan petugas untuk berpura pura menjadi nasabah bank pesaing dan kemudian membandingkan layanan bank pesaing dengan layanan bank sendiri.

4. Nasabah yang sudah tidak membeli lagi

Apabila bank kehilangan pelanggan maka bank harus berupaya untuk mengetahui mengapa mereka tidak loyal lagi kepada bank. Apakah tarif jasa terlalu mahal, produk kurang dapat diandalkan, atau pelayanan yang kurang memuaskan. Selain melakukan wawancara, bank perlu pula memantau tingkat kehilangan pelanggan, yang apabila meningkat maka berarti bank gagal dalam memuaskan nasabahnya.

Bank merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dalam bentuk dana pihak ketiga yang merupakan kredit atau pinjaman.⁸

Perbankan syariah harus mampu bersaing dengan bank konvensional ataupun bersaing sesama bank syariah dengan cara memberikan pelayanan yang sehat, menarik dan bukan dengan cara cara yang emosional. Dalam perspektif pelayanan prima, semua pelanggan dilayani dengan baik bahkan dipandang sebagai "raja". Tuntutan pelanggan terhadap kualitas dan nilai bagi pelanggan sangat diutamakan. Bank syariah memperlakukan nasabah dengan mengedepankan prinsip bahwa semua nasabah adalah partner yang berhak memperoleh perlakuan yang sama tanpa membedakan nasabah besar ataupun nasabah kecil.⁹

⁸ Evi Okatviani Satriyanti, Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya, *Journal of Business and Banking*, (Online), Vol. 2, No.2, <https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jbb/article/download/172/123>, 2012 (Diakses Pada 7 Mei 2018)

⁹ Syafaruddin Alwi, *Memahami Sistem Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: BUKUREPUBLIKA, 2013), hlm. 109.

Loyalitas nasabah merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank.

Menurut Griffin, loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli. Mempertahankan loyalitas nasabah merupakan cara yang lebih efisien daripada bank harus mencari nasabah baru. Mempertahankan loyalitas nasabah dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya dengan meningkatkan kinerja sumber daya manusia yang dalam hal ini karyawan bank agar dapat menumbuhkan rasa percaya akan kemampuan bank yang pada akhirnya dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya.¹⁰

Merujuk pada pendapat Adi Krismanto terdapat beberapa variabel yang bisa mempengaruhi loyalitas nasabah diantaranya yaitu, kualitas pelayanan, penanganan komplain, citra, dan kepuasan.¹¹

Bank Umum Syari'ah PT. BPRS Bumi Artha Sampang memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh Bank lainnya, yaitu dalam menjaga hubungan dengan nasabah. Bank Umum Syari'ah PT. BPRS Bumi Artha Sampang memiliki strategi pelayanan prima yang diterapkan di Bank tersebut. Salah satu yang diterapkan adalah dengan menerapkan sistem SOP dalam pelayanan di kantor, dengan perlakuan tersebut ikatan antara Bank dan nasabah juga terbentuk diluar kantor sehingga hubungan baik tetap terjaga dan makin mempererat persaudaraan diantara kedua belah pihak sehingga nasabah tidak mudah berpindah bank lain dan memberikan kesan baik kepada masyarakat bahwa Bank Umum Syari'ah PT. BPRS Bumi Artha Sampang memiliki kualitas dan kuantitas yang sangat baik.

Dalam memberikan pelayanan prima, BPRS Bumi Artha Sampang menggunakan berbagai cara yang sesuai dengan budaya pelayanan prima

¹⁰Evi Okatviani Satriyanti, Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya, *Journal of Business and Banking*, (Online), Vol. 2, No.2, <https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jbb/article/download/172/123>, 2012 (Diakses Pada 7 Mei 2018)

¹¹ Evi Okatviani Satriyanti, Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya, ... hal. 174.

berdasarkan pada A6 yaitu *Ability, Attitude, Appearance, Attention, Action*, dan *Accountability*.

1. *Ability* (Kemampuan)

Pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni dan melaksanakan komunikasi yang efektif.

a. Melayani secara cepat dan tepat

Karyawan BPRS Bumi Artha Sampang dalam melayani nasabah sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang diterapkan oleh bank. Layanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah. Melayani secara cepat saja tidak cukup, ketepatan dalam melayani juga penting. Layanan cepat dan tepat akan membuat nasabah merasa puas.¹²

2. *Attitude* (Sikap)

Perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi nasabah.

a. Menyambut nasabah yang datang dengan ramah dan sopan

3. *Attention* (Perhatian)

Kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.¹³

a. Kunjungan Nasabah Sakit

b. Menyediakan Sarana Kritik dan Saran

4. *Appearance* (Penampilan)

Penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik saja maupun fisik dan non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.¹⁴

5. *Action* (Tindakan)

¹² Wawancara dengan Bapak Kuart Sugiyanto, Direktur BPRS Bumi Artha Sampang, tanggal 5 Mei 2018.

¹³ Wawancara dengan Bapak Kuart Sugiyanto, Direktur BPRS Bumi Artha Sampang, tanggal 5 Mei 2018.

¹⁴ Wawancara dengan Bapak Kuart Sugiyanto, Direktur BPRS Bumi Artha Sampang, tanggal, 5 Mei 2018.

Berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

- a. Tidak Membeda-bedakan antara Nasabah
- b. Program Jemput Bola
- c. Silaturahmi atau Kunjungan kepada Nasabah
- d. Memperhatikan Nasabah
- e. Menjenguk Nasabah yang Sakit
- f. Menjaga Hubungan Baik dengan Nasabah

Pembentukan citra oleh BPRS Bumi Artha Sampang diupayakan dengan menanamkan suatu citra di dalam lembaga untuk para nasabahnya. Pihak bank selalu menunjukkan keakraban dengan nasabahnya.¹⁵

- g. Menerapkan pelayanan prima tersebut diatas dengan baik kepada Nasabah

6. *Accountability* (Tanggungjawab)

Memberikan Hadiah kepada Nasabah Pihak BPRS Bumi Artha Sampang sering memberikan hadiah-hadiah atau bonus langsung kepada nasabah, atau misalnya waktu musim hujan pihak BPRS memberikan hadiah berupa payung. Selain untuk hadiah kepada nasabah hal tersebut juga untuk dijadikan sebagai media promosi.

Jadi, pelayanan prima yang dilakukan oleh karyawan BPRS Bumi Artha Sampang untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada produk *funding* sudah sesuai dengan budaya pelayanan prima berdasarkan pada A6 yaitu *Ability, Attitude, Appearance, Attention, Action*, dan *Accountability* yang telah dikembangkan oleh Atep Adya Barata dalam bukunya yang berjudul Dasar- Dasar Pelayanan Prima.

Pada tahun 2016 Bank Umum Syariah PT. BPRS Bumi Artha Sampang memiliki nasabah 10.189 dan semakin bertambah karena kualitas dari bank tersebut yang dikenal oleh masyarakat sebagai bank

¹⁵ Wawancara dengan Bapak Kwat Sugiyanto, Direktur BPRS Bumi Artha Sampang, tanggal 23 Mei 2018.

yang berkualitas baik dan memiliki ikatan yang kuat dengan nasabah dengan strategi yang diterapkan oleh bank tersebut. Pada tahun 2016 bank tersebut memiliki produk *Funding* berupa tabungan wadiah, tabungan murabahah, dan deposito murabahah dan berhasil mendapatkan nasabah sebanyak 8.123. memiliki produk *Financing* diantara produknya adalah murabahah, musyarakah, dan mudharabah memiliki nasabah sebanyak 2.066 nasabah.¹⁶

Menurut wawancara yang dilakukan oleh peneliti, rata-rata nasabah mengungkapkan bahwa mereka puas dengan pelayanan yang ada di Bank Umum Syari'ah PT BPRS Bumi Artha Sampang. Karena pelayanan yang baik dan sikap dari kariawan yang sangat baik, baik itu didalam kantor maupun diluar kantor. Selain itu Bank Umum Syari'ah PT. BPRS Bumi Artha Sampang juga membiasakan menjenguk nasabah sehingga nasabah merasa diperhatikan dan membuat hubungan persaudaraan terjalin dengan baik.

Dari sistem pelayanan yang diberikan oleh PT. BPRS Bumi Artha Sampang diharapkan nasabah akan merasa puas, sehingga loyalitas terhadap bank ini terus bertambah dan selanjutnya nasabah menggunakan serta memanfaatkan kembali. Jika nasabah loyal maka yang diharapkan oleh Bank adalah perekomendasi kepada rekannya yang lain untuk menggunakan jasa PT. BPRS Bumi Artha Sampang, dan meningkatkan proporsi pembelanjaan layanan bank.

Dari uraian diatas penulis akan mengkaji tentang kinerja pegawai yang ada di PT BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap, maka dari itu penulis ingin membahas dalam bentuk Tugas Akhir yang berjudul "Strategi Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk Funding Di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap".

¹⁶ Wawancara dengan Bapak Kwat Sugiyanto, Direktur BPRS Bumi Artha Sampang, tanggal 13 Juli 2019.

B. Definisi Operasional

1. Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah “*excellent service*” yang secara harfiah berarti pelayanan yang terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki perusahaan pemberi pelayanan. Hakikat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparat pemerintah sebagai abdimasyarakat.

Dahlan, dkk., menyatakan bahwa pada Kamus Besar Bahasa Indonesia pelayanan merupakan “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pengertian lebih luas disampaikan Sutopo dan Suryanto bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan.¹⁷

Pelayanan prima berarti memelihara dan mempertahankan pelanggan serta menambah pelanggan baru sehingga kepuasan pelanggan dan tujuan perusahaan dapat tercapai. Pelayanan prima juga bukan sekadar memberikan layanan, akan tetapi dapat memenuhi harapan pelanggan. Itu berarti karyawan perusahaan perlu melakukan pilihan, langkah, sikap dalam berhubungan dengan pelanggan secara cepat dan tepat. Secara sederhana pelayanan prima dapat diartikan sebagai suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan.¹⁸

¹⁷Daryanto & Ismanto Setyabudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: GAVA MEDIA, 2014), hlm. 108.

¹⁸Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017), hlm. 290.

2. Loyalitas Nasabah

Menurut Peter Olson definisi *customer loyalty* “*Is a repeat purchase intention and behaviors*”. Dari definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa loyalitas pelanggan merupakan dorongan dan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangunkesetiaan pelanggan terhadap suatu jasa yang dihasilkan oleh badan usaha membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut.

Loyalitas nasabah atau konsumen adalah kesetiaan seseorang pada suatu barang atau jasa tertentu dan konsumen yang sudah loyal pada suatu produk akan memberikan keuntungan yang berlipat ganda pada perusahaan. Komitmen yang diberikan konsumen pada produk tersebut membuat kelebihan yang diberikan pesaing tidak menjadi hal yang bisa merubah pendapatnya mengenai produk tersebut. Loyalitas konsumen bisa muncul karena adanya kepuasan pelanggan sebagai akibat dari layanan yang berkualitas dalam memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Griffin, loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli. Mempertahankan loyalitas nasabah merupakan cara yang lebih efisien daripada bank harus mencari nasabah baru. Mempertahankan loyalitas nasabah dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya dengan meningkatkan kinerja sumber daya manusia yang dalam hal ini karyawan bank agar dapat menumbuhkan rasa percaya akan kemampuan bank yang pada akhirnya dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya.¹⁹

3. Produk Funding

Produk *Funding* adalah produk penghimpunan dana bank syariahterbagi menjadi produk dana simpanan produk dana investasi, dimanaperbedaan keduanya terletak pada motif dasar nasabah. Dana

¹⁹Evi Okatviani Satriyanti, Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya, *Journal of Business and Banking*, (Online), Vol. 2, No.2, <https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jbb/article/download/172/123>, 2012 (Diakses Pada 7 Mei 2018)

simpanan merupakan dana pihak ketiga atau dana masyarakat yang dititipkan dan disimpan di bank, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada bank dengan media penarikan tertentu.²⁰

Dalam bank syariah penghimpunan dana dari masyarakat yang dilakukan tidak dengan membedakan nama produk, tetapi melihat pada prinsip, yaitu prinsip *wadiah* dan prinsip *mudharabah*. Apapun nama produknya, yang diperhatikan adalah prinsip yang dipergunakan atas produk tersebut. Hal ini sangat terkait dengan besaran hasil usaha yang akan diperhitungkan dalam pembagian bagi hasil usaha yang dilakukan antara pemilik dana/deposan (*shahibul maal*) dengan bank syariah sebagai *mudharib*.

C. Landasan Filosofi

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk memberikan hasil usahayang baik dan tidak memberikan hasil usaha yang buruk kepada oranglain. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT dalam ayat berikut:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ
مِّنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِءَاخِذِيهِ إِلَّا أَنْ
تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya. Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji.” (QS. Al-Baqarah (2): 267)

²⁰http://hawafiq.blogspot.co.id/2012/12/produk-penghimpunan-dana-funding_4.html
(Diakses Pada 28 Maret 2018)

Pelayanan (*service*) bukan sebatas melayani, melainkan mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan demikian, penyampaian dalam pelayanan akan mengenai *heart share* pelanggan, yang kemudian dapat memperkokoh posisi dalam *mind share* pelanggan. *Heart share* dan *mindshare* tersebut dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau perusahaan.²¹

Pemberian pelayanan dalam perusahaan berbasis islam dan konvensional tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Perbedaannya terletak pada proses penggunaan, yaitu ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik sebaiknya tidak menonjolkan kemewahan. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis dapat bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyiakkan amanah yang menjadi tanggungjawabnya. Hal tersebut sebagaimana sabda Rasulullah SAW dalam hadis berikut:

“Apabila amanah disia-siakan maka tunggulah kehancurannya”. Kemudian seseorang berkata, “Bagaimana caranya menyia-nyiakkan amanah ya Rasulullah?” Rasulullah SAW menjawab, “Apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinyamaka tunggulah kehancurannya.” (HR. Bukhari)

Baik dan buruknya perilaku bisnis para pengusaha akan menentukan sukses dan gagal nya bisnis yang dijalankan. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT dalam ayat berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan

²¹Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Marketing Management : Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017), hal. 179

bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.” (QS. Ali Imran (3): 159)

Setiap manusia dituntut untuk berperilaku lemah lembut agar orang lain merasa nyaman berada didekatnya, termasuk dalam hal pelayanan. Apabila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dan nyaman dengan kelemahan lembutan maka pelanggan dapat beralih ke perusahaan lain. Pelaku bisnis harus menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan merasa nyaman dan terhindar dari rasa takut dan tidak percaya diri terhadap pelayanan yang diberikan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah terkait “Bagaimana Pelayanan Prima dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Produk Funding di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap?”

E. Tujuan Penulisan

Mengacu kepada judul dan permasalahan dalam penulisan penelitian ini, maka dapat dikemukakan tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan ini “Untuk mengetahui Pelayanan Prima dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Produk Funding di PT. BPRS Artha Sampang Cilacap?”

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

- a. Penulis diharapkan mampu mengembangkan dan menerapkan teori yang telah diterima dalam bangku perkuliahan kedalam praktik. Kemudian mampu menumbuhkan sikap profesionalisme kerja yang berdasarkan teori kepraktik dan meningkatkan kemampuan berfikir dalam pemecahan masalah secara ilmiah. Dan tentunya sebagai syarat untuk meraih gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah IAIN Purwokerto.

b. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk *Funding* di BPRS Bumi Artha Sampang.

2. Bagi Akademik

Penulis diharapkan mampu memberikan informasi dan berguna bagi akademisi. Selain itu untuk menambah perbendaharaan ilmiah di perpustakaan IAIN Purwokerto, serta sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang ingin mengangkat permasalahan yang sama.

3. Bagi Bank

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam mengambil langkah-langkah perbaikan agar mengalami kemajuan pada masa yang akan datang dan juga sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kinerja dan pelayanan yang diberikan kepada nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap.

4. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan tambahan informasi bagi mereka yang ingin mengetahui lebih banyak tentang Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk *Funding* di BPRS Bumi Artha Sampang.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan dalam penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif, berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.²²

2. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian lapangan (*field research*), maksudnya data-data yang digunakan dalam penelitian ini, diperoleh melalui studi lapangan yang di susun dengan cara

²²Lexy. J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1998), hlm. 13.

mencatat serta mengumpulkan berbagai data dan informasi yang ditemukan di lapangan.²³

3. Lokasidan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di PT BPRS Bumi Artha Sampang, Cilacap, Jawa Tengah. yang beralamat di Jl. Tugu Barat No. 39 Sampang-Cilacap.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan yaitu dari 22 Januari 2018 sampai dengan 22 Februari 2018.

4. Sumber Data

Dan adapun sumber data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data utama yang diperoleh langsung dari subyek atau pelaku dengan sumber informasi yang dicari dari pengumpulan data yang berasal dari sumber primer berupanya jawab maupun wawancara yang merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung terhadap pihak-pihak yang terkait.²⁴

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung berkaitan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini sumber data sekunder adalah referensi pustaka, yaitu: referensi yang memuat berbagai informasi tertulis dari data-data yang diperoleh di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap. Selain itu, penulis juga menggunakan berbagai sumber pustaka berupa buku-buku, Jurnal, Artikel atau informasi-informasi lain yang memiliki keterkaitan dengan judul yang diangkat penulis sebagai pendukung kelengkapan data.²⁵

²³*Ibid*, hlm. 26.

²⁴Lexy. J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 1998), hlm. 28.

²⁵*Ibid*, hlm. 28.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi digunakan bila penelitian berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala alam, dan responden yang diamati tidak terlalu besar.²⁶ Observasi yang peneliti lakukan disini yaitu dengan melakukan observasi secara langsung terhadap kegiatan operasional yang ada di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap.

b. Interview (Wawancara)

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam topik tersebut.²⁷ Hal ini diperlukan untuk memperoleh gambaran yang jelas dan menyeluruh mengenai obyek penelitian. Proses wawancara dilakukan dengan beberapa pihak dari BPRS Bumi Artha Sampang yang kompeten terhadap permasalahan yang diteliti. Adapun wawancara yang dilakukan dengan Direktur BPRS yaitu Bapak Kuat Sugiyanto di BPRS Bumi Artha Sampang, Cilacap, Jawa Tengah.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dan bias berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.²⁸ Metode ini penulis akan menggunakan data-data dari sumber, berupa catatan-catatan penting seperti data-data tertulis tentang strategi-strategi pelayanan.

6. Teknik Analisis Data

Selanjutnya setelah semua data terkumpul baik dalam berbentuk primer maupun sekunder, maka tahap selanjutnya menganalisis data secara deskriptif untuk memberikan gambaran fakta-fakta yang ada mengenai pelayanan prima, dan nantinya dapat diperoleh kesimpulan.

²⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 203.

²⁷*Ibid*, hlm. 410.

²⁸*Ibid*, hlm. 422.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan gambaran dan informasi yang jelas mengenai penelitian yang akan ditulis oleh penulis, maka penelitian ini disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

1. BAB I : PENDAHULUAN
 Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.
2. BAB III : LANDASAN TEORI
 Dalam bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu serta pembahasan yang berhubungan dengan judul maupun permasalahan yang diteliti.
3. BAB III : HASIL DAN PEMBAHASAN
 Dalam bab ini akan diuraikan dan dibahas mengenai gambaran umum terkait dengan data maupun analisis dari sistem operasional serta berbagai produk yang ada di PT. Bumi Artha Sampang Cilacap.
4. BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN
 Dalam bab terakhir ini terdiri dari kesimpulan maupun penjelasan dari rumusan masalah dalam penelitian serta berisi saran-saran.

Dan selanjutnya bagian akhir dari tugas akhir ini terdiri dari Daftar Pustaka, Lampiran – Lampiran, serta Daftar Riwayat Hidup Penulis

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pelayanan prima yang diterapkan di BPRS Bumi Artha Sampang sudah sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) perusahaan dan sesuai dengan budaya pelayanan prima yang dikembangkan berdasarkan A6 yang diterapkan di BPRS Bumi Artha Sampang lebih menonjol dibidang *Attitude* dan *Attention* yaitu pelayanan yang sangat ramah dan sikap yang sangat sopan hampir tidak ada nasabah yang mengeluh dan memberikan apresiasi yang baik kepada BPRS Bumi Artha Sampang, selain itu perhatian kariawan juga menjadi apresiasi bagi nasabah yang berpendapat bahwa perhatian yang sangat baik kepada nasabah sehingga menjadikan adanya ikatan persaudaraan antara nasabah dan kariawan. Strategi yang digunakan BPRS Bumi Artha Sampang pada pelayanan prima dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah pada produk *funding* yaitu dengan cara melayani nasabah secara cepat dan tepat, menyambut nasabah dengan ramah dan sopan, berpenampilan sesuai syariat islam, mengadakan kunjungan nasabah sakit, menyediakan sarana kritik dan saran, tidak membeda-bedakan nasabah, mengadakan program jemput bola, dan memberikan hadiah kepada nasabah agar merasa puas serta semakin loyal kepada perusahaan. Dengan adanya pelayanan prima yang diterapkan oleh BPRS Buana Mitra Perwira sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah produk-produk BPRS Bumi Artha Sampang.

Kelemahan dari Bank Umum Syari'ah PT. BPRS Bumi Artha Sampang menurut penulis tidak terlalu banyak, prodak-prodak di bank ini sudah-sudah cukup banyak tetapi untuk liquid pencairan dananya tidak terlalu liquid atau mudah dalam mencairkan dana, jadi bank Bank Umum Syari'ah PT. BPRS Bumi Artha Sampang memerlukan beberapa hari untuk diberikan kepada bank untuk proses pencairan dana, biasanya dalam kurun 3-4 hari tergantung jumlah banyaknya dana yang dicairkan.

Dengan pelayanan dan strategi yang telah dilakukan oleh PT. BPRS Bumi Artha Sampang terhadap nasabah. Maka mereka semakin percaya

dengan produk-produk dan pelayanan PT. BPRS Bumi Artha Sampang tersebut untuk berinteraksi di dalamnya. Apabila seorang nasabah puas terhadap pelayanan yang diberikan, maka nasabah akan loyal pada bank tersebut.

B. Saran-saran

Setelah melakukan penelitian dan pengamatan keadaan serta situasi di PT. BPRS Bumi Artha Sampang, maka peneliti memberikan saran yang bermanfaat bagi PT. BPRS Bumi Artha Sampang untuk kedepannya, antara lain:

1. Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya, khususnya penelitian-penelitian yang berkenaan dengan pelayanan prima yang ada di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap.
2. Untuk mempertahankan loyalitas nasabah sebaiknya PT. BPRS Bumi Artha Sampang lebih mencermati lagi pelayanan dalam hal monitoring keluhan-keluhan nasabah, selalu *responsive* terhadap nasabah serta memberikan pelayanan berkelas bagi nasabahnya.
3. Peningkatan loyalitas nasabah juga dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya terhadap nasabah agar nasabah puas. Dan bahkan kalau bisa sistem pelayanan yang ada di PT. BPRS Bumi Artha Sampang tersebut berbeda dengan sistem pelayanan yang di terapkan oleh BPRS lain.
4. Dalam pencairan dana yang dilakukan di Bank Umum Syari'ah PT. BPRS Bumi Artha Sampang harus mempperhitungkan waktu pencairan dana sehingga nasabah tidak menunggu lama untuk menunggu keluarnya dana yang akan diambil.

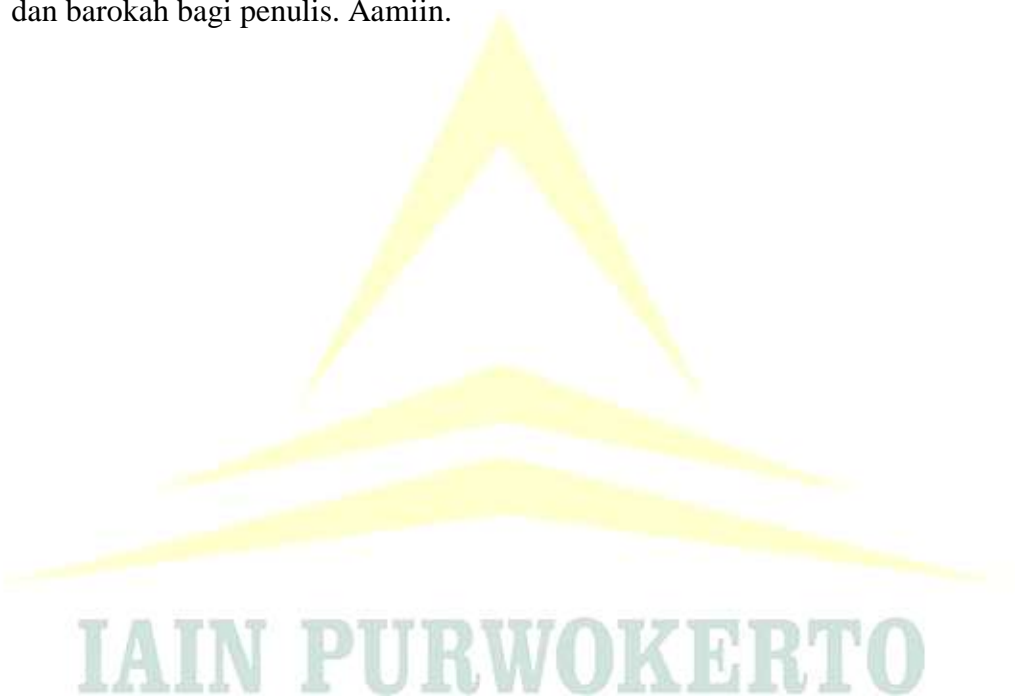
C. Penutup

Dengan memanjatkan rasa syukur yang tiada batasan kepada Alloh Swt, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan ini. Penulis mengucapkan

terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penulisan ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih terdapat banyak kesalahan yang belum sempat diperbaiki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang ada dalam penulisan ini dan senantiasa mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang membangun, agar dapat meningkatkan kualitas keilmuan, wawasan dan pengetahuan penulis.

Semoga tugas akhir yang penulis buat ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca, dan semoga Allah Swt selalu memberikan ilmu yang bermanfaat dan barokah bagi penulis. Aamiin.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ascarya, 2011. *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Adiwarman A. Karim, 2010. *Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo.
- B Tregoe, Benjamin dan John W Zimmerman, 1980, *Top Management Strategy* terj. R.A Rivai, Jakarta: Erlangga.
- Dewi Nurul Musjtari, 2002. *Penyelesaian Sengketa Dalam Produk Perbankan Syariah*, Yogyakarta: Nuha Medika.
- Douglas W Foster, 1981. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Fandy Tjiptono, 2010. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 2002. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Heri Sudarsono, 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta:Ekonisia.
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, 2006. *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka.
- Ismail Solihin, 2012. *Manajemen Strategik*, Jakarta:Erlangga.
- Jumingan,2009. *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksara.
- J Moleong, Lexy, 1998, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kasmir, 2005, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media.
- Kasmir. 2010, *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- LSPP dan IBI, 2014. *Mengelola Kredit Secara Sehat*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Melayu S.P.Hasibun, 2009. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksa.
- Muhammad Ismail Yusanto,Muhammad Karebet Widjajakusuma. 2008. *Menggagas Bisnis Islam* ,Jakarta:Gema Isnani.
- Muhammad, 2005, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP AMPYKPN.

- Muhammad, 2004, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: Ekonisia.
- Muhammad Syafii Antonio. *Bank Syariah: Teori dan Praktik*.
- Murti Sumarni, 2002. *Manajemen Pemasaran Bank* Edisi Revisi, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Ofjan Assauri, 2004. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Pandji Anoraga, 2009. *Manajemen bisnis*, Jakarta: PT.Rnieka Cipta.
- Save M. Dagon, 2000. *Kamus Dasar Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: LPKN.
- Sumarni, Murti, 2002, *Manajemen Pemasaran Bank* Edisi Revisi, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta.
- Sofjan Assauri, 2004. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Sofjan Assauri, 2008. *Manajemen Pemasaran Teknik Data Konsep dan Strategi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Umam, Khaerul, 2013 *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Viethzal Rivai, Andri Permata, 2009 . *Islamic Financial Manajemen*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Non Buku

- Rajif Nasrulloh, 2015. *Strategi Pemasaran Tabungan IB Insani di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Gunung Slamet Cilacap*, IAIN Purwokerto.
- Wiwit Endang Saraswati, 2015. *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mudharabah Modal Kerja pada PT BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap*, IAIN Purwokerto.
- Nur Aida Fitriani, 2015. *Penerapan Akad Wadiah dan Mudharabah pada Produk Tabungan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga*, IAIN Purwokerto.

Munashihatul Ummah, 2018, *Strategi Pemasaran Pembiayaan iB Kepemilikan Kepada Nasabah Pegawai Di BPRS Gunung Slamet Cilacap*, Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto.

Fajriyah Ulfah Rahmawati, 2017, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah Dengan Akad Wadi'ah Di BRI Syariah KCP Purbalingga*, Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto.

Munashihatul Ummah, 2018, *Strategi Pemasaran Pembiayaan iB Kepemilikan Kepada Nasabah Pegawai Di BPRS Gunung Slamet Cilacap*, Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto.

Syafiyatul Khusnaeni Kurniasih, 2017, *Strategi Pemasaran Tabungan Basirah Di BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto*, Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto.

Awalia Putri Septiana, 2016, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pas Leksana Kepada Nasabah Non Muslim Di BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon Banyumas*, Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto.

Rafii Satrio Utomo, 2017, *Strategi Pemasaan "Operasi Pasar" Di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja, Cilacap*, Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto.

https://www.brisyariah.co.id/tentang_kami.php?f=sejarah, diakses pada tanggal 12 Mei 2018, pukul 14.58 WIB.

<https://alkitab.sabda.org/passage.php?passage=Luk+6:34+6:35+11:42+18:1+18:12+24:21> diakses pada Tanggal 26 Oktober 2018.

<https://banksyariahindo.wordpress.com/2011/08?tafsir-al-baqarah-ayat-278/> diakses pada Tanggal 26 Oktober 2018.