### **BABI**

## **PENDAHULUAN**

## A. Latar Belakang Masalah

Dalam pembangunan ekonomi dalam suatu negara, sektor jasa menempati kedudukan yang sangat penting sehingga tidak bisa diabaikan. Terbukti bahwa saat ini, tidak hanya barang yang dijadikan lahan bisnis melainkan bisnis jasa juga marak. Berkembangnya jasa-jasa ini disebabkan dengan semakin dewasanya perekonomian dan meningkatnya taraf hidup. Salah satunya lembaga yang menawarkan jasa adalah munculnya lembaga keuangan. Munculnya banyak lembaga keuangan yang beroperasi merupakan fenomena aktual yang menarik. Dengan adanya Undang-Undang Perbankan yang menjadi landasan inilah memacu munculnya lembaga keuangan berprinsip syariah yang berupaya menghimpun dan menyalurkan dana bebas bunga dan lebih mengedepankan prinsip bagi hasil.

Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana itu ke masyarakat serta memberikan jasa- jasa bank lainnya. Jadi selain menghimpun dan menyalurkan bank juga memberikan jasa-jasa seperti: pengiriman uang, penagihan, *letter of credit, safe deposit box*, bank garansi dan lain- lain. Sehingga dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa keuangan, maka peran dunia perbankan semakin

dibutuhkan. Perbankan semakin mendominasi kehidupan masyarakat terutama yang berkaitan dengan ekonomi dan bisnis.

Bisnis yang sukses adalah bisnis yang dapat memiliki pelanggan yang loyal. Menurut Peter Drucker tugas pertama sebuah perusahaan adalah "menciptakan pelanggan". Akan tetapi, pelanggan masa kini menghadapi beraneka ragam pilihan produk, merek, harga, dan pemasok. Untuk itulah perusahaan dituntut untuk mampu memupuk keunggulan yang kompetitif melalui upaya-upaya yang lebih kreatif, inovatif, serta efisien, sehingga menjadi pilihan dari banyak pelanggan yang diharapkan akan tetap loyal, selain itu perusahaan harus menjalankan konsep pemasaran yang menekankan pada pelayanan pelanggan yang lebih baik dari pesaingnya.

Persaingan adalah hal yang wajar dalam bisnis seperti pada era dimana perkembangan teknologi semakin maju saat ini, banyak perusahaan yang bersaing dalam menarik pelanggan dalam berbisnis. Setiap perusahaan dalam berbisnis menginginkan hal tertentu untuk memuaskan para pelanggan dan para pihak yang berkepentingan di dalamnya. Dewasa ini dalam perdagangan bebas, perusahaan dituntut dapat menemukan dan membangun sistem manajemen yang mampu secara professional dalam proses pemasarannya.

Pemasaran adalah suatu kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Ombak, 2015), hal. 32

pertukaran.<sup>2</sup> Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa peran dari pemasaran itu sangatlah penting. Pemasaran selalu mendorong melakukan adanya penelitian dan inovasi, sehingga menimbulkan adanya produkproduk baru yang menggugah dan menarik konsumen, selain itu adanya pemasaran juga dapat mengukur sejauh mana pelanggan puas terhadap produk- produk yang ada. Meskipun begitu tidak mudah untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Pelanggan yang dihadapi saat ini adalah pelanggan yang lebih terdidik dan menyadari hakhaknya. Sehingga perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik, dan adanya perhatian kepada pelanggan.

Adanya peningkatan taraf hidup masyarakat, menyebabkan masyarakat ingin dilayani lebih baik lagi, sesuai dengan apa yang dapat memenuhi keinginannya. Dalam hal ini, masyarakat tidak hanya memikirkan kebutuhannya saja tetapi sudah meningkat menjadi memikirkan keinginannya juga. Sehingga, kegiatan pemasaran akan lebih kompleks lagi yang semula hanya melakukan distribusi dan promosi, sekarang harus ditambah lagi dengan pengembangan produk, penetapan harga, dan pelayanan kepada pelanggan.

Tolak ukur untuk keberhasilan suatu bank, salah satunya bergantung pada ketertarikan nasabah. Semakin banyak nasabah yang tertarik, maka semakin banyak dana yang terhimpun dan diputarkan

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), hal. 5

kembali dengan meraih profitabilitas secara maksimal. Pada situasi dengan tingkat persaingan yang ketat ini, nasabah seringkali tidak mempunyai loyalitas kepada suatu bank karena banyaknya tawaran yang diberikan kepada nasabah dan nasabah akan senantiasa memilih tawaran yang paling menguntungkan baginya.

Dalam suatu bank, kepuasan nasabah adalah faktor penting yang harus diperhatikan. Nasabah yang tidak puas tidak akan mengulangi lagi memilih jasa pada bank yang sama mengingat sekarang ini banyak pilihan jasa bank yang lain. Nasabah akan cenderung membandingkan bank satu dengan yang lainnya dan memilih bank sesuai selera dan keinginan mereka. Perekonomian di era global khususnya bisnis di bidang jasa perbankan mengalami perkembangan yang menggembirakan. Dikarenakan banyak peluang bisnis yang muncul dari sektor ini.

Persaingan yang terjadi dititikberatkan pada kualitas dari jasa itu. Kualitas pelayanan lebih menekankan pada kepuasan pelanggan. Maka dari itu, perusahaan perlu membangun sistem manajemen kualitas jasa, mengindentifikasi kesenjangan yang mungkin terjadi, serta pengaruhnya bagi kepuasan konsumen dan perilaku konsumen purna layanannya. Melalui pemahaman ini diharapkan perusahaan jasa akan mampu mengeliminasi tuntutan konsumen dan mengoptimalkan kepuasan pelanggannya.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Agus Eko Sujianto dan Rokhmat Subagiyo, *Membangun Loyalitas Nasabah*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung Press, 2014), hal. 2

Manfaat utama dari fokus pelanggan yang kuat dan tingkat kepuasan pelanggan adalah tercapainya tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi. Dengan loyalitas pelanggan, prioritas yang diutamakan adalah menjaga hubungan baik dan berkelanjutan dengan para pelanggan. Suatu bisnis dengan fokus pelanggan yang kuat akan menjadikan kedudukan terbaik bagi perusahaan untuk pengembangan dan pengimplementasian strategi dalam menyerahkan dan menyampaikan tingkat kepuasan yang tinggi dan loyalitas pelanggan. Pada industri perbankan, kesetiaan nasabah merupakan salah satu bukti bahwa bank tersebut telah mampu bersaing dalam memberikan pelayanan prima pada setiap nasabah.

Layanan prima (*service of excellence*) adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan. Jadi pelayanan yang baik dapat dikatakan kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditentukan, dilakukan dengan ramah, cepat, tanggap dan adil sesuai dengan etika yang baik.

Salah satu bagian *front liner* yaitu *customer service* (CS) yang memiliki peran sangat penting. CS adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>5</sup> Tugas utama CS adalah memberikan pelayanan dan membina pelayanan, melayani para nasabah dan selalu berusaha menarik dengan

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Sofjan Assauri, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*, ( Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 7

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 202

cara meyakinkan para calon nasabah dengan baik. Selain itu pelayanan juga diberikan oleh *teller*. *Teller* lebih banyak berhubungan kepada nasabah dalam bidang penyetoran dan penarikan uang, akan tetapi walaupun peran *teller* tidak sama dengan CS, *teller* juga dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap para nasabah. Daya tanggap dari seorang karyawan dalam merespon dan membantu konsumen untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap merupakan suatu alat pengukur sederhana dalam kualitas pelayanan yang ada di lembaga keuangan tersebut.

Pada akhirnya pelayanan yang baik akan mampu memberikan kepuasan kepada nasabah, selain itu juga mampu mempertahankan nasabah yang ada untuk terus mengkonsumsi atau membeli produk yang di tawarkan, serta mampu untuk menarik calon nasabah baru untuk mencobanya. Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan *image* perusahaan sehingga citra bank di mata nasabah terus meningkat dan memunculkan sifat loyal nasabah. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang kualitas pelayanan.

Tabel 1.1 Bank Syariah Terbaik dalam Pelayanan Prima Periode 2013-2014

Peringkat	2013	2014	
1.	Bank Muamalat	Bank Mandiri Syariah	
2.	Permata Bank Syariah Permata Bank Syar		
3.	Bank Mandiri Syariah	BCA Syariah	
4.	BCA Syariah	Bank Muamalat	
5.	CIMB Niaga Syariah	BRI Syariah	
6.	BII Syariah	BTN Syariah	
7.	BNI Syariah	Bukopin Syariah	
8.	Danamon Syariah	CIMB Niaga Syariah	

9.	BRI Syariah	OCBC NISP Syariah
10.	BTN Syariah	BII Syariah

Sumber: Majalah Infobank No.410/ Mei 2013/Vol. XXXV & Majalah Infobank No. 422/Mei 2014/Vol. XXXVI

Dari tabel 1.1 yang merupakan hasil penilaian *Marketing Research Indonesia* (MRI) yang bekerja sama dengan majalah Infobank terlihat bahwa seluruh bank syariah berlomba-lomba dalam memberikan pelayanan terbaik kepada para nasabah. Salah satu bank syariah yang turut bersaing yaitu Bank Mandiri Syariah. Bahkan pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pada tahun 2018, Bank Mandiri Syariah menjadi peraih *Special Award Service Excellence 2018* yang diberikan oleh Majalah Infobank bekerjasama dengan *Marketing Research Indonesia* (MRI) sebagai bentuk apresiasi kepada bank yang telah berhasil memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah. Hasil ini mengindikasikan bahwa layanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan nasabah, akan tetapi bagaimana Bank Mandiri Syariah mempertahankan prestasi yang telah dicapai bahkan menjadi lebih baik pada tahun-tahun berikutnya untuk memperoleh loyalitas nasabah.

Tabel 1.2 Peraih Special Award Service Excellence 2018

Peringkat	Nama Bank
1.	Bank Mandiri Syariah
2.	BNI Syariah
3.	BCA Syariah
4.	Bank Muamalat
5.	BRI Syariah

Sumber: infobanknews.com/service-excellence2018

Bank Madiri Syariah atau yang biasa di sebut Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan salah satu bank syariah terbesar yang memiliki komitmen untuk menyediakan jasa keuangan terkemuka di Indonesia. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, Bank Syariah Mandiri menyadari pentingnya memuaskan nasabah.

Tabel 1.3 Sales Kit Produk Bank Syariah Mandiri

	Sales Kit Produk Bank Syariah Mandiri				
No.	Nama Produk	Jenisnya			
1.	Pendanaan:				
	a. Tabungan Reguler	Tabungan BSM			
		BSM Tabungan Simpatik			
	b. Tabungan Berjangka	Tabungan Berencana			
		BSM Tabungan Investa Cendekia			
	c. Lainnya	Tabunganku			
		BSM Tabungan Mabrur			
		BSM Tabungan Mabrur Junior			
		BSM Giro			
		BSM Giro Valas			
		BSM Deposito			
		BSM Deposito Valas			
2.	Investasi	Reksa Dana Syariah			
		Bancaassurance Syariah			
		Sukuk Negara Ritel			
3.	Pembiayaan	BSM Oto			
		BSM Griya			
		BSM MMOB			
		BSM Warung Mikro			
		BSM Dana Berputar			
		BSM Gadai Emas			
4.	Layanan E-Banking	BSM Card			
		BSM Notifikasi			
		BSM Call			
		BSM Net Banking			
		BSM Mobile Banking			
		BSM ATM			

Sumber: www.syariahmandiri.co.id

Pada tabel 1.4 dapat dilihat bahwa produk-produk dari Bank Syariah Mandiri baik di pusat dan di kantor cabang semuanya sama. Sehingga baik itu kantor pusat maupun kantor cabang atau pembantu memiliki kewajiban yang sama dalam hal pemasaran produk-produk Bank Syariah Mandiri untuk diperkenalkan kepada nasabah-nasabahnya.

Salah satu kantor cabang pembantu Bank Syariah Mandiri adalah Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. BSM KCP Tulungagung ini menyadari bahwa nasabah itu sangat penting karena suatu bisnis dapat berjalan dan operasional dapat bekerja dengan adanya nasabah, kita ibaratkan nasabah adalah roda dari BSM itu sendiri. Bahkan BSM KCP Tulungagung, melakukan penilaian secara intern bagi karyawannya untuk meningkatkan kinerja sehingga apa yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan harapan nasabah.<sup>6</sup>

Tabel 1.4 Perkembangan Jumlah Rekening Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung

Nama Duadult	Tahun		
Nama Produk	2016	2017	2018
Pendanaan:			
1. Tabungan	10.554	11.120	12.491
2. Deposito	165	194	222
3. Giro	63	63	63
Pembiayaan	344	402	435
Jumlah	11.126	11.779	13.211

Sumber: Data Intern BSM KCP Tulungagung

Tabel 1.5 Perkembangan Jumlah Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung

Nama Duadula	Tahun		
Nama Produk	2016	2017	2018
Pendanaan:			
1. Tabungan	10.553	11.120	12.450
2. Deposito	162	192	220
3. Giro	60	60	60

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Wawancara dengan Bapak Komarudin (Branch Operation & Service Manager BSM KCP Tulungagung), tanggal 06 Februari 2019

Pembiayaan	333	397	416
Jumlah	11.108	11.769	13.146

Sumber: Data Intern BSM KCP Tulungagung

Dapat dilihat dari tabel 1.4 dan 1.5 dimana perkembangan jumlah rekening dan jumlah nasabah pada produk pendanaan dan pembiayaan yang setiap tahun mengalami peningkatan. Apakah ini merupakan kontribusi dari kantor cabang pembantu dalam pencapaian Bank Syariah Mandiri yang selama lima tahun berturut-turut dapat mempertahankan prestasinya dalam *service excellent*. Dari hal tersebut maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

Dalam rangka memenangkan persaingan dalam bisnis perbankan, salah satunya dengan mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah terhadap produk-produk layanannya serta kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan ini dapat diukur dengan 5 atribut pelayanan, yaitu: *reliability, responsiveness, assurance, emphaty*, dan *tangible*.

Maka, dari uraian latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam tentang kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah, karena ingin mengetahui bagaimana tanggapan nasabah tentang pelayanan yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung selama ini, seberapa besar tingkat kepuasan nasabah terhadap peranan penting pelayanan oleh sumber daya manusia yang ada dalam Bank. Dan dapat menjawab apakah dari pencapaian yang baik oleh BSM pusat merupakan salah satu kontribusi dari BSM KCP Tulungagung. Sehingga

dapat terciptanya peningkatan loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis*. Metode ini merupakan metode untuk meneliti kualitas dan kepuasan konsumen di industri jasa pelayanan.<sup>7</sup> Dengan metode ini diharapkan peneliti dapat mengetahui atribut-atribut dari kualitas pelayanan yang baik bagi Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung dan dapat menilai atau memperbaiki atribut yang dirasa kurang memuaskan bagi nasabah.

Sehubungan dengan hal tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN PENDEKATAN IMPORTANCE PERFOMANCE ANALYSIS DI BANK SYARIAH MANDIRI KCP TULUNGAGUNG".

### B. Identifikasi Masalah

Penelitian ini mengkaji mengenai dimensi kualitas pelayanan dengan pendekatan *Importance Perfomance Analysis* di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Fokus penelitian ini hanya untuk nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

\_

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Serqual, QFD, dan Kano: Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*, (Jakarta: PT Indeks, 2011), hal. 75

### C. Rumusan Masalah

- 1. Apakah ada pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atau kepuasan pada Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung?
- 2. Manakah faktor yang harus dipertahankan dan diperbaiki dari dimensi keandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), Empati (Emphaty), dan berwujud (*Tangible*) oleh Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung dengan pendekatan *Importance Perfomance Analysis*?

## D. Tujuan Penelitian

- Untuk menganalisa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atau kepuasan pada Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.
- Untuk menganalisa atribut kualitas pelayanan jasa yang perlu dipertahankan dan diperbaiki oleh Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

## E. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pihak-pihak yang berkaitan secara spesifik, manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah:

#### 1. Secara Teoritis

- a. Acuan atau dasar teoretis bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan pembahasan mengenai masalah kualitas pelayanan dan sebagai sumbangsih pemikiran dalam bidang manajemen pemasaran dan manajemen sumber daya manusia.
- Untuk pengembangan penelitian di bidang lembaga keuangan syariah.

### 2. Secara Praktis

- a. Lembaga Keuangan Syariah Khususnya Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Sebagai bahan masukan atau pertimbangan oleh lembaga keuangan syariah untuk pengambilan kebijakan atau strategi dalam manajemen pemasaran.
- b. Untuk peneliti lanjutan hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dalam kajian penelitian dengan tema yang sama.

# F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini digunakan untuk membatasi permasalahan penelitian yang akan diteliti sehingga tidak menyimpang dari tujuan yang akan dicapai. Dan ada keterbatasan waktu, dana, tenaga, dan teori-teori dari penulis. Adapun ruang lingkup dan batasan penelitian ini adalah:

- 1. Variabel kualitas pelayanan merupakan variabel independen yang terdiri dari lima dimensi yaitu reliability, responsiveness, assurance, emphaty dan tangible.
- 2. Subyek penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.
- 3. Penelitian ini hanya mengkaji tentang dimensi kualitas pelayanan dengan pendekatan importance perfomance analysis.

## G. Penegasan Istilah

# 1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah definisi yang diambil dari pendapat atau teori dari pakar sesuai dengan tema yang diteliti. Adapun istilah konseptual dalam penelitian ini adalah:

## a. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan adalah perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan.<sup>8</sup>

b. Pendekatan Importance Perfomance Analysis

Metode Importance Performance Analysis (IPA) adalah prosedur untuk menunjukkan kepentingan relatif berbagai atribut terhadap kinerja organisasi atau perusahaan.<sup>9</sup>

 <sup>8</sup> Agus Eko Sujianto dan Rokhmat Subagiyo, Membangun Loyalitas Nasabah..., hal. 25
<sup>9</sup> Tony Wijaya, Manajemen Kualitas Jasa: Desain Serqual, QFD, dan Kano: Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian...,hal. 75

## 2. Definisi Operasional

Dari judul diatas maka secara operasional dapat dikatakan bahwa peneliti ingin menganalisis kualitas pelayanan dengan pendekatan *importance performance analysis* pada Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Meliputi kualitas pelayanan yang dibagi menjadi 5 dimensi yaitu : *reliability* ( keandalan), *responsiveness* ( ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* ( berwujud).

### H. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian dalam skripsi ini disajikan dalam enam bab yang disetiap babnya terdapat sub bab. Sebagai perincian dari bab- bab tersebut, maka sistematika penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini akan memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini yang didalamnya membahas beberapa unsur yang terdiri dari: a) latar belakang masalah, b) identifikasi masalah, c) rumusan masalah, d) tujuan penelitian, e) kegunaan peneltian, f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, g) penegasan istilah, h) sistematika penelitian.

### BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini, akan diuraikan berbagai teori, konsep dan anggapan dasar tentang teori dari variabel- variabel peneitian. Dalam bab ini terdiri

dari: a) kerangka teori, b) tinjauan penetian terdahulu, c) posisi peneliti, d) kerangka konseptual.

## BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini memuat rancangan penelitian yang terdiri dari: a) pendekatan dan jenis penelitian, b) populasi dan sampel, c) data, variabel, dan skala pengukuran, d) teknik pengumpulan dan dan instrumen penelitian, e) teknik analisis data.

## BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini memuat deskripsi singkat hasil penelitian, terdiri dari: a) deskripsi karakteristik data, dan b) analisis data penelitian.

### BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan pembahasan temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian.

## BAB VI PENUTUP

Pada bab ini akan memuat kesimpulan dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan yang dilanjutkan dengan bagian akhir skripsi, yakni daftar rujukan, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.