

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Dibawah ini, penulis telah memilih beberapa hasil penelitian yang relevan dengan judul dari penelitian yang dilakukan oleh penulis serta dapat mendukung penelitian ini dengan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang terdapat pada setiap penelitian tersebut. Adapun diantaranya:

Azka Al Afifah dengan judul, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah”. Hasil dari penelitian ini adalah secara simultan atau keseluruhan Variabel Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Kontribusi seluruh variabel bebas terhadap Loyalitas Nasabah sebesar 0,847% sisanya 15,3% dijelaskan pada variabel diluar penelitian tersebut.

Persamaan dan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis adalah, penelitian ini menggunakan beberapa variabel bebas yang sama dengan penelitian penulis yaitu Kualitas layanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2). Adapun perbedaannya, penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang, penelitian ini memiliki variabel Kepuasan sebagai variabel bebas (X_3) dan yang menjadi variabel terikatnya adalah Loyalitas Nasabah (Y).¹

M. Taufik Reza dengan judul penelitian, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mega TBK Cabang Makassar”. Dari hasil penelitian ini, menyimpulkan hasil analisis regresi antara faktor-

¹Azka Al Afifah, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang”); Skripsi sarjana ; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam : Palembang

faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah (keunggulan produk, rasa percaya, pelayanan) maka diperoleh hasil koefisien regresi yang positif dan signifikan secara parsial. Hal ini dapat diuji secara parsial antara keunggulan produk dengan kepuasan nasabah dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan dan positif, sedangkan rasa percaya dan pelayanan setelah diuji secara parsial dapat dikatakan berpengaruh secara positif dan signifikan. Variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah pelayanan.

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah, ada beberapa variabel bebas yang sama dalam penelitian ini yaitu Rasa Percaya dan Pelayanan dan juga untuk variabel terikatnya yang sama-sama meneliti tentang Kepuasan Nasabah. Adapun perbedaannya, penelitian ini dilakukan di PT. Bank Mega TBK Cabang Makassar, penelitian ini juga menggunakan tiga variabel bebas pada penelitiannya.²

²M. Taufik Reza, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mega TBK Cabang Makassar; skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi; Makassar

B. Deskripsi Teori

1. Bank Syariah

Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Fungsi lainnya ialah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerjasama usaha.³

Bank Islam atau biasa disebut dengan bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis atau dengan kata lain bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.⁴

Bank Syariah Menurut Jenisnya

a. Menurut jenisnya, bank syariah terdiri dari:⁵

- 1) Bank Umum Syariah (BUS), adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan bank nondevisa. Bank devisa adalah bank yang dapat melaksanakan transaksi keluar negeri atau yang berhubungan dengan mata

³Ismail, *Perbankan Syariah*, Ed. 1 (Jakarta: Prenadamedia Group 2011), h. 25

⁴Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (cet. I; Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 2

⁵Andi Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2014), h. 61

uang asing secara keseluruhan seperti transfer ke luar negeri, inkaso ke luar negeri, pembukaan *letter of credit* dan sebagainya.

- 2) Unit Usaha Syariah (UUS), 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, atau unit kerja kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah atau unit Usaha syariah UUS berada satu tingkat dibawah direksi bank umum konvensional bersangkutan. UUS dapat berusaha sebagai bank devisa atau bank nondevisa.
- 3) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bentuk hukum BPRS adalah perseroan terbatas. BPRS hanya boleh dimiliki oleh WNI atau badan hukum Indonesia dengan pemerintah daerah.

b. Dalil Tentang Bank Syariah

Semangat untuk menerapkan ajaran Islam dengan *kaffah*, menjadikan umat Islam menerapkan nilai-nilai ajarannya pada semua dimensi kehidupan, termasuk dalam dunia perbankan yang menghindari praktek-praktek yang mengandung haram, seperti penerapan bunga yang terdapat dalam bank konvensional. Dalam Bank Syariah, bunga dikategorikan sebagai riba yang haram diterapkan dalam praktek perbankan. Karena tidak sesuai dengan prinsip Islam yang mengharamkan riba.

Pada QS. Al-Baqarah ayat 275, berbunyi :

إِنَّكَ الْمَسِيءُ مِنَ الشَّيْطَانِ يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَقُومُ كَمَا لَا يَقُومُونَ لَا الرِّبَايَا كُلُّونَ الَّذِينَ
رَبِّهِمْ مِنْ مَوْعِظَةٍ جَاءَهُ فَمَنْ الرِّبَا أَوْ حَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحْلَى الرِّبَا مِثْلُ الْبَيْعِ إِنَّمَا قَالُوا بَاءَ نَهْمُ ذ

خَلِدُوا فِيهَا هُمُ النَّارُ أَصْحَابُهَا وَلَتَكُنَّ عَادُو مَسْ. اللَّهُ إِلَى وَأَمْرُهُ سَلَفَ مَا فَلَهُ فَاَنْتَهَى



Terjemahannya:

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.⁶

Ayat di atas sesuai dengan misi perbankan syariah yang memberikan keadilan bagi semua pihak dan kemaslahatan bagi masyarakat luas.

a. Tujuan Bank Syariah

Secara umum tujuan berdirinya bank syariah adalah dapat memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pembiayaan-pembiayaan yang dikeluarkan oleh bank syariah. Adapun secara khusus tujuan bank syariah diantaranya:⁷

⁶Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : PT. Kumudasmoro Grafindo Semarang, 1994)

⁷Muhammad, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi* (Yogyakarta : UII Press, 2006), h. 15

- 1) Menjadikan perekat nasionalisme baru, artinya bank syariah dapat menjadi fasilitator aktif bagi terbentuknya jaringan usaha ekonomi kerakyatan.
- 2) Memberdayakan ekonomi masyarakat dan beroperasi secara transparan, artinya pengelolaan dan bank syariah harus didasarkan pada visi ekonomi kerakyatan dan upaya ini terwujud apabila ada mekanisme operasi yang transparan.
- 3) Memberikan *return* yang lebih baik, artinya investasi bank syariah tidak memberikan janji yang pasti mengenai *return* yang diberikan kepada investor karena tergantung besarnya *return*. Apabila keuntungan lebih besar, investor ikut menikmati dalam jumlah lebih besar.
- 4) Mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan, artinya bank syariah lebih mengarahkan dananya untuk transaksi produktif.
- 5) Mendorong pemerataan pendapatan, artinya salah satu transaksi yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional adalah pengumpulan dana Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS). Peranan ZIS sendiri diantaranya untuk pemerataan pendapatan masyarakat.
- 6) Meningkatkan efisiensi mobilisasi dana.
- 7) *Uswah Hasanah* sebagai implementasi moral dalam penyelenggaraan usaha bank.

2. Teori Kualitas Layanan

a. Pengertian Layanan Kepuasan

Kualitas adalah tingkat baik buruknya atau taraf atau derajat sesuatu. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan pelayanan

merupakan kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.⁸ Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap pelayanan di suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen atau nasabah, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut Kotler⁹ Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan suatu perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Dari beberapa definisi diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau

⁸ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), h. 123

⁹ Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian), (Jakarta: Selemba Empat, 2002), h. 129

service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan dan hubungan serta kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atau nasabah atas pelayanan nyata yang mereka terima dengan harapan yang sesungguhnya mereka inginkan tentang pelayanan di suatu perusahaan guna untuk mencapai kepuasan yang diharapkan.

b. Etika Pelayanan Nasabah

Semua pihak baik dari direksi, manajer dan karyawan harus bisa bekerjasama dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah. Untuk menghasilkan pelayanan yang berkualitas baik, maka karyawan baik bank syariah maupun bank konvensional harus memiliki pengetahuan tentang perbankan dan tentunya harus memiliki etika yang baik pula. Untuk itu, dasar-dasar dalam etika perbankan yang harus dijalankan oleh setiap karyawan bank, yaitu:

- 1) Transaksi harus dilayani dengan cepat, cermat, tepat dan akurat. Cepat maksudnya adalah waktu pelayanan yang tidak terlalu lama dan tidak membiarkan nasabah terlalu lama mengantri untuk dilayani. Cermat artinya pelayanan yang diberikan harus teliti dan tidak boleh ada yang tidak sesuai dengan standar pelayanan. Tepat artinya pelayanan diberikan sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh nasabah.
- 2) Karyawan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah.
- 3) Karyawan bank juga wajib menguasai sistem prosedur pelayanan.
- 4) Jika ada nasabah yang mengadukan atau menyampaikan keluhan, maka karyawan bank harus tanggap untuk menyelesaikan masalah nasabah.

- 5) Menciptakan hubungan yang baik antara pimpinan dan karyawan lainnya serta dengan nasabah.
- 6) Diharapkan karyawan bank harus berlaku sopan, ramah dan selalu sigap membantu nasabah.
- 7) Harus menjaga perasaan atau dapat menontrol emosi agar nasabah merasa tenang, aman dan nyaman ketika bertransaksi di bank agar bank dapat memperoleh kepercayaan nasabah.
- 8) Karyawan harus selalu meunjukkan sikap yang meyenangkan kepada nasabah.
- 9) Penataan ruangan, peralatan serta lingkungan kantor yang memenuhi syarat.

Dalam melayani nasabah, etika karyawan bank harus sesuai dengan prosedur sehingga ketika nasabah datang ke bank tersebut, nasabah merasa dihargai dan dihormati sehingga dapat menimbulkan suasana keakraban dan keharmonisan antara pihak bank dengan nasabah.¹⁰

c. Larangan dalam Etika Pelayanan

Etika pelayanan dalam bank bertujuan supaya pelayanan yang diberikan kepada setiap calon nasabah atau yang telah menjadi nasabah menjadi lebih optimal sehingga tujuan bank dapat tercapai. Selain itu, ada hal-hal yang tidak boleh dilanggar dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dari awal sampai berakhirnya pelayanan. Larangan-larangan dalam etika pelayanan harus diperhatikan oleh pihak bank syariah maupun nasabah, agar larangan-larangan tersebut tidak terjadi. Adapun larangan yang dimaksud, yaitu:¹¹

- 1) Dilarang berpakaian sembarangan

¹⁰ Muhammad Nur Rianto Al Arif. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 169

¹¹ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006) , h. 103

Karyawan bank dilarang berpakaian sembarangan terutama pada saat jam kerja dan ketika melayani nasabah. Karyawan laki-laki dilarang menggulung baju kemeja atau tidak memasukkan baju ke dalam dan dilarang menggunakan aksesoris berlebihan.

2) Dilarang melayani nasabah sambil makan

Ketika sedang melayani nasabah, karyawan dilarang melayani sambil makan, minum, mengunyah sesuatu ataupun merokok, karena apabila hal itu dilakukan akan menyebabkan berkurangnya konsentrasi dalam melayani nasabah.

3) Dilarang melayani nasabah sambil mengobrol atau bercanda

Sebaiknya dalam melayani nasabah, karyawan jangan mengobrol dan bercanda dengan karyawan lain dalam kondisi apapun. Fokuskan pembicaraan hanya dengan nasabah yang sedang dilayani. Jika hal tersebut dilanggar, maka kemungkinan nasabah akan tersinggung karena dianggap tidak serius dengan pekerjaannya.

4) Dilarang menampilkan wajah yang tidak menyenangkan

Karyawan dilarang menampilkan wajah yang kurang menyenangkan seperti wajah yang cemberut, memelas atau sedih pada saat melayani nasabah. Karyawan yang melayani nasabah dengan wajah yang kurang menyenangkan, dianggap melayani karena terpaksa. Maka dari itu, di depan nasabah, karyawan harus selalu menampilkan wajah yang riang dan ceria.

5) Dilarang berdebat atau menyanggah

Karyawan dilarang berdebat atau memperdebatkan tentang pendapat nasabah, sekalipun pendapat nasabah tersebut salah, karyawan harus dapat menjelaskan secara jelas dan tidak membuat nasabah marah, agar tidak terjadi salah paham antara karyawan dan nasabah.

6) Dilarang meninggalkan nasabah

Dilarang meninggalkan nasabah bila sedang melayani nasabah tersebut. Nasabah harus selalu ditemani, karena ketika ada masalah yang dikeluhkan atau yang tidak dimengerti nasabah, karyawan segera cepat tanggap dalam membantu. Karyawan juga dilarang melayani nasabah lain, ketika sedang memberikan pelayanan kepada seorang nasabah.

7) Dilarang berbicara terlalu keras atau lemah

Berbicara terlalu keras dapat mengakibatkan salah paham bagi nasabah. Nasabah akan menganggap karyawan sedang marah atau menganggap nasabah tuli. Selain itu, suara yang terlalu keras dan berisik dapat mengganggu nasabah lain yang sedang dilayani. Sedangkan berbicara terlalu lemah juga dapat menimbulkan suara yang tidak jelas pada saat melayani nasabah. Oleh sebab itu, dalam melayani nasabah usahakan suara harus jelas dengan tutur kata yang sopan.

8) Dilarang keras meminta imbalan atau janji-janji

Larangan meminta imbalan atau janji-janji tertentu kepada nasabah adalah larangan keras bagi karyawan, karena mengingat karyawan sudah digaji oleh bank. Membuat janji-janji yang berlebihan juga berbahaya karena apabila karyawan tidak mampu menepati janji akan berakibat fatal. Kepercayaan nasabah akan hilang jika janji-janji tersebut tidak ditepati.

d. Kualitas Layanan dalam Perspektif Islam

Pelayanan dalam sebuah bisnis Islami tentunya dilandasi oleh beberapa hal pokok yang meliputi kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta mengetahui dan

memiliki keterampilan yang baik. Adapun hal tersebut yaitu amanah dan ilmu yang kemudian diuraikan dalam perspektif Islam sebagai berikut:¹²

- 1) *Shidiq* yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Larangan berdusta, menipu, mengurangi takaran timbangan dan mempermainkan kualitas akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya.
- 2) Amanah dan Fathonah adalah kata yang diterjemahkan pada nilai bisnis dalam manajemen yang kemudian bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, memiliki manajemen bervisi dan memiliki misi, manajer dan pemimpin yang cerdas kemudian sadar produk dan jasa secara berkelanjutan.
- 3) Tablig adalah suatu kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dengan baik, istilah ini dalam bahasa manajemen sebagai seseorang yang supel, cerdas, mampu mendeksripsikan tugas, mampu menerima delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, koordinasi, kendali dan supervise.
- 4) Istiqomah yaitu seseorang secara konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai tersebut diatas walau mendapat godaan dan rintangan. Melalui istiqomah diyakini akan ada peluang-peluang bisnis yang prospektif dan menguntungkan sehingga akan selalu terbuka lebar.

Dari keseluruhan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan dalam sebuah bisnis Islami dilandasi beberapa sifat Allah SWT yang meliputi Shidiq, Amanah dan Fathonah, Tablig dan Istiqomah. Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personal yang terlibat dalam perusahaan tersebut.

e. Indikator Pengukuran Kualitas Layanan

¹²Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003), h. 56

Menurut teori kualitas pelayanan oleh Parasuraman, ada lima indikator penilaian terhadap kualitas pelayanan yang biasa disebut dengan *Service Quality* (SERVQUAL) yang meliputi:¹³

- 1) Reabilitas (*Realibility*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- 2) Daya tanggap (*Responsivesess*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- 3) Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- 4) Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan sehingga merasa nyaman.
- 5) Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Namun SERVQUAL ini digunakan oleh peneliti yang melakukan penelitian dalam ranah bank konvensional, yaitu untuk mengukur seberapa baik atau buruk

¹³Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi III (Yogyakarta: Andi, 2011), h. 198

pelayanan yang diberikan kepada nasabah bank konvensional. Oleh karena itu, maka dalam penelitian ini peneliti memutuskan untuk menggunakan indikator alternatif dalam mengukur kualitas pelayanan yang diperkenalkan oleh Othman dan Owen yaitu model CARTER. Terdapat enam indikator yang digunakan dalam mengukur kualitas layanan bank syariah dengan model CARTER, yaitu:

1) Kepatuhan Syariah (*Sharia Compliance*)

Sharia compliance merupakan kepatuhan syariah yang harus ditaati oleh direksi serta setiap karyawan bank syariah dan dengan adanya *shariah compliance*, bank syariah diharap beroperasi sesuai dengan ketentuan prinsip-prinsip ekonomi syariah, seperti tidak adanya pembayaran bunga yang diberikan kepada nasabah baik dalam bentuk tabungan ataupun pinjaman, serta bank syariah merupakan bagi hasil.

2) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan atau *assurance* harus memiliki pengetahuan dan kesopanan serta memberikan rasa aman kepada nasabah dalam melakukan berbagai transaksi, pihak perbankan harus mampu menjaga kerahasiaan data nasabah dan pihak perbankan harus mampu menepati janji-janji yang telah dikemukakan kepada nasabah sebelumnya. Contohnya adalah karyawan bank syariah memiliki pengetahuan yang baik terhadap jenis layanan dan produk perbankan, bank syariah menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi dan karyawan bank syariah dapat bersikap sopan kepada nasabah.

3) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan atau *reliability* adalah kemampuan yang dituntut dari bank syariah untuk memberikan pelayanan sesuai yang telah dijanjikan, terpercaya, akurat dan tetap konsisten. Ini menunjukkan bahwa pelayanan suatu bank syariah harus tepat

waktu. Hal ini meliputi karyawan bersikap simpatik dalam menghadapi masalah atau complain nasabah dalam hal transaksi perbankan, karyawan bank syariah melakukan pencatatan dengan teliti dalam setiap transaksi dan pelayanan transaksi sesuai dengan nomor antrean yang diambil oleh nasabah.

4) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik atau *tangibles* adalah pelayanan yang disediakan oleh bank syariah yang meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai macam perlengkapan yang baik dan terawat. Contohnya bank syariah memiliki ruang tunggu yang nyaman, bank syariah memiliki area parkir yang memadai dan tersedia slip (formulir) yang disertai dengan contoh pengisiannya sehingga menjadi pertimbangan untuk dinilai oleh seorang nasabah ketika berkunjung atau melakukan transaksi di sebuah bank.

5) Kepedulian (*Emphaty*)

Kesediaan karyawan dan pihak bank syariah untuk lebih peduli memberikan perhatian secara personal kepada nasabah agar lebih terjalin komunikasi yang baik serta lebih memahami kebutuhan nasabah. Misalnya kemudahan untuk mendapatkan layanan ATM sudah untuk transaksi perbankan nasabah, bank syariah memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dan karyawan bank syariah selalu memberikan salam ketika selesai melayani transaksi nasabah.

6) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap atau *responsiveness* adalah kemauan dari karyawan dan manajemen bank syariah untuk menolong nasabah dalam hal memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari nasabah. Setiap complain dari nasabah harus segera ditanggapi, hal ini supaya mencegah nasabah merasa

kecewa dan berdampak terhadap ketidakpuasan nasabah. Hal ini tercermin dari pemberian pelayanan kepada nasabah yang tidak memandang status sosial, karyawan bank syariah harus tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi serta *customer service* bank syariah memberikan informasi yang nasabah butuhkan dengan jelas.

3. Teori Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan mungkin didasarkan pada pengetahuan dan opini. Kepercayaan merupakan tingkat kepastian konsumen ketika pemikirannya diperjelas dengan mengingat yang berulang-ulang dari pelaku pasar dan teman-temannya. Kepercayaan bisa mendorong maksud untuk membeli atau menggunakan produk dengan cara menghilangkan keraguan.¹⁴

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

Kepercayaan sangat bermanfaat dan penting untuk membangun kepuasan walaupun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan, antara lain:

- 1) Nilai merupakan hal mendasar untuk membangun kepercayaan. Pihak-pihak dalam relationship yang memiliki perilaku, tujuan dan kebijakan yang sama akan mempengaruhi kemampuan mengembangkan kepercayaan.
- 2) Ketergantungan pada pihak lain mengimplikasikan kerentanan. Untuk mengurangi risiko pihak yang tidak percaya akan membina relationship dengan pihak yang dapat dipercaya.

¹⁴Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : PT. Indeks), h. 180

- 3) Komunikasi yang terbuka dan teratur. Komunikasi yang dilakukan untuk menghasilkan kepercayaan harus dilakukan secara teratur dan berkualitas tinggi atau dengan kata lain harus relevan dan tepat waktu. Komunikasi masa lalu yang positif akan menimbulkan kepercayaan dan pada gilirannya menjadi komunikasi yang lebih baik.

c. Indikator Kepercayaan

Menurut Fandy Tjiptono, indikator kepercayaan pelanggan antara lain sebagai berikut:¹⁵

- 1) Brand *Reliability*, meliputi jasa yang sesuai dengan harapan, kepercayaan pada produk dan jaminan kepuasan.
- 2) Brand *Intention*, kejujuran dalam menyelesaikan masalah, konsumen yang mengandalkan produk yang digunakan dan jaminan ganti rugi dari pihak perusahaan.

Menurut Falvian dan Giunaliu, kepercayaan terbentuk dari tiga hal. Yaitu:¹⁶

- 1) Kejujuran (*Honesty*)

Kejujuran adalah percaya pada kata-kata orang lain, percaya bahwa mereka akan menepati janjinya dan bersikap tulus pada kita.

- 2) Kebajikan (*Benevolence*)

Kebajikan adalah tindakan yang mendahulukan kepentingan umum dari pada kepentingan pribadi.

- 3) Kompetensi (*competence*)

¹⁵Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*(Yogyakarta : Bayumedia Publishing, 2011), h. 237

¹⁶Falvian dan Giunaliu, *Miasare on web usability website.Journal of Computer Information System* 48.2007.No. 1, h. 17-23

Kompetisi adalah persepsi atas pengetahuan, kemampuan untuk menyelesaikan masalah, kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pihak lain yang dimiliki suatu pihak.

d. Membangun Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan menjadi sumber kekuatan utam bagi setiap perusahaan dengan beragam kegiatannya, dengan kata lain bank dapat berkembang dan maju karena adanya kepercayaan dari nasabah yang mempercayai mereka.¹⁷ Kepercayaan mengindikasikan bank syariah dapat dipercaya untuk tetap komitmen menjaga kepentingan bersama dan bank syariah dipersepsi tidak semata-mata mengejar kepentingan bisnis (*profit oriented*), tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan dan kepuasan nasabah.¹⁸

Kepercayaan memiliki peran penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, dalam upaya membuat nasabah percaya terhadap bank syariah, maka nasabah harus merasakan sendiri kualitas layanan yang diberikan bank syariah. Maka nantinya akan tercipta pengalaman yang menjadi awal terbentuknya kepercayaan sehingga nasabah pun akan loyal pada bank tersebut.

Faktor penting dalam membangun kepercayaan, yaitu:

- 1) Seseorang yang menunjukkan rasa hormat terhadap apa yang dikatakan pelanggan, maka akan dipercayai oleh pelanggan atau nasabah.
- 2) Jika perusahaan mendengar dan membantu penyelesaian masalah-masalah pelanggan atau nasabah, maka perusahaan akan mudah dipercayai oleh pelanggan atau nasabah.

¹⁷Emeraldy Chatra dan Rulli Nasrullah, *Public Relations Strategi Kehumasan dalam Menghadapi Krisis* (Bandung: PT. Salamadani Pustaka Semesta, 2008), h. 26

¹⁸Rachmat Kriyantono, *Public Relation Writing*, (Jakarta : Kencana, 2008), h. 9

- 3) Ketika pelanggan atau nasabah terbuka terhadap perusahaan seperti member tahu apa keperluan dan kebutuhannya, maka semakin besar rasa kepercayaan yang akan tercipta.

4. Teori Kepuasan Nasabah

a. Definisi Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atas kinerja dan harapan.

Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antar harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.¹⁹

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank atau dengan kata lain apabila nasabah puas atas pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan memberikan timbal balik yang baik bagi bank seperti, sifat loyal nasabah terhadap bank, kepercayaan nasabah menggunakan kembali produk lama ataupun produk baru sesuai kebutuhannya di bank yang sama dan memberi promosi secara tidak langsung seperti nasabah merekomendasikan untuk menggunakan jasa di bank tersebut.

b. Manfaat Kepuasan Nasabah

¹⁹Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Management (TQM)*, Edisi Revisi (Yogyakarta : Andi 2003), h. 102

Kepuasan nasabah yang diberikan bank syariah akan berpengaruh terhadap profitabilitas, selain itu kepuasan nasabah dapat memberikan berbagai macam manfaat. Diantaranya:²⁰

- 1) Terbangunnya hubungan yang harmonis antara nasabah dengan bank syariah.
- 2) Loyalitas nasabah terhadap bank syariah dapat tercipta.
- 3) Dengan terciptanya kepuasan nasabah, maka nasabah dengan sendirinya akan melakukan promosi kepada orang lain untuk menjadi nasabah di bank tersebut (*word of mouth*).
- 4) Terjadinya pembelian ulang, didalam bank nasabah akan mengulangi lagi pembelian produknya jika nasabah tersebut merasa puas. Artinya pelayanan yang diberikan oleh bank syariah memuaskan sehingga nasabah membeli atau menggunakan kembali produk dan jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- 5) Nasabah akan membeli atau memakai produk dan jasa lain di bank syariah tersebut, sehingga pembelian atau penggunaan produk atau jasa oleh nasabah semakin beragam dalam suatu bank.

c. Indikator Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dalam Tjiptono²¹ terdapat enam indikator dalam mengukur kepuasan nasabah, diantaranya:

- 1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Kepuasan nasabah keseluruhan dapat diukur dengan cara yang mudah, yaitu langsung menanyakan kepada nasabah apakah mereka sudah puas dalam

²⁰Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000), h. 238

²¹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (Yogyakarta : Andi, 2014) hal. 369

mendapatkan pelayanan di bank tersebut. Seperti menanyakan apakah nasabah puas terhadap pelayanan keseluruhan di bank tersebut atau tidak.

2) Dimensi kualitas Pelanggan/Nasabah

Dimensi kualitas dapat dilakukan dengan memilah-milah kepuasan nasabah ke dalam beberapa komponen. Pertama, melakukan identifikasi terhadap dimensi apa saja yang menjadi kunci kepuasan nasabah. Kedua, meminta kesediaan nasabah untuk menilai jasa bank syariah berdasarkan item-item spesifik yang telah disediakan, seperti kecepatan pelayanan, keramah tamahan karyawan dan fasilitas fisik dari bank syariah tersebut. Ketiga, nasabah diminta untuk menentukan manakah dimensi yang paling penting dan dominan dalam menilai kepuasan nasabah.

3) Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*)

Konfirmasi harapan dimaksudkan untuk mengevaluasi apakah pelayanan yang diberikan oleh bank sudah sesuai dengan harapan sebelum nasabah melakukan transaksi di bank tersebut.

4) Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)

Kepuasan nasabah diukur dengan menanyakan kepada nasabah apakah akan menggunakan jasa atau pelayanan di bank syariah tersebut di kemudian hari atau tidak menggunakan lagi.

5) Kesiediaan untuk Merekomendasi (*Willingnes to Recommend*)

Kepuasan nasabah dapat juga diukur dengan melihat kesediaan nasabah untuk merekomendasi kepada orang lain agar mau menjadi nasabah juga di bank tersebut.

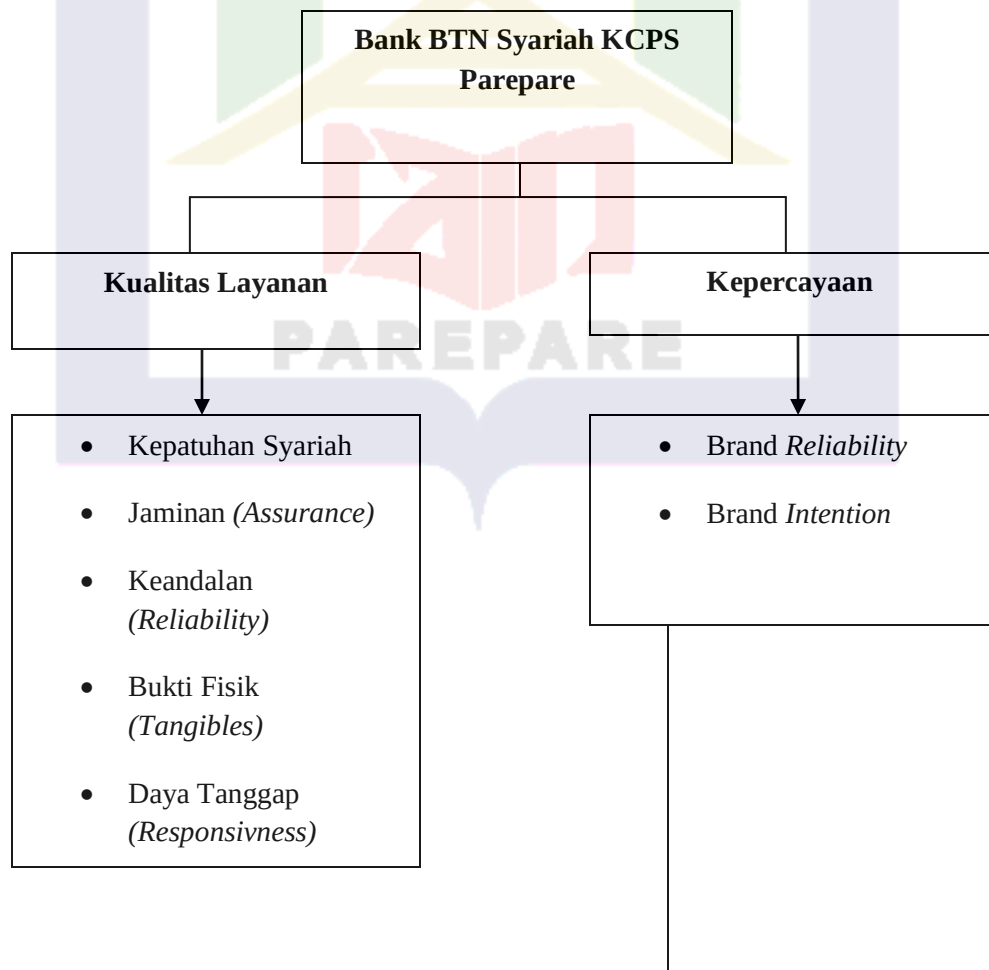
6) Ketidakpuasan Pelanggan/Nasabah (*Dissatisfaction Customer*)

Aspek-aspek yang sering dianalisa untuk mengetahui ketidakpuasan nasabah adalah complain, return atau pengembalian produk, rekomendasi negatif kepada

pihak lain dan nasabah yang beralih ke bank lain. Oleh karena itu, hendaknya bank syariah menyediakan sarana untuk melakukan keluhan atau complain seperti adanya *Customer service*, *call center* dan kotak saran.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian





Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan landasan teori, perumusan masalah serta penelitian terdahulu, maka penulis mengajukan hipotesis yang merupakan kesimpulan sementara apakah ada hubungan antara dua variabel bebas terhadap satu variabel terikat dalam penulisan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H₁ Variabel Kualitas Layanan di Bank BTN Syariah KCPS Parepare Paling Tinggi 85% dari yang diharapkan.

H₂ Variabel Kepercayaan di Bank BTN Syariah KCPS Parepare Paling Tinggi 80% dari yang diharapkan.

H₃ Variabel Kepuasan Nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare Paling Tinggi 80% dari yang di harapkan.

- H₄** Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare.
- H₅** Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kepercayaan dengan Kepuasan Nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare.
- H₆** Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kualitas Layanan dengan Kepercayaan di Bank BTN Syariah KCPS Parepare.
- H₇** Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kualitas Layanan dan Kepercayaan secara simultan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare.
- H₈** Variabel Kualitas Layanan dan Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare.
- H₉** Diduga Variabel Kualitas Layanan yang paling Dominan Berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Parepare.