

**ANALISIS PENGUKURAN *SERVICE QUALITY* (SQ)
PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)
DENGAN MENGGUNAKAN METODE *FUZZY-
CARTER* PADA SAAT PANDEMI COVID-19
(Studi Pada Nasabah BSI Kcp Bandar Lampung
Kedaton)**

Skripsi

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh :

**Dian Nita Susanti
NPM : 1851020022**

Jurusan : Perbankan Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2022 M**

**ANALISIS PENGUKURAN *SERVICE QUALITY* (SQ)
PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)
DENGAN MENGGUNAKAN METODE *FUZZY-
CARTER* PADA SAAT PANDEMI COVID-19
(Studi Pada Nasabah BSI Kcp Bandar Lampung
Kedaton)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**



Oleh

Dian Nita Susanti

NPM. 1851020022

Program Studi : Perbankan Syariah

**Pembimbing I : Dr.H. Ahmad Isnaeni, S.Ag,M.A
Pembimbing II : Agus Kurniawan, M.S.Ak**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2022 M**

ABSTRAK

ANALISIS PENGUKURAN *SERVICE QUALITY* (SQ) PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DENGAN MENGGUNAKAN METODE *FUZZY-CARTER* PADA SAAT PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Nasabah BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton)

Oleh:

Dian Nita Susanti

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Dengan pesatnya perkembangan bank syariah saat ini, maka *service quality* merupakan faktor kunci yang akan menjadi keunggulan daya saing di dunia perbankan saat ini. Apalagi saat ini sedang dihebohkan dengan munculnya peristiwa pandemi Covid-19 sehingga banyak kritik dari nasabah terhadap kualitas pelayanan bank syariah. Untuk mengetahui *service quality* di BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton adalah dengan menggunakan pendekatan CARTER.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang mana dilakukan untuk menganalisis *service quality* BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton dengan menggunakan metode *fuzzy-CARTER*. Penelitian ini menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada 100 nasabah BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yang kemudian menggunakan rumus *slovin* dan ditemukan responden sebanyak 100.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai gap atau kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi *service quality* tertinggi per-dimensi adalah pada dimensi tangibles dengan nilai gap -1,024 dan reliability dengan nilai gap -0,845 kemudian rata-rata nilai *service quality* dari seluruh atribut *service quality* BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton adalah -3,645. Hal tersebut menunjukkan bahwa *service quality* yang diukur dengan menggunakan metode fuzzy yang diberikan BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan dikarenakan masih terdapat kesenjangan (gap) bernilai negatif.

Kata kunci: *service quality*, *Fuzzy-CARTER*, Covid-19

ABSTRACT

ANALISIS PENGUKURAN *SERVICE QUALITY* (SQ) PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DENGAN MENGGUNAKAN METODE *FUZZY- CARTER* PADA SAAT PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Nasabah BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton)

Oleh:

Dian Nita Susanti

Service quality can be defined as how far the difference between the reality and expectations of customers for the service they receive. With the rapid development of Islamic banks today, service quality is a key factor that will become a competitive advantage in today's banking world. Moreover, currently being shocked by the emergence of the Covid-19 pandemic, there are many criticisms from customers on the quality of Islamic bank services. To find out the service quality at BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton is to use the CARTER approach. This research is a descriptive quantitative study which was conducted to analyze the service quality of BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton using the fuzzy-CARTER method.

This study uses primary data by distributing questionnaires to 100 customers of BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton. Determination of the sample using purposive sampling technique which then uses the Slovin formula and found 100 respondents.

The results of this study indicate that the value of the gap or gap between perceptions and expectations of the highest service quality per-dimensional is on the tangibles dimension with a gap value of -1,024 and reliability with a gap value. -0.845 then the average service quality value of all service quality attributes of BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton is -3.645. This shows that service quality as measured by using the fuzzy method provided by BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton has not fully met customer expectations because there are still negative gaps.

Keywords: service quality, Fuzzy-CARTER, Covid-19

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Nita Susanti

Npm : 1851020022

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi Yang berjudul "**ANALISIS PENGUKURAN *SERVICE QUALITY* (SQ) PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DENGAN MENGGUNAKAN METODE *FUZZY-CARTER* PADA SAAT PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Nasabah BSI Kep Bandar Lampung Kedaton)**" Adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri bukan duplikasi ataupun sandaran dari karya orang lain kecuali bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ini adalah pada penyusun.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk diinformasikan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, 6 Juli 2022

Penulis



Dian Nita Susanti

1851020022



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, Tlp. (0721)703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGUKURAN *SERVICE QUALITY* (SQ) PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DENGAN MENGGUNAKAN METODE *FUZZY-CARTER* PADA SAAT PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Nasabah BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton)**

Nama : **Dian Nita Susanti**
NPM : **1851020022**
Program Studi : **Perbankan Syariah**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYTUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 5 Juni 2022

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Ahmad Isaeni, S.Ag., M.A

Agus Kurniawan., M.S.Ak

NIP. 197403302000031001

NIP. 2014080919761226103

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Any Eliza. M.Ak

NIP. 198308152006042004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, Tlp. (0721)703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Analisis Pengukuran *Service Quality* (SQ) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Dengan Menggunakan Metode *Fuzzy-CARTER* Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Pada Nasabah BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton)” disusun oleh, Dian Nita Susanti NPM. 1851020022 Program Studi Perbankan Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Selasa, 19 Juli 2022.

TIM PENGUJI

Ketua : A. Zuliansyah, S.Si.,M.M

(.....)

Sekretaris : Adhe Risky Mayasari, M.Pd

(.....)

Penguji I : Siska Yuli Anita, M.M

(.....)

Penguji II : Agus Kurniawan, M.S.Ak

(.....)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Agus Suparmanjo, S.S., M.M, Akt. C.A

NPM. 0011008



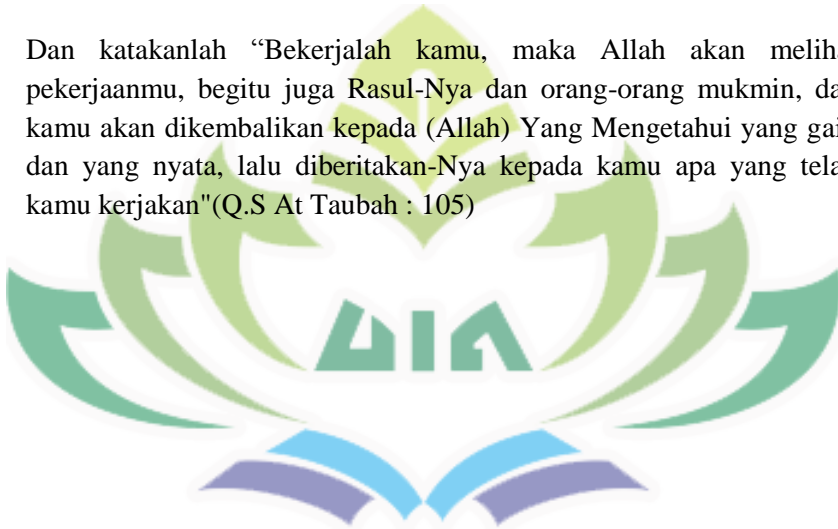
MOTTO

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ^ط

وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ

تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Dan katakanlah “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”(Q.S At Taubah : 105)



RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap Dian Nita Susanti dilahirkan di Rajabasa, pada tanggal 26 Maret 2000, Anak dari pasangan Sahroni dan Ibu Atik Yuliati.

Riwayat Pendidikan :

1. Sekolah Dasar di SD Negeri 3, Kecamatan Rajabasa, Kelurahan Rajabasa Nunyai, Kota Bandar Lampung tamat dan Berijazah pada tahun 2012,
2. Melanjutkan pendidikan Di Sekolah Menengah Pertama Muhammadiyah 3 Kota Bandar Lampung, tamat dan berijazah pada tahun 2015,
3. Kemudian melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 1, Sukarame, Kota Bandar Lampung, tamat dan berijazah pada tahun 2018,
4. Alhamdulillah pada tahun 2018 penulis bisa terus melanjutkan pendidikan Strata 1 Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT. Semoga kita senantiasa mendapat rahmat dan hidayah-Nya. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ayahanda Sahroni dan Ibu Atik Yuliati yang saya sayangi dan cintai, yang selama ini selalu memberikan semangat serta tak hentinya mendoakan untuk keberhasilan anaknya, serta selalu memberikan motivasi dan mendukung baik secara moril maupun materil, Terimakasih atas kasih sayang dan perjuangan yang telah diberikan, semoga Allah SWT selalu memberikan kebahagiaan baik di dunia maupun akhirat.
2. Saudara kandung tersayang saya, kakak Atika Ayunani yang selalu memberikan kasih sayang semangat ,serta dukungan baik secara moril maupun materil, semoga Allah SWt selalu memberikan nikmat sehat dan kebahagiaan baik dunia maupun akhirat.
3. Keluarga Besar yang telah memberikan semangat, saran serta doa kepada saya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi Wabarakatuh

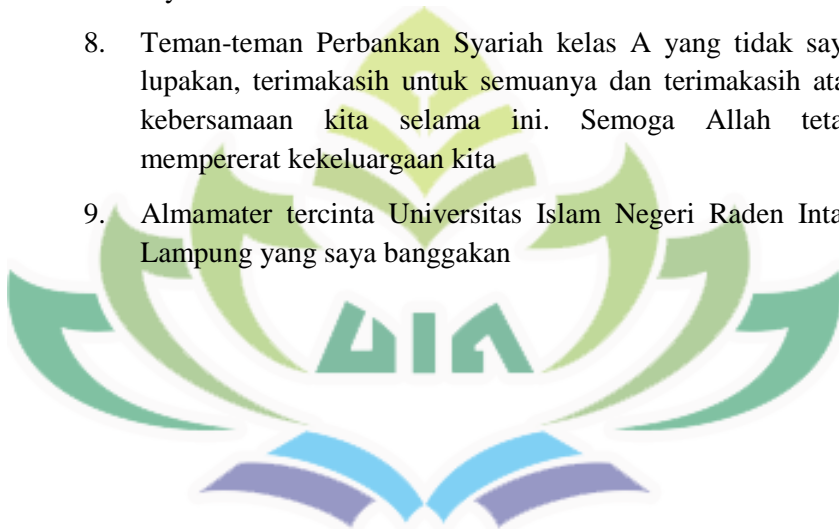
Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, kemudahan dan petunjuk sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Pengukuran *Service Quality* (SQ) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Dengan Menggunakan Metode *Fuzzy-CARTER* Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Pada Nasabah BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton)”. Dapat diselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa kita sampaikan kepada Nabi besar, Nabi Muhammad SAW, para sahabat serta para pengikutnya.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata satu (SI) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SI) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.

Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, tak lupa juga dihanturkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr Tulus Suyanto, M.M., Akt., C.A. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Any Eliza, S.E., M. Ak. Selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Isnaeni, S. Ag, M.A Selaku Pembimbing I Sejak Penulis tercatat sebagai mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dan dengan sabar memeberikan pengarahan, bantuan, saran bimbingan serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Agus Kurniawan, M.S.Ak selaku Pembimbing II yang dengan sabar memberikan pengarahan, bantuan, saran, bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu dan pelajaran kepada penulis selama perkuliahan.
6. Untuk partnerku Rahmat Zakaria, yang selalu memberi semangat, selalu memotivasi, memberikan doa dan memberikan bantuan untuk mengantarkanku kesana kemari dengan tulus ku ucapkan terimakasih banyak.
7. Untuk sahabat-sahabatku Devinda Ummi Al-Asyroff, Meli Hertira dan Galuh Syifa Nugrahani, yang selalu menasehati, selalu memberikan do'a, dorongan dan dukungan kepada saya.
8. Teman-teman Perbankan Syariah kelas A yang tidak saya lupakan, terimakasih untuk semuanya dan terimakasih atas kebersamaan kita selama ini. Semoga Allah tetap mempererat kekeluargaan kita
9. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang saya banggakan



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	8
H. Sistemetika Penulisan	18

BAB II LANDASAN TEORI

A. Grand Theory.....	19
1. Teori Kepuasan Nasabah.....	19
2. Teori <i>Fuzzy</i>	21
a. Logika <i>Fuzzy</i>	21
b. Himpunan <i>Fuzz</i>	22
B. Landasan Teori	24
1. <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan).....	24
a. Definisi Kualitas Pelayanan.....	24
b. Faktor Kualitas Pelayanan	28
c. Dimensi Kualitas Pelayanan	29
2. Persepsi dan Harapan Konsumen	31
a. Pengertian Persepsi Konsumen	31
b. Pengertian Harapan Konsumen	32
3. Perbankan Syariah	33

a.	Pengertian Bank Syariah	33
b.	Fungsi Bank Syariah.....	35
c.	Dasar Hukum Bank Syariah	36
d.	Karakteristik Bank Syariah.....	38
4.	Model CARTER	40
a.	Tangibles	40
b.	Reliability	41
c.	Responsivness.....	41
d.	Assurance	41
e.	Emphaty.....	42
f.	Compliance.....	42
5.	Pandemi Covid-19	44
a.	Pengertian Pandemi	44
b.	Pengertian Covid-19	44
c.	Pencegahan Covid-19	46
d.	Indikator Covid-19	46
6.	Perspektif Ekonomi Islam.....	47
a.	Pengertian <i>SQ</i> dalam Perspektif Ekonomi Islam.	48
b.	Karakteristik <i>SQ</i> dalam Perspektif Ekonomi Islam	48
C.	Kerangka Berpikir	56

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	59
B.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	59
C.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data	60
D.	Definisi Operasional Variabel	62
E.	Instrumen Penelitian	63
F.	Metode Analisis Data.....	64
1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	64
2.	Uji Fuzzy-CARTER.....	65
a.	Penentuan Fuzzy Set.....	65
b.	Fuzzyfikasi.....	65
c.	Defuzzyfikasi	66
d.	Penentuan Skor Servqual Dimensi CARTER... ..	66

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Deskripsi Objek Penelitian	69
1.	Sejarah BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton	69
2.	Visi dan Misi	70
3.	Core Values Akhlak.....	70
4.	Ikrar Zero Covid BSI.....	70

B. Pembahasan Hasil Penelitian	71
1. Hasil Penelitian.....	71
a. Karakter Responden.....	71
b. Analisis data.....	74
1) Uji Validitas.....	74
2) Uji Reliabilitas.....	75
3) Uji Fuzzy-CARTER	84
a) Penentuan Fuzzy Set	84
b) Fuzzyfikasi	86
c) Defuzzyfikasi	90
d) Penentuan Skor Servqual Dimensi CARTER.....	94
C. Pembahasan.....	109

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	113
B. Saran	115

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel

1.1	Persamaan dan Perbedaan Peneliti Terdahulu	13
3.1	Defini Operasional Variabel	65
4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Usia	73
4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	74
4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
4.5	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Lama Menjadi Nasabah	75
4.6	Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Compliance</i>	75
4.7	Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Assurance</i>	76
4.8	Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Reliability</i>	77
4.9	Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Tangibles</i>	78
4.10	Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Emphaty</i>	79
4.11	Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Responsivness</i>	80
4.12	Hasil Uji Reliabilitas Dimensi <i>Compliance</i>	83
4.13	Hasil Uji Reliabilitas Dimensi <i>Assurance</i>	83
4.14	Hasil Uji Reliabilitas Dimensi <i>Reliability</i>	84
4.15	Hasil Uji Reliabilitas Dimensi <i>Tangibles</i>	84
4.16	Hasil Uji Reliabilitas Dimensi <i>Emphaty</i>	85
4.17	Hasil Uji Reliabilitas Dimensi <i>Responsivness</i>	85
4.18	Hasil Fuzzyfikasi Persepsi Nasabah	89
4.19	Hasil Fuzzyfikasi Ekspetasi Nasabah	91
4.20	Hasil Defuzzyfikasi Persepsi Nasabah	93
4.21	Hasil Defuzzyfikasi Ekspetasi Nasabah	95
4.22	Ringkasan Hasil Pengujian Fuzzy CARTER	97
4.23	Gap Secara Keseluruhan Nasabah	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Fungsi Keanggotaan Variabel Linguistik Ekspetasi.....	60
Gambar 4.2 Fungsi Keanggotaan Variabel Linguistik Persepsi.....	60



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Dalam rangka mempertegas pokok bahasan yang terdapat dalam penelitian ini maka penulis harus menjelaskan pengertian istilah yang terkandung dalam judul skripsi “**Analisis Pengukuran Service Quality (SQ) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Dengan Menggunakan Metode Fuzzy-CARTER Pada Saat Pandemi COVID-19 (Studi Pada Nasabah BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton)**”. Supaya tidak menimbulkan kesalahpahaman dan memudahkan pembaca memahami isi dari skripsi ini serta untuk menghindari kekeliruan bagi pembaca.

1. Analisis

Analisis merupakan cara berpikir yang berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian, hubungan antar bagian dan hubungannya dengan keseluruhan.¹

2. Pengukuran

Pengukuran merupakan penelitian yang membandingkan keberadaan satu variable atau lebih pada dua sampel yang berbeda.²

3. Service Quality

Service Quality adalah kualitas pelayanan yang merupakan ukuran seberapa baik pelayanan, tingkat yang disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan, menyampaikan layanan berkualitas berarti menyesuaikan dengan harapan pelanggan secara konsisten.³

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal 35.

² *Ibid*, hal 37

³ Lotfollah Najjar dan Ram R.Bishu, “Service Quality: A Case of a Bank”, *Jurnal QMJ*, Vol. 13, No. 3, 2006, hal 36

4. Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank di Indonesia yang bergerak di bidang perbankan syariah yang merupakan hasil merger dari Bank BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah, Bank BNI Syariah.⁴

5. Model CARTER

Model CARTER merupakan suatu pengukuran kualitas layanan perbankan syariah dengan 6 dimensi yaitu : *compliance* (kepatuhan), *assurance* (jaminan), *reability* (keandalan), *tangibles* (wujud fisik), *emphaty* (keperdulian), dan *responsiveness* (ketangkapan).⁵

6. Teori Fuzzy

Teori fuzzy secara bahasa berarti samar, jadi logika fuzzy adalah logika multivalued yang memungkinkan untuk mendefinisikan nilai menengah diantara dua logika yang berbeda, seperti benar atau salah, iya atau tidak, tinggi atau rendah dan lain sebagainya.⁶

7. Pandemi Covid-19

Pandemi COVID-19 adalah infeksi yang disebabkan oleh wabah virus corona dengan penyebaran antar manusia yang sangat cepat melalui pernapasan dan sentuhan. Virus ini sangat berbahaya sampai menyebabkan kematian. Akibat hal ini, berdampak buruk pada perekonomian, disektor keuangan dan juga berdampak pada sektor perbankan.⁷

⁴ Bank Syariah Indonesia, “Info Perseroan”, https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html, Diakses pada 02 November 2021

⁵ Othman & Owen, “Adopting And Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Bank: A Case Study in Kuwait Finance House“ *International Journal Of Islamic Financial Service*, Vol. 3, No. 1, (2001), hal 8-11

⁶ Kusumadewi, “Aplikasi Logika Fuzzy untuk Pendukung Keputusan”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal 10

⁷ Diah Handayani, et al, “Penyakit Virus Corona 2019” *Jurnal Respirologi Indonesia*, Vol. 40, No. 2, April 2020, hal 128.

B. Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan bisnis jasa semakin berkembang, ditunjukkan dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan jasa yang bermunculan dengan penawaran yang beragam. Mulai dari yang menawarkan berbagai jenis pelayanan produk dengan kualitas tinggi hingga pelayanan jasa yang ekstra cepat dan nyaman. Terdapat banyak sekali jenis pelayanan jasa yang ada disekitar kita diantaranya seperti jasa pengiriman barang, jasa transportasi, jasa pemasaran online, jasa penulisan artikel, jasa asuransi, dan jasa perbankan seperti Bank Syariah Indonesia (BSI).

Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara muslim memberikan pengaruh positif kepada negara Indonesia yang notabene adalah negara muslim terbesar di dunia. Pada tahun 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi islam marak dilakukan. Sampai akhirnya Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Cisarua Bogor, Jawa Barat. Hasil dari lokakarya tersebut adalah didirikannya Bank Umum Syariah pertama di Indonesia yang murni syariah yaitu PT. Bank Muamalat Indonesia, yang kemudian disusul oleh kemunculan bank-bank syariah lainnya dan salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia (BSI).⁸

Semakin ketat persaingan serta pelanggan yang semakin selektif dan berpengetahuan mengharuskan bank syariah untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan, pada saat meningkatkan kualitas pelayanan, terlebih dahulu harus diketahui apakah pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen selama ini sudah sesuai dengan harapan konsumen atau belum. Perlu diketahui bahwa ini dilakukan untuk mengetahui penilaian pelanggan tentang kualitas pelayanan serta kepuasan konsumen

⁸ Ahmad Suminto, Shinta Maharani "Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Islamic Banking Service Quality dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo" *Journal of Islamic Economic and Business*, Vol. 03, No. 01, Januari-Juni 2020, hal 53.

yang dapat dirasakannya. Hal ini penting sebagai acuan dalam membenahan pelayanan agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang maksimal.⁹

Dengan pesatnya perkembangan bank syariah saat ini, maka service quality merupakan faktor kunci yang akan menjadi keunggulan daya saing di dunia perbankan saat ini. Oleh karena itu bank syariah sudah sewajarnya dapat memberikan kualitas pelayanan yang prima sehingga mampu mendapatkan keunggulan yang kompetitif dari bank lain.¹⁰

Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara dirasakan pelayanan (persepsi) konsumen dan kualitas pelayanan yang diharapkan (ekspektasi) oleh konsumen. Harapan nasabah adalah suatu keinginan nasabah atas layanan yang diberikan bank. Sementara persepsi nasabah adalah bagaimana nasabah melihat layanan yang disediakan dapat diukur dari kesesuaian atau tidak serta apa yang dirasakan oleh nasabah atas pelayanan yang diberikan bank. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka nasabah akan merasa puas dan layanan dapat dikatakan berkualitas. Demikian halnya dengan kualitas pelayanan pada bank syariah sangat dipengaruhi oleh interaksi antara nasabah dengan karyawan bank syariah. Perlu dilakukan pemahaman apa yang menjadi faktor untuk menilai kualitas pelayanan bank syariah dan untuk meningkatkan kualitas layanan nasabah sesuai dengan harapan nasabah.¹¹

Di satu sisi masyarakat saat ini sedang dihebohkan dengan munculnya peristiwa pandemi covid-19 yang mana di Indonesia covid-19 pertama kali dilaporkan pada 02 maret 2020. Wabah

⁹ Rumiyan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada kantor Bdan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Kabupaten Pesawaran)"(Skripsi: UIN Raden Intan Lampung, 2018) Hal 25-26

¹⁰Septin Puji Atuti, Wiwik Wilasari, Datien Eriska Utami, "Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah"*Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 2 No. 1, April-Juli 2009, 48

¹¹ Supriyadi, dan Dewa Ayu, "Faktor-Faktor Jasa yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Bank Pembangunan Daerah Bali", *Jurnal Psikologi Udayana*, Vol. 3, No. 3, hal 445

dari virus covid-19 ini mengakibatkan pemerintah Indonesia harus memutuskan *Lockdown*, kemudian melaksanakan *Work From Home* (WFH). Sebagai salah satu bentuk himbauan untuk mengurangi penyebaran covid-19 dilakukannya *social distancing* atau jaga jarak fisik, sehingga diterapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), namun sayangnya gerakan ini berdampak pada penurunan aktivitas ekonomi secara keseluruhan.¹²

Dengan adanya pandemi Covid-19 ini banyak kritik dari nasabah terhadap kualitas pelayanan bank syariah, dan juga sebagian dari mereka masih meragukan kesesuaian syariat islam dan bank syariah. Selain itu terdapat beberapa keluhan dari pelayanan front office yang terkesan tidak professional juga dilontarkan oleh nasabah, kemudian mengenai penyediaan pembatas antar loket yang kurang memadai. dan dari kritik diatas dibenarkan juga dengan *customer service* bahwasannya disaat pandemi ini banyak kritik yang dilontarkan nasabah, dikarenakan juga keterbatasan karyawan yang pada saat itu sedang diadakannya mutasi, sehingga hanya ada satu karyawan saja di masing masing loket *teller* dan *customer service*. Tentunya hal seperti ini harus segera diselesaikan demi menjaga loyalitas nasabah.

Upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan atau Service Quality bank syariah agar dapat menumbuhkan arasa percaya nasabah kepada bank sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah yang loyal terhdap bank. Kualitas layanan merupakan faktor kunci yang akan menjadi keunggulan daya saing di dunia perbankan saat ini. Metode pengukuran kualitas layanan yang biasa digunakan untuk mengukur kualitas pada perbankan konvensional sertabanyak digunakan secara luas adalah metode SERVQUAL.¹³

¹² Tahliani, H. "Tantangan Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19", *Madani Syariah*, Vol. 3 No. 2, hal 92

¹³ Parasuraman, A. Et.al., "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research", *Journal Of Marketing*, Vol. 49, hal 91-100

Metode SERVQUAL didasarkan pada lima dimensi yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Namun kelima dimensi kualitas layanan tersebut bersifat general (pengukuran kualitas untuk bank konvensional), sehingga jika diterapkan pada perusahaan yang memiliki karakteristik khusus seperti perbankan Islam perlu mendapatkan modifikasi. Keunikan bank syariah dalam hal compliance yaitu pemenuhan hukum Islam dalam operasionalnya tidak bisa disamakan dengan pengukuran yang sama dengan bank konvensional. Kemudian Othman dan Owen, mengembangkan model pengukuran kualitas jasa untuk mengukur kualitas jasa yang dijalankan dengan prinsip syariah, khususnya bisnis perbankan syariah. Model ini disebut sebagai Model CARTER. Model CARTER merupakan suatu pengukuran kualitas layanan perbankan syariah dengan 6 dimensi yaitu: compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, dan responsiveness. Sehingga dapat diketahui bahwa perbedaan pengukuran kualitas pada model SERVQUAL milik Parasuraman dan model CARTER terletak pada dimensi Compliance. Dimensi Compliance ini memiliki arti kemampuan dari perusahaan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam.

Penelitian tentang kualitas pelayanan menjadi isu menarik sepanjang waktu, seiring dengan perkembangan harapan nasabah, Nasabah memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap pelayanan yang diberikan bank, ada nasabah yang memiliki persepsi cukup puas dan merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan bank. Dengan adanya metode Fuzzy-CARTER untuk mengukur service Quality (SQ) atau disebut juga dengan kualitas Pelayanan dapat melihat sejauh mana kepuasan nasabah dan dimensi mana yang perlu mendapatkan perhatian khusus untuk diperbaiki.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Analisis Pengukuran Service Quality (SQ) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Dengan Menggunakan Metode Fuzzy-

CARTER Pada Saat Pandemi COVID-19 (Studi Pada Nasabah BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton)”

C. Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ditetapkan agar peneliti fokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan penelitian ini tidak salah sasaran, dan ruang lingkup terbatas pada :

1. Objek penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Bandar Lampung Kedaton
2. Penelitian ini membahas mengenai pelayanan jasa yang dinilai kualitasnya adalah pelayanan terhadap hal-hal yang terdapat dalam variabel-variabel penelitian yang di dapat dari penyebaran kuesioner mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton
3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode Fuzzy-CARTER.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Service Quality BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton yang diukur dengan metode *Fuzzy-CARTER* selama Pandemi Covid-19?
2. Bagaimana Service Quality BSI Kcp Bandar Lampung dalam perspektif ekonomi islam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis bagaimana service quality BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton yang diukur dengan metode *Fuzzy-CARTER* selama pandemic covid-19.
2. Untuk menganalisis bagaimana service quality BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton dalam perspektif ekonomi islam.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan atau wawasan yang berkaitan dengan pengukuran service quality yang diukur dengan menggunakan metode fuzzy-CARTER, serta dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan atau referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi untuk perbankan syariah khususnya Bank Syariah Indonesia mengenai service quality agar dapat meningkatkan kualitas pelayan jasa. Dan bagi penulis penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai pengukuran service quality dengan menggunakan metode Fuzzy-CARTER.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 1.1

Persamaan dan Perbedaan Peneliti Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen (2002) " <i>Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House</i> "	Dimensi CARTER	Penelitian tentang pengadopsian SERVQUAL menjadi CARTER	Menunjukkan validitas yang signifikan untuk semua item CARTER dan compliance penting dalam menilai kualitas pelayanan yang berlandaskan prinsip syariah

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen (2002) "Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House"	Dimensi CARTER	Penelitian tentang pengadopsian SERVQUAL menjadi CARTER	Menunjukkan validitas yang signifikan untuk semua item CARTER dan compliance penting dalam menilai kualitas pelayanan yang berlandaskan prinsip syariah
2	Alyani Dzatil Ismah (2020) "Analisis Dimensi CARTER Dalam Peningkatan Kualitas Layanan Pada PT.BPRS Gebu Prima kota Medan"	Dimensi CARTER	Lokasi, waktu dan objek penelitian	1. Penerapan dimensi CARTE R yang dilakukan di PT. BPRS Gebu Prima Kota Medan sudah dapat dikatakan baik yang dapat dilihat dari kepuasan nasabah

				<p>terhadap pelayanan yang diberikan dari segi kepatuhan terhadap syariah, keramahan, kompetensi, keamanan, kehandalan, empati serta respon cepat tanggap yang dimiliki oleh pegawai PT.BPRS Gebu Prima kota Medan.</p>
--	--	--	--	---



3	A. Parasuraman, Valarie, A. Zeithaml, dkk (1988) <i>“SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”</i>	Pengukuran kualitas pelayanan	Penelitian mengenai pengembangan dimensi <i>servqual</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menunjukkan perubahan dari 10 dimensi <i>servqual</i> menjadi 5 dimensi <i>servqual</i>. 2. Menunjukkan validitas yang signifikan untuk kelima dimensi <i>servqual</i>, serta tepat untuk mengukur kualitas pelayanan di perusahaan jasa
4	Nanny Fajar Kartika dan Suprayogi (2017) <i>“Implementasi Fuzzy – Service Quality Terhadap Tingkat</i>	Metode <i>Fuzzy</i>	Dimensi <i>SERVQUAL</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat kualitas pelayanan di Universitas Dian Nuswantoro secara

	Kepuasan Layanan Mahasiswa”			keseluruhan memiliki nilai negatif (mahasiswa belum puas terhadap jasa pelayanan yang diberikan oleh Universitas)
5	Abdul Djalal (2013) “Analisis Kepuasan Nasabah dengan Pendekatan <i>Fuzzy Service Quality</i> dalam Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Perbankan”	Metode <i>Fuzzy</i>	Dimensi SERVQUAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai kualitas pelayanan rata-rata yang didapatkan adalah sebesar (1,045) atau $Q > 1$, dimana dalam metode <i>SERVQUAL</i> jika $Q > 1$. 2. Terdapat <i>gap</i>

					<p>pada dimensi <i>Responsiveness</i> (-0,158), <i>Emphaty</i> (-0,05), <i>Physical evidence</i> (-0,176), <i>Reliability</i> (-0,291), dan <i>Assurance</i> (-0,514)</p>
6	Putri Cahyani (2016) “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah”	Dwi	Dimensi <i>CARTER</i>	Metode <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	<p>Kualitas <i>CARTER</i> memberikan kontribusi signifikan terhadap kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap bank</p>

7	<p>Rumiyanti (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi 2pada kantor Bdan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Kabupaten Pesawaran)</p>	<p>Kualitas Pelayanan</p>	<p>Menggunakan Dimensi Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy,</p>	<p>menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bagi konsumen Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) kesehatan kabupaten Pesawaran telah sesuai dengan perspektif ekonomi islam. dari hasil Adjusted R² menunjukkan bahwa sebesar 0,630 memberi pengertian bahwa variasi yang terjadi pada variabel kepuasan konsumen 63% ditentukan oleh variable independen.</p>
---	---	---------------------------	---	--

Dari tabel diatas dapat kita uraikan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian ini, antara lain:

1. Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen (2002), dengan judul “*Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House*”. Penelitian ini memodifikasi *SERVQUAL* menjadi *CARTER* yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan di perusahaan yang berlandaskan syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan validitas yang signifikan untuk semua item *CARTER* serta menunjukkan bahwa *compliance* penting dalam menilai kualitas pelayanan lembaga yang berlandaskan prinsip syariah.¹⁴
2. Alyani Dzatil Ismah (2020), dengan judul “Analisis Dimensi *CARTER* Dalam Peningkatan Kualitas Layanan Pada PT.BPRS Gebu Prima kota Medan”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana penerapan dimensi *CARTER* yang dilakukan oleh PT.BPRS Gebu Prima kota Medan guna meningkatkan kualitas pelayanan yang mereka miliki.. Hasil penelitian ini yaitu penerapan dimensi *CARTER* yang dilakukan di PT. BPRS Gebu Prima Kota Medan sudah dapat dikatakan baik yang dapat dilihat dari kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan dari segi kepatuhan terhadap syariah, keramahan, kompetensi, keamanan, kehandalan, empati serta respon cepat tanggap yang dimiliki oleh pegawai PT.BPRS Gebu Prima kota Medan.¹⁵
3. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dkk (1988), dengan judul “*SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*”. Penelitian ini mengembangkan skala kualitas pelayanan dari sepuluh dimensi menjadi lima dimensi. Hasil penelitian ini

¹⁴ Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen, “*Adopting And Measuring Customer Service Quality In Islamic Banks: A Case Study N Kuwait Finance Hpuse*”, International Journal Of Islamic Service, Vol. 3 No. 1, 2002

¹⁵ Alyani Dzatil Ismah, “*Analisis Dimensi CARTER Dalam Peningkatan Kualitas Layanan Pada PT.BPRS GebuPrima kota Medan*”(Skripsi, Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2020), hal. 62

menunjukkan perubahan dari 10 dimensi *SERVQUAL* menjadi 5 dimensi *SERVQUAL* dan menunjukkan validitas yang signifikan untuk kelima dimensi *SERVQUAL*, serta setiap indikator dalam *SERVQUAL* tepat untuk mengukur kualitas pelayanan di perusahaan jasa.¹⁶

4. Nanny Fajar Kartika dan Suprayogi (2017), dengan judul “Implementasi *Fuzzy – Service Quality* Terhadap Tingkat Kepuasan Layanan Mahasiswa” Penelitian ini mengukur seberapa besar tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh pihak Universitas Dian Nuswantoro Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan atribut kualitas yang memiliki tiga nilai *GAP* tertinggi adalah kebersihan dan ketersediaan lahan parkir dengan nilai *gap* sebesar -2.55, atribut ketersediaan bandwidth hotspot dengan nilai *gap* sebesar -2.523, dan atribut ketersediaan *green area* dengan nilai *gap* sebesar -2.521. Dari perhitungan *gap* secara keseluruhan menunjukkan kualitas pelayanan di universitas masih mendapatkan nilai *gap negative* yang berarti apa yang diterima oleh mahasiswa belum sesuai dengan apa yang diharapkan mahasiswa.¹⁷
5. Abdul Djalal (2013), dengan judul “Analisis Kepuasan Nasabah dengan Pendekatan *Fuzzy Service Quality* dalam Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Perbankan”. Hasil penelitian ini menunjukkan layanan yang diberikan oleh pihak Bank Mandiri sudah memenuhi keinginan nasabah secara optimal hal ini dapat dilihat dari nilai kualitas pelayanan rata-rata yang didapatkan adalah sebesar (1,045) atau $Q > 1$, dimana dalam metode *SERVQUAL* jika $Q > 1$ maka menunjukkan bahwa secara keseluruhan pelayanan adalah baik. Namun ada prioritas utama

¹⁶ Parasuraman, A. V. A. Zeithaml dan L.L. Berry, “*SERVQUAL: A Multiplane Item Scale For Measuring Consumers Preceptions Of Service Quality*” Journal Of Retailing, Vol. 64, No. 1

¹⁷ Nanny Fajar Kartika dan Suprayogi, “*Implementasi Fuzzy – Service Quality Terhadap Tingkat Kepuasan Layanan Mahasiswa*”, Jurnal Ilmiah SISFOTENIKA, Vol. 7 No. 1 Januari 2017, hal.38

yang harus ditingkatkan karena masih adanya *gap* pada dimensi *Responsiveness* (-0,158), *Emphaty* (-0,05), *Physical evidence* (-0,176), *Reliability* (-0,291), dan *Assurance* (-0,514).¹⁸

6. Putri Dwi Cahyani (2016), dengan judul “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah” Hasil penelitian ini menunjukkan kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan bank syariah di Yogyakarta telah di atas moderat (cukup tinggi). Faktor yang memberikan efek besar bagi kepuasan nasabah adalah faktor *responsiveness*, *compliance*, dan *emphaty*. Hasil dari analisis varians dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan setiap bank syariah tidak memiliki perbedaan yang signifikan.¹⁹
7. Rumiyaniti (2018), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada kantor Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Kabupaten Pesawaran)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bagi konsumen Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) kesehatan kabupaten Pesawaran telah sesuai dengan perspektif ekonomi islam. Dilihat dengan hasil dari variable keandalan (*reliability*), variable *assurance* (jaminan), dan dari hasil *Adjuted R²* menunjukkan bahwa sebesar 0,630 memberi pengertian bahwa variasi yang terjadi pada variable kepuasan konsumen 63% ditentukan oleh variable independen.²⁰

¹⁸ Abdul Djalal, “ *Analisis Kepuasan Nasabah dengan Pendekatan Fuzzy Service Quality dalam Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Perbankan*” *Jurnal Teknoin*, Vol. 19 No. 1. Maret 2013, hal. 01-15

¹⁹ Putri Dwi Cahyani, “*Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah*”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 6 (2), Oktober 2016, hal. 151.

²⁰ Rumiyaniti, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada kantor Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Kabupaten Pesawaran)*” (*Skripsi: UIN Raden Intan Lampung, 2018*), hal. 123.

H. Sistematika Penulisan

Dalam skripsi ini, sistematika yang telah disusun oleh peneliti dapat dipaparkan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini memuat tentang pendahuluan yang berisikan sub-sub bab yang terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang relevan dengan judul skripsi ini dan hipotesis yang menjadi jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian. Teori yang digunakan dalam skripsi ini terdiri atas: *Grand theory*, *Service quality*, *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangibles*, *Emphaty*, *Responsivness*, dan teori fuzzy.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini mengemukakan tentang metode penelitian yang dilakukan oleh penulis yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, populasi sampel dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variable, instrument penelitian, metode analisis data, uji validitas, uji reliabilitas, uji fuzzy CARTER.

BAB IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Bab ini terdiri atas hasil dari penelitian yang dilakukan serta pembahasan mengenai hasil tersebut.

BAB V : Penutup

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya dan memuat saran yang ditujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan topic yang sama atau mengembangkan penelitian yang telah dilakukan agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik lagi serta berisi rekon

BAB II LANDASAN TEORI

A. Grand Theory

1. Teori Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kualitas diperlukan dalam penyediaan produk atau jasa kepada pelanggan. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki spesifikasi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga menyebabkan konsumen merasa puas. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti perusahaan harus memberikan pelayanan berkualitas (service quality) kepada pelanggannya.²¹ Dalam hal ini peranan setiap individu dalam service encounter sangatlah penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk.²²

Menurut (Supriatin,2009), kepuasan konsumen atau nasabah merupakan bagian yang sangat penting untuk keberhasilan suatu usaha atau bisnis. Banyak perusahaan yang menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk memuaskan pelanggan. Banyak macam pengungkapannya, karena kepuasan itu adalah sesuatu yang abstrak dan sulit diukur. Setiap individu memiliki penilaian tersendiri tentang kepuasan yang diinginkan, maka keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kepuasan yang dapat diberikan kepada pelanggan.²³

Pengertian kepuasan pelanggan dari berbagai ahli tidaklah jauh berbeda. Menurut (Kotler & Keller, 2012), “*Satisfaction is a dissatisfaction that result from*

21 Tony Wijaya, “*Manajemen Kualitas Jasa*”, (Jakarta: Indeks, 2011), hal. 152

22 Juzan Tri Hartato, “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (Study Kasus Pada PD. BPR Bank Jogja)*”. Progm magister Manajemen Universitas Gundarma, 2010, hal. 97

23 Supriatin, A. N. 2009, “*Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Variabel Fasilitas, harga, dan Citra Perusahaan (Studi Kasus Tmbookstore Depok)*”, Vol. 1, No. 1, hal. 5

comparing a product's perceived performance or outcome to expectations. If the performance falls short of expectations, the outcome is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied or delighted". Yang artinya kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka konsumen akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen merasa puas.²⁴ Jadi kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.

Pada dasarnya kepuasan konsumen atau nasabah adalah perasaan senang konsumen setelah membandingkan hasil atau kinerja yang dirasakan dengan harapan nasabah, pada umumnya harapan nasabah merupakan perkiraan nasabah terhadap apa yang akan mereka terima dalam mengkonsumsi produk atau jasa, sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi nasabah terhadap apa yang telah diterima setelah mengkonsumsi produk atau jasa.²⁵ Pengertian kepuasan pelanggan dari berbagai ahli tidaklah jauh berbeda. Menurut Kotler, kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.²⁶

- b. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah
Ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen menurut Handi Irawan, diantaranya yaitu:²⁷

²⁴ Kotler, Philip, 2008, "*Manajemen Pemasaran*", (Jakarta: Indeks, Pemasaran Edisi 12 Jilid 2)

²⁵ Nia Anggraini & Rudi Alhempri, 2021, "*Analisis Kepuasan Konsumen PT Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru*", Jurnal Inovaasi Penelitian, Vol. 1, No. 9, hal 1927

²⁶ Kasmir, "*Manajemen Perbankan*", (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hal.238

²⁷ Handi Irawan, "*Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*", Cetakan Pertama (Jakarta: PT. Gramedia, 2008), hal. 23

1. Kualitas produk

Nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas

2. Kualitas pelayanan

Nasabah merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh mereka

3. Emosional

Nasabah akan merasa senang dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4. Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabahnya

5. Biaya dan kemudahan dalam mendapatkan produk

Nasabah yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung akan puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2. Teori Fuzzy

- a. Logika Fuzzy

Pencetus gagasan logika *fuzzy* adalah Prof. Lotfi A. Zadeh pada tahun 1965 dari California University di Berkeley. *Fuzzy* secara bahasa berarti kabur atau samar. Logika *fuzzy* adalah logika multivalued yang memungkinkan untuk mendefinisikan nilai menengah diantara dua logika atau evaluasi konvensional yang berbeda, seperti benar atau salah, iya atau tidak, tinggi atau rendah,

panas atau dingin, dan sebagainya. Oleh karena itulah logika ini disebut logika samar. Sehingga dalam teori *fuzzy* sesuatu dapat bernilai salah atau benar secara bersamaan. Logika *fuzzy* merupakan generalisasi dari logika klasik yang hanya memiliki dua nilai keanggotaan, yaitu 0 dan 1. Dalam logika *fuzzy*, nilai kebenaran suatu pernyataan mempunyai *range* dari sepenuhnya benar, hingga dengan sepenuhnya salah.²⁸

Dalam logika *fuzzy set* yang merupakan pengelompokan sesuatu berdasarkan variable bahasa, yang dinyatakan dalam fungsi keanggotaan. Di dalam semesta pembicaraan (*universe of discourse*) U , fungsi keanggotaan dari suatu himpunan *fuzzy* tersebut bernilai antara 0,0 sampai dengan 1,0. Sebuah sistem *fuzzy* akan memiliki bagian bagian yakni fuzzifikasi, mesin inferensi, basis aturan, dan defuzzifikasi. Bagian fuzzifikasi diperlukan untuk mengubah nilai input ke sistem *fuzzy* yang umumnya berupa suatu angka/nilai tegas diubah ke besaran *fuzzy*.

b. Himpunan Fuzzy

Dasar logika *fuzzy* adalah teori himpunan *fuzzy*. Pada teori himpunan *fuzzy*, peranan derajat keanggotaan sebagai penentu keberadaan elemen dalam suatu himpunan sangatlah penting. Dengan teori himpunan *fuzzy*, suatu objek dapat menjadi anggota dari banyak himpunan dengan derajat keanggotaan yang berbeda dalam masing-masing himpunan. Konsep ini berbeda dengan himpunan klasik (*crisp*). Teori himpunan klasik tergantung pada logika dua nilai (*two valued logic*) untuk menentukan apakah sebuah objek merupakan suatu anggota himpunan atau bukan. Pada himpunan *crisp*,

²⁸ Kusumadewi, Sri dan Purnomo Hari, *Aplikasi Logika Fuzzy*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal.10

nilai keanggotaan hanya ada 2 kemungkinan, yaitu 0 atau 1, dimana satu (1) berarti bahwa semua item menjadi anggota dalam suatu himpunan dan nol (0) berarti bahwa suatu item tidak menjadi anggota dalam suatu himpunan. Pada himpunan *fuzzy* nilai keanggotaan terletak pada rentang 0 sampai 1. Apabila x memiliki nilai keanggotaan *fuzzy* $\mu_A[x] = 0$ berarti x tidak menjadi anggota himpunan A , demikian pula apabila x memiliki nilai keanggotaan *fuzzy* $\mu_A[x] = 1$ berarti x menjadi anggota penuh pada himpunan A . Terkadang kemiripan antara keanggotaan *fuzzy* dengan probabilitas menimbulkan kerancuan. Keduanya memiliki nilai pada interval $[0,1]$, namun interpretasi nilainya sangat berbeda antara kedua kasus tersebut.

Konsep *fuzzy* dapat digunakan dalam menghubungkan ketidakpastian atas penilaian responde pada kuesioner yang bersifat subyektif menjadi lebih objektif. Dasar logika *fuzzy* adalah teori himpunan *fuzzy* dengan derajat keanggotaan sebagai penentu keberadaan elemen suatu himpunan, nilai keanggotaan atau derajat keanggotaan menjadi ciri utama dari penalaran dari logika *fuzzy* tersebut.

Berdasarkan uraian diatas penggunaan teori *fuzzy* dalam kuesioner CARTER adalah untuk mengatasi keambiguan yang akan terjadi dari jawaban nasabah atau responden. *Fuzzy* ini nantinya yang akan membantu responden memberikan nilai yang lebih tepat dan akurat, yaitu pada saat responden memberi nilai baik, maka seberapa baik yang dimaksudkan responden, apakah baik yang mendekati ke sangat baik atau baik yang mendekati ke sedang begitupun sebaliknya.

B. Landasan Teori

1. *Service Quality* (Kualitas Pelayanan)

a. Definisi Kualitas Pelayanan

Kata kualitas (*quality*) adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Definisi lain juga menjelaskan bahwa “kualitas sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen baik internal dan eksternal, baik secara eksplisit maupun implisit”.²⁹ Kualitas menurut *International Standard Organization* (ISO) 900 adalah “*degree to which a set of inherent characteristics fulfif requirement* (derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan)”. Persyaratan dalam hal ini adalah “*need or expectation that is stated, generally implied or obligatory* (kebutuhan atau harapan yang dinyatakan, biasanya tersirat atau wajib)”. Jadi pengertian kualitas yang dijelaskan oleh ISO 900 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana perusahaan dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai sejauh mana sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya.³⁰

Dengan kemajuan teknologi di era modern ini akan mengakibatkan persaingan yang ketat untuk mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan untuk dilakukan agar dapat bertahan dan tetap mendapat kepercayaan. Berdasarkan pengertian diatas dapat diartikan bahwa kualitas harus dapat mengerti tuntutan dan kebutuhan pasar pelanggan dalam suatu proses manajemen dan proses produksi barang atau jasa

²⁹ Anis Wahyuningsih, “*Analisa Tingkat Kepuasan Berdasarkan Kualitas Pelayanan pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Karanganyar Tesis Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UMS*”, (Surakarta: 2002), hal. 10

³⁰ Rambat Lupiyadi, “*Manajemen Pemasaran Jasa*”, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), edisi 3, hal. 212

sehingga memenuhi persepsi kualitas pasar pelanggan tersebut.

Sedangkan kata pelayanan (*service*) menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan “Pelayanan adalah perihal dan memudahkan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang dan jasa”.³¹ Definisi lain juga menjelaskan pelayanan yang lebih rinci adalah “suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disebabkan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen”.³² Dari pengertian dan penjelasan di atas dapat diartikan bahwa pelayanan adalah bentuk sistem atau metode tertentu yang diberikan kepada pelanggan agar kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi sesuai dengan harapan mereka.

Menurut Kotler, kualitas adalah fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi keinginan yang dinyatakan atau tersirat.³³ Menurut Tjiptono, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.³⁴

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disebabkan perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan

³¹ WJS. Poerwa Darminta, “*Kamus Umum Bahasa Indonesia*”, (Jakarta: Balai Pustaka, 1976), hal 736

³² Ratminto & Atik, “*Manajemen Pelayanan*” (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hal. 2

³³ Kotler, Philip dan Kevin Lane Kotler, “*Manajemen Pemasaran*”, (Jakarta: Erlangga, 2005), hal.310

³⁴ Tjiptono dan Diana, *Total Quality Management (TQM)*, (Yogyakarta: ANDI, 2007), hal.4

permasalahan.³⁵ Menurut William J. Stanton mengatakan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang bersifat tak teraba yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat penjualan dan jasa lain.³⁶ Pelayanan (*service*) bukan hanya sebatas melayani, akan tetapi memahami, mengerti dan merasakan. Dengan demikian, pelayanan yang baik akan menyentuh *heart share* pelanggan, yang kemudian memperkuat posisi dalam *mind share* pelanggan. *heart share* dan *mind share* tersebut akan menimbulkan rasa loyalitas konsumen terhadap suatu instansi ataupun produk. Sebagai perusahaan dibidang jasa, bank harus memberikan *service quality* atau yang disebut dengan kualitas pelayanan yang baik untuk nasabahnya. Kualitas pelayanan tersebut bias berupa kemudahan,kecepatan, hubungan kemampuan, serta keramahan yang diberikan melalui sikap dan sifat karyawan dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan nasabah. Oleh karena itu, *service quality* bagi industry perbankan sangat berpengaruh terhadap kesuksesan industry perbankan itu sendiri.³⁷

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.³⁸ Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar benar mereka terima. Kualitas pelayanan merupakan “Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk

³⁵ *Op. Cit* Ratminton dan Atik, *Mnajemen Pelayanan*, (Jakarta: Pustaka Pelajar,2005), hal.2

³⁶ Staton William J, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hal.220

³⁷ Evi Oktaviani Satriyanti “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya*”, *Jurnal of Bussinessand Banking*, Vol. 2 No. 2, hal. 175

³⁸ Manullang, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan*, (Thesis-S2, Universitas Sumatera Utara, 2008), hal.30

memenuhi konsumen”. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk. Menurut Kotler kualitas pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan pelayanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka rasakan dan harapkan.³⁹

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang mereka harapkan atau yang mereka inginkan terhadap atribut pelayanan suatu perusahaan. Menurut Gonroos (1992) menjelaskan bahwa ada empat factor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu yang pertama menjaga dan memperhatikan bahwa konsumen akan merasakan karyawan dan sistem operasional yang ada bisa menyelesaikan masalah konsumen. Kedua adalah spontanitas, dimana karyawan menunjukkan keinginan untuk menyelesaikan masalah konsumen. Ketiga adalah penyelesaian masalah, karyawan harus memiliki kemampuan untuk menjalankan tugas berdasarkan standar yang ada, termasuk pelatihan yang diberikan agar bisa memberikan pelayanan yang lebih baik. Keempat adalah perbaikan, dimana apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan harus memiliki personel yang bisa menyiapkan usaha-usaha khusus untuk mengatasi kondisi tersebut.⁴⁰

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan dirasakan atas

³⁹ *Ibid*, h.31

⁴⁰ Gonroos. C, “*Service Management and Marketing*”Lexington Books. Massachusetts, Toronto, 1992, hal. 56

keunggulan layanan jasa untuk memenuhi keinginan atau harapan pelanggan.

b. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu layanan yang diharapkan (*Expected Service*) dan layanan yang dirasakan (*perceived service*).⁴¹ Apabila saat melayani jasa dapat diterima atau dirasakan dengan baik dan sesuai yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dapat dinilai baik dan memuaskan. Tetapi jika sebaliknya, saat melayani jasa tidak dapat diterima dan dirasakan dengan baik dan ekspektasi melebihi pelayanan yang dirasakan pelanggan, maka kualitas pelanggan dianggap buruk dari yang diharapkan.

Kesenjangan jasa adalah hal yang penting karena itulah yang merupakan penilaian keseluruhan pelanggan tentang apa yang diharapkan dibandingkan dengan apa yang diterima. Tujuan utama dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah mengurangi kesenjangan sedapat mungkin, dan untuk mencapai tujuan ini, penyedia layanan jasa harus mengurangi atau menghilangkan kesenjangan yang bisa menyebabkan kegagalan dalam pemberian layanan jasa.⁴² Dengan mengurangi atau menghilangkan kesenjangan jasa setiap pemberian pelayanan maka akan membantu suatu perusahaan meningkatkan nama baiknya dalam hal pelayanan jasa yang berkualitas.

Kesenjangan pada kualitas pelayanan dapat diperoleh dengan memberikan nilai atau skor pada setiap dimensi *service quality*. Dimana nilai *service quality* diperoleh dengan memberi penilaian pada masing-masing bagian, baik bagian ekspektasi maupun bagian persepsi yang didapatkan melalui pembagian kuesioner kepada responden dengan menggunakan rumus:

⁴¹ Parasuraman, A. Zeithaml. Dan Berry, L.L. 1990. "Delivering Quality Service", The Free Press. New York

⁴² Lovelock, Christopher H Lauren K Wright, 2007, "Manajemen Pemasaran Jasa", (Jakarta: PT. Indeks), hal 97

Skor Gap = Persepsi Nasabah – Harapan Nasabah

Hasil penilaian nasabah atau responden ini kemudian diolah sehingga bisa diketahui nilai *service quality* atau yang disebut dengan kualitas pelayanannya. Dari hasil perhitungan diatas terdapat beberapa kemungkinan yang terjadi yaitu:

- 1) Jika hasil perhitungan (+) positif, maka artinya ekspektasi nasabah telah terpenuhi. Sehingga semakin positif hasilnya maka akan semakin baik *service quality* tersebut berdasarkan penilaian nasabah.
- 2) Jika hasil perhitungan (-) negatif, maka artinya persepsi nasabah belum melampaui ekspektasi nasabah. Sehingga hasilnya pemberi jasa masih belum mampu memenuhi harapan atau ekspektasi pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi *service quality* adalah jasa yang diharapkan (ekspektasi) dengan jasa yang dirasakan (persepsi). Dan juga dapat disimpulkan dari dua point utama dalam kualitas pelayanan adalah semakin tinggi kesenjangan (*gap*) dengan nilai positif maka jasa yang diberikan sudah memenuhi harapan nasabahnya, namun sebaliknya jika kesenjangan (*gap*) bernilai negative maka pelayanan yang dirasakan nasabah belum sesuai dengan harapan nasabah.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, et.al bahwa ada lima dimensi pengukuran layanan yang harus dipenuhi dalam pelayanan yaitu.⁴³

1. Bukti Fisik (*Tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitar adalah bukti fasilitas

⁴³ *Op.Cit* Parasuraman, A. Zeithaml. Dan Berry, L.L. 1990. "Delivering Quality Service", The Free Press. New York, hal 148

- fisik/gedung, gudang, penampilan karyawan, dan lain sebagainya.
2. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan cepat, tepat, akurat, dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
 3. Daya Tanggap (*Responsivness*), yaitu kemauan pegawai untuk tanggap membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat dengan disertai penyampaian jasa yang jelas. Dalam hal ini perusahaan tidak hanya selalu cepat tanggap pada keluhan konsumen yang timbul karena janji tidak terpenuhi, namun juga cepat tanggap menangkap perubahan yang terjadi dalam pasar, teknologi, peralatan, dan perilaku konsumen.
 4. Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Variabel ini terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan, kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*cortecy*).
 5. Empati (*Emphaty*), yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individu oleh para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memenuhi kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam kualitas pelayanan terdapat beberapa yang harus

diperhatikan dalam memberikan pelayanan yaitu dengan, memperhatikan fasilitas fisik serta penampilan karyawan, memberikan pelayanan yang handal, tanggap dan peka terhadap kebutuhan nasabah, dan juga dapat menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan, dan berempati terhadap nasabah agar nasabah merasakan kepuasan dalam pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

2. Persepsi dan Harapan Konsumen

a. Persepsi Konsumen

Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Menurut Bimo Walgito, mengartikan bahwa persepsi merupakan proses diterimanya stimulus oleh setiap orang melalui alat indera atau juga disebut dengan proses sensori. Namun proses tidak berhenti begitu saja, melainkan melanjutkan proses selanjutnya yang merupakan proses persepsi. Maka dalam proses persepsi orang yang dipersepsi bisa mempengaruhi pada orang yang mempersepsi.⁴⁴ Menurut Sumardi, persepsi adalah tanggapan yang biasanya didefinisikan sebagai bayangan yang tinggal dalam ingatan setelah kita melakukan pengamatan.⁴⁵

Menurut Rakhmat (2003), menjelaskan bahwa persepsi sebagai pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang didapat dengan menyimpulkan dan menafsirkan pesan. Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses indera, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera. Stimulus yang dikenai oleh alat indera tersebut selanjutnya diinterpretasikan sehingga individu menyadari tentang

⁴⁴ Bimo Walgito, "*Pengantar Psikologi Umum*", (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010), hal. 99

⁴⁵ Sumardi Suryabrata, "*Psikologi Pendidikan*", (Bandung: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 36

apa yang diinderanya itu. Dengan demikian dapat diartikan bahwa persepsi merupakan pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diinderanya sehingga menghasilkan sesuatu yang berarti, dan merupakan respon yang *integrated* dalam individu. Dengan persepsi, maka individu akan menyadari tentang keadaan dirinya dan tentang keadaan sekitarnya.⁴⁶

Menurut Parasuraman dan Ziethaml (1985), persepsi konsumen adalah hasil dari bagaimana konsumen mengenali kualitas pelayanan karena telah menggunakan produk tersebut namun persepsi dapat juga dibentuk melalui pendapat orang lain.

Persepsi konsumen dapat dikatakan sebagai penilaian menyeluruh atas tercapainya pelayanan jasa yang disediakan, artinya konsumen tidak menilai hanya berdasarkan hasil akhir pelayanan tetapi mereka juga menilai proses pelayanan tersebut.

b. Harapan Konsumen

Harapan adalah suatu keinginan yang dirasakan konsumen pada suatu produk tertentu. Setiap konsumen pasti mempunyai harapan untuk membuat suatu keputusan. Harapan inilah yang mempunyai peran besar sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kualitas maupun kepuasan konsumen.⁴⁷

Dalam konteks kualitas pelayanan jasa menjelaskan bahwa ekspektasi pelanggan merupakan peranan penting untuk mengevaluasi kualitas maupun kepuasan. Tjiptono menjelaskan bahwa ekspektasi yang paling banyak digunakan dalam literature kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Harapan adalah apa saja yang pelanggan pikirkan harus

⁴⁶ Jalaludin Rakhmat, "*Psikologi Komunikasi*", (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hal. 51

⁴⁷ Alfi Hasaniyah, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Persepsi Konsumen PT.Pos Pamekasan*", Jurnal

Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 1, No. 01, Mei 2016, hal. 86.

disediakan oleh penyedia dan pemberi jasa. Harapan bukan merupakan prediksi dari apa yang disediakan oleh penyedia jasa atau perusahaan. Harapan konsumen terhadap layanan merupakan keinginan atau permintaan ideal pelanggan terhadap pelayanan yang akan diberikan oleh perusahaan atau penyedia layanan. Harapan konsumen harus menjadi acuan bagi perusahaan atau penyedia layanan untuk mendesain, menghasilkan dan menyampaikan layanan kepada pelanggan.⁴⁸

3. Perbankan Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 bank merupakan badan usaha yang mengimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk- bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank terdiri atas dua jenis, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional yang terdiri atas Bank Umum Konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat. Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).⁴⁹

Bank syariah merupakan *Islamic Financial Institution* dan lebih dari sekedar bank (*beyond banking*) yang berlandaskan Al-Qur'an dan hadits yang mengacu pada prinsip muamalah, yaitu sesuatu

⁴⁸ Tjiptono, Fandy, “*Service Management*”, (Yogyakarta: Andi Ofset, Edisi Kedua, 2008), hal 159

⁴⁹ Andri, Soemitra, M.A, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Kencana (Jakarta: Prenadamedia, 2014), hal.61

yang boleh dilakukan, kecuali jika ada larangannya dalam Al-Qur'an dan hadis yang mengatur hubungan antar manusia terkait ekonomi, social dan politik. Bank syariah menjalankan fungsi penghimpunan dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dalam rangka taraf hidup rakyat.⁵⁰

Bank syariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang operasionalnya berdasarkan pada syariat hukum islam. Menurut Schaik (2001), bank islam adalah sebuah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum islam yang sah, kemudian dikembangkan pada abad pertama islam, menggunakan konsep berbagai resiko sebagai metode utama, dan meniadakan keuangan berdasarkan kepastian serta keuntungan yang ditentukan sebelumnya.

Bank syariah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang pelaksanaan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi islam. Tujuan ekonomi islam bagi bank syariah tidak hanya terfokus pada tujuan komersial yang tergambar pada pencapaian keuntungan maksimal, tetapi juga perannya dalam mewujudkan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat. Kontribusi untuk turut serta dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat tersebut merupakan peran bank syariah dalam melaksanakan fungsi sosialnya.

Bank adalah lembaga perantara keuangan atau bisa disebut dengan *financial intermediary*. Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Oleh karena itu usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya perdagangan yang utama. Kegiatan dan

⁵⁰ Rozalinda, "Fikih Ekonomi Syariah: Prinsip dan Implementasinya Pada Sektor Keuangan Syariah" (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016) hal 45

usaha bank akan selalu terkait dengan komoditas, antara lain:

- a) Memindahkan uang
- b) Menerima dan membayarkan kembali uang dalam rekening Koran
- c) Mendiskonto surat wesel, surat order maupun surat berharga lainnya
- d) Membeli dan menjual surat-surat berharga
- e) Membeli dan menjual cek, surat wesel, kertas dagang
- f) Membeli jaminan barang

Menghindari pengoprasian bank dengan sistem bunga, islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah islam. Dengan kata lain bank islam lahir sebagai salah satu solusi alternative terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dan riba. Dengan demikian, keinduan umat islam Indonesia yang ingin melepaskan diri dari persoalan riba telah mendapat jawaban dengan lahirnya bank islam.

Berdasarkan uraian di atas bank syariah adalah badan usaha yang kegiatannya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran sesuai dengan prinsip syariah yang mana bank syariah terdiri dari tiga jenis yakni bank umum syariah, unit usaha syariah, dan bank pembiayaan rakyat syariah.

b. Fungsi Bank Syariah

Fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat untuk berbagai tujuan atau sebagai *financial intermediary* Berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008 Pasal 4 tentang Perbankan Syariah, disebutkan bahwa bank syariah wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Bank syariah juga dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitulmal, yaitu

menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya (antara lain denda terhadap nasabah atau ta'zir) dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat. Selain itu, bank syariah juga dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif). Serta bank syariah juga menjalankan fungsi jasa keuangan yang mana dalam menjalankan kegiatannya tidaklah berbeda dengan bank konvensional, seperti memberikan layanan kliring, transfer, inkaso, pembayaran gaji, *letter of credit*, *letter of guarantee*, dan lain sebagainya. Akan tetapi, dalam hal mekanisme mendapatkan keuntungan dari transaksi tersebut, bank syariah tetap harus menggunakan skema yang sesuai dengan prinsip syariah.⁵¹

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa fungsi bank syariah adalah sebagai lembaga penghubung (*intermediary*) antara menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Selain itu, bank syariah juga berfungsi sebagai lembaga sosial serta memberikan fungsi jasa keuangan.

c. Dasar Hukum Bank Syariah

Terdapat beberapa dasar hukum Bank Syariah yaitu, antara lain:

1) Fatwa Dewan Syariah Nasional

Istilah keuangan dan perbankan syariah mendefinisikan fatwa sebagai penjelasan tentang hukum islam yang diberikan oleh seorang faqih atau lembaga fatwa kepada umat, yang muncul baik karena adanya pernyataan maupun tidak.

⁵¹ Yaya, Rizal dan Aji Erlangga Martawireja, Dkk. *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hal. 49

Secara sederhana, fatwa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah jawab (keputusan, pendapat) yang diberikan oleh mufti tentang suatu masalah.⁵² Adapun salah satu fatwa Dewan Syariah Nasional mengenai Bank Syariah merujuk pada surat QS. An-Nisa Ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

2) Undang- Undang dan Peraturan Bank Indonesia

Dasar hukum utama bagi operasional perbankan syariah pada saat ini adalah UU Perbankan, UU Perbankan Syariah, UU Peraturan-Peraturan Bank Indonesia (PBI) tentang perbankan syariah, antara lain PBI No. 11/3/PBI/2009 tentang Bank Umum Syariah dan PBI No. 11/23/PBI/2009 tentang Bank Pengkreditan Rakyat berdasarkan prinsip syariah serta Surat Edaran Bank Indonesia (SEBI) yang terikat, yaitu masing-masing No 11/9/DPbs tanggal 7 April 2009 perihal Bank Umum Syariah dan No. 11/34/DPbs tanggal 23 Desember 2009 perihal Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.⁵³ Serta Undang- Undang No. 21 Tahun 2008 tentang

⁵² A. Wangsawidjaja Z, “*Pembiayaan Bank Syariah*”, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal. 19-31

⁵³ Departemen Agama RI, “*Al-Qur’an dan Terjemahannya*”(Bandung: Diponegoro, 2012), hal. 84

perbankan syariah pasal 1 disebutkan bahwa “Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.”⁵⁴

d. Karakteristik Bank Syariah

Prinsip syariah islam dalam pengelolaan harta menekankan pada keseimbangan antara kepentingan individu dalam masyarakat. Harta harus dimanfaatkan untuk hal-hal produktif terutama untuk kegiatan investasi yang merupakan landasan aktivitas ekonomi dalam masyarakat. Tidak setiap orang mampu secara langsung menginvestasikan hartanya untuk menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu, diperlukan suatu lembaga perantara yang menghubungkan masyarakat pemilik dana dan pengusaha yang memerlukan dana (pengelola dana). Salah satu bentuk lembaga perantara tersebut adalah bank yang kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.⁵⁵

Bank syariah adalah bank yang berasaskan, antara lain pada asas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal. Bank syariah bukan sekedar bunga, tetapi juga memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan, secara fundamental terdapat beberapa karakteristik bank syariah, diantaranya:

- 1) Penghapusan riba dalam berbagai bentuk
- 2) Pelayanan kepada kepentingan publik dan merealisasikan sasaean sosio-ekonomi islam
- 3) Bank syariah bersifat universal yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal,

⁵⁴ Kasmir, “*Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*”, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012), hal. 85

⁵⁵ Muhammad, “*Manajemen Dana Bank Syariah*”, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), Edisi 1, hal. 3

karena bank komersial syariah menerapkan profit and *loss sharing* dalam kondisinya, ventura, bisnis atau industri

- 4) Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi kesulitan likuiditasnya dengan memanfaatkan instrument pasar uang antara bank syariah dan instrument bank sentral berbasis syariah.⁵⁶

Bank syariah beroperasi atas dasar konsep bagi hasil. Bank syariah tidak menggunakan bunga ebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebaskan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan. Berbeda dengan bank non-syariah, bank syariah tidak membedakan secara tegas antara sektor riil, seperti jual beli dan sewa menyewa. Di samping itum bank syariah juga dapat menjalankan kegiatan usahanya untuk memperoleh imbalan atas jasa perbankan lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Suatu transaksi sesuai dengan prinsip syariah apabila telah memenuhi syarat seperti berikut ini:

- 1) Transaksi tidak mengandung unsu kedzhaliman
- 2) Bukan riba
- 3) Tidak membahayakan pihak sendiri atau pihak lain
- 4) Tidak ada penipuan (gharar)
- 5) Tidak mengandung materi yang diharamkan
- 6) Tidak mengandung unsur judi (maysir)

Oleh karena itu operasional bank syariah perlu memperhatikan hal-hal yang memang telah diatur oleh syariah atau ajarab islam berkaitan dengan harta, uang, jual beli, dan transaksi ekonomi lainnya.

⁵⁶ Andri, Soemitra, M.A... hal. 67

4. Model *CARTER*

CARTER merupakan alat untuk mengukur kualitas layanan dan dapat digunakan untuk menganalisis penyebab dari permasalahan layanan tersebut. *CARTER* merupakan perkembangan dari model *Service Quality (SERVQUAL)*. Menurut Parasuraman (1988) *Service Quality* merupakan harapan sebagai keinginan para pelanggan ketimbang layanan yang mungkin diberikan perusahaan. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan nyata yang mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu. Sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan kurang bermutu, apabila kenyataan sama dengan yang diharapkan maka layanan dikatakan memuaskan.

Service quality dapat diukur dengan menggunakan lima dimensi pengukuran (Parasuraman, 1988) yaitu:⁵⁷

a. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Yaitu memperhatikan fasilitas fisik/gedung, gudang, penampilan karyawan, dan lain sebagainya yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Bank-bank yang sangat baik akan memiliki peralatan yang modern.
2. Fasilitas fisik pada bank yang sangat baik akan terlihat menarik
3. Karyawan bank yang sangat baik akan terlihat rapi
4. Bahan-bahan terkait dengan jasa (seperti brosur atau rekening) akan terlihat menarik pada bank yang sangat baik.
- 5.

⁵⁷ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pemasaran...* hal. 175-176

b. Kenadalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan cepat, tepat, akurat, dan terpercaya, yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Apabila bank yang baik berjanji untuk menyelesaikan sesuatu dalam waktu tertentu, mereka akan menepatinya.
2. Apabila pelanggan menghadapi masalah, bank yang sangat baik akan menaruh perhatian yang tulus untuk memecahkannya.
3. Bank yang sangat baik akan memberikan pelayanan saat itu juga.
4. Bank yang sangat baik akan menyediakan jasanya tepat pada waktu yang dijanjikan.
5. Bank yang baik akan menekankan kesalahan catatan.

c. Daya Tanggap (*Responsivness*)

Yaitu kemauan pegawai untuk tanggap membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat dengan disertai penyampaian jasa yang jelas. Terdiri dari :

1. Karyawan bank yang sangat baik akan memberitahukan kepada pelanggan dengan tepat kapan jasa akan dilakukan.
2. Karyawan bank yang sangat baik akan memberikan pelayanan segera kepada pelanggan.
3. Karyawan bank yang sangat baik akan selalu bersedia membantu pelanggan.
4. Karyawan bank yang sangat baik tidak akan pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan pelanggan

d. Jaminan (*Assurance*)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen. Terdiri dari:

1. Perilaku karyawan bank yang sangat baik akan menanamkan kepercayaan dalam diri pelanggan.
2. Pelanggan bank yang sangat baik akan merasa aman dengan transaksinya.
3. Karyawan bank yang sangat baik akan bersikap sopan terus-menerus kepada pelanggan.
4. Karyawan bank yang sangat baik akan tahu menjawab pertanyaan pelanggan.

e. Empati (*Emphaty*)

Yaitu dimensi dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memenuhi kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Terdiri dari:

1. Bank yang sangat baik akan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan.
2. Bank yang sangat baik akan memiliki jam operasi yang sesuai untuk semua pelanggan.
3. Bank yang sangat baik akan memiliki karyawan yang memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.
4. Karyawan bank yang sangat baik akan memahami kebutuhan khusus pelanggan.

Pada umumnya metode *SERVQUAL* digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan perusahaan penyedia jasa yang tidak menganut prinsip syariah. Seiring perkembangan zaman membuat berdirinya perusahaan-perusahaan penyedia jasa yang menganut prinsip syariah. Dalam perusahaan penyedia jasa yang menganut prinsip syariah seperti perbankan syariah penerapan kelima dimensi di atas masih terdapat kekurangan, hal tersebut dikarenakan dalam penerapan yang dilakukan berbeda dengan perusahaan konvensional khususnya perbankan konvensional. Kelima dimensi tersebut apabila diterapkan di perusahaan penyedia

jasa syariah cenderung akan menilai yang bersifat normatif. Hal ini dikarenakan perusahaan penyedia jasa syariah memiliki karakteristik lain dibandingkan perusahaan penyedia jasa konvensional yaitu menerapkan prinsip syariah di dalam bisnisnya.

Untuk menutupi kelemahan yang ada, Othman dan Owen menambahkan unsur *compliance* pada dimensi mutu pelayanan yang diteliti sebelumnya oleh Parasuraman, yang bisa dikenal dengan *compliance with Islamic law* (kepatuhan terhadap hukum Islam). Lima dimensi mutu pelayanan ditambah dengan dimensi *compliance* sebagai syarat produk atau jasa syariah, yang lebih dikenal dengan *CARTER*, yakni: *compliance, which means the ability to fulfill with Islamic law and operate under the principles of Islamic banking and economy*, (Kepatuhan, yang berarti kemampuan untuk memenuhi dengan hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip perbankan Islam dan ekonomi).⁵⁸

Othman and Owen menyatakan bahwa dimensi *compliance* dijabarkan dalam lima unsur yaitu:

- a. Institusi sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip Islam.
- b. Institusi tidak menarik atau memberikan bunga pada produk pembiayaan atau tabungan.
- c. Ketentuan produk dan layanan yang Islami.
- d. Ketentuan bebas bunga pada produk pembiayaan.
- e. Ketentuan bagi hasil produk-produk investasi.

Dimensi *compliance* yang diusulkan oleh Othman and Owen kemudian diintegrasikan dengan dimensi-dimensi *SERVQUAL* yang diusulkan oleh Parasuraman untuk mengukur kualitas pelayanan di perbankan syariah.

⁵⁸ Abdul Qawi Othan dan Lynn Owen, "Adopting and Measuring Customer Service in Ilamic Bank: A Case Study in Kuwait Finance House" *Internatinal journal Of Islamic Financial Service*, Vol. 3. No. 1, hal 11.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Othman and Owen bahwa *CARTER* untuk mengukur kualitas pelayanan di industry perbankan syariah adalah sah dan terbukti bahwa *compliance* mempunyai pengaruh sangat signifikan.

6. Pandemi Covid-19

a. Pengertian Pandemi

Pandemi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai wabah yang berjangkit serempak dimana-mana meliputi daerah geografi yang luas. Wabah penyakit yang masuk dalam kategori pandemic adalah penyakit menular dan memiliki garis infeksi berkelanjutan. Maka jika ada kasus terjadi di beberapa negara lainnya selain negara asal, akan tetap dikatakan sebagai pandemi.⁵⁹

Menurut WHO (*World Health Organization*) pandemi adalah penyebaran penyakit baru ke seluruh dunia (*World Health Organization*, 2020). Pandemi terjadi ketika beberapa faktor ini terpenuhi:

1. Peningkatan jumlah atau virulensi agen baru.
2. Informasi dan sifat lainnya dari agen baru ini belum terdeteksi atau berbeda dari yang pernah ada sebelumnya.
3. Modus transmisi atau infeksi meningkat sehingga orang yang lebih rentan terpapar.
4. Perubahan kerentanan respon tuan rumah terhadap agen, dan atau factor-faktor yang meningkatkan paparan host atau melibatkan pengenalan jalur infeksi baru.

b. Pengertian Covid-19

Coronavirus Disease (Covid-19) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru ditemukan dan dikenal sebagai

⁵⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. 2016. <http://kbbi.kemdikbud.go.id> (diakses pada 22 Desember 2021)

sindrom pernafasan akut atau parah virus corona 2 (SARS-CoV-2).⁶⁰ Covid-19 menyebar sangat cepat karena dapat menular dari manusia ke manusia melalui pernapasan dan sentuhan. Virus yang berasal dari China kini sudah menyebar aktif di Indonesia. Hingga saat ini belum ada vaksin maupun obat yang mampu mengatasi virus ini dalam pencegahan termasuk pengendalian penularan. Di setiap negara berusaha memutus transmisi, dan melindungi populasi sehingga tidak menimbulkan dampak yang menakutkan.⁶¹ Covid-19 menyebabkan kepanikan disektor keuangan dan berdampak pada perbankan di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi triwulan II mengalami kontraksi, neraca transaksi berjalan dan transaksi modal mengalami *defisit*, pelemahan nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika Serikat. Krisis kali ini berbeda dimana pandemi covid-19 belum pernah terjadi sebelumnya, sehingga diperlukan sinergi stimulus sektor keuangan berupa restrukturisasi kredit/dunia usaha. Dampaknya bagi ekonomi nasional, kesehatan, dan kesejahteraan menjadi tidak menentu. Agar ekonomi tidak merosot lebih dalam pemerintah melakukan kebijakan pembukaan kembali perekonomian dari disebut sebagai kondisi normal baru.⁶²

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pandemi Covid-19 diartikan sebagai wabah yang menyebar secara luas dan serempak yang disebabkan

⁶⁰ JL Kelsey, WD Thompson dan AS Evans, *Methods in Observational Epidemiology*, (New York: Oxford

Universita Press, 1986), hal. 6

⁶¹ Sayekti Lina, “*Dalam Menghadapi Pandemi: Memastikan Keselamatan dan. Kesehatan di Tempat kerja*”,

International Labour Organization,(2020), hal. 7.

⁶² Ihsan, Effendi, Prawidya Hariani RS, “*Dampak Cpvit 19 terhadap Bank Syariah*”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Studi Pembangunan*, Vol. 20 No. 2 (2020), hal 222

oleh jenis Corona Virus yang menyerang tubuh manusia.

c. Peraturan *Service Quality* Pada Saat Covid-19

Menurut Siaran Pers dalam Operasi Industri Jasa Keuangan Selama periode Implementasi PSBB di Berbagai Daerah. Isinya bahwa OJK meminta lembaga jasa keuangan untuk bekerja dengan jumlah minimum karyawan sesuai dengan protokol kesehatan di tempat kerja. Lembaga layanan keuangan harus mematuhi prosedur PSBB untuk diimplementasikan, seperti physical distancing, mengurangi layanan dengan tatap muka dan sebagai gantinya perbankan dapat memaksimalkan penggunaan teknologi dan selalu menjaga kesehatan. Perbankan syariah dituntut untuk tetap melayani nasabah dari rumah, dengan begitu bank syariah harus menyesuaikan pola bisnis akibat dari Covid-19.⁶³

d. Pencegahan Covid-19

Pencegahan covid-19 di Indonesia, pemerintah telah melakukan berbagai strategi untuk menghambat penambahan kasus positif Covid-19. Terdapat strategi pemerintah yang diberlakukan terbagi menjadi tiga hal dalam kesehatan yaitu dalam bentuk promotif, preventif, dan kuratif untuk penanganan penyebaran Covid-19. Selain itu dalam bidang ekonomi pemerintah juga memberlakukan jarring pengaman social untuk membantu warga negara melewati masa krisis.⁶⁴

Upaya yang dapat dilakukan individu agar terhindar dari virus Covid-19 yaitu:

⁶³ Inna Fauzi, Yassirlana Anjani, “Kebijakan Peraturan OJK Terhadap Perbankan Syariah dalam Menghadapi Wabah Covid-19 di Era New Normal”, *Journal of Sharia Economic Law*, Vol. 4. No. 1, hal 55

⁶⁴ Idah Wahidah, Muhammad Andi Septiadi Dkk, “Pandemi COVID-19 Analisis Perencanaan Pemerintah Dan Masyarakat Dalam Berbagai Upaya Pencegahan”, *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, Vol. 11 No. 3, hal. 183

- 1) Mencuci tangan dengan sabun dan air yang mengalir selama 20 detik hingga bersih, atau dengan menggunakan *handsanitizer*.
- 2) Hindari dengan menyentuh wajah, hidung, ataupun mulut saat tangan dalam keadaan kotor atau belum dicuci
- 3) Hindari kontak langsung atau berdekatan dengan orang yang sakit
- 4) Hindari menyentuh hewan
- 5) Membersihkan dan mensterilkan permukaan benda yang sering digunakan, seperti handphone, laptop dan lainnya
- 6) Tutup hidung dan mulut ketika bersin dan batuk dengan tisu
- 7) Jangan keluar rumah jika dalam keadaan sakit
- 8) Menggunakan masker dan segera berobat jika mengalami gejala penyakit saluran pernapasan
- 9) Perbanyak istirahat, dan perbanyak asupan cairan tubuh untuk menjaga kekebalan tubuh
- 10) Terapkan gaya hidup sehat mulai dari pola makan, olahraga, serta tidak mudah stress.⁶⁵

e. Indikator Pandemi Covid

Dalam perkembangan Pandemi Covid-19 terdapat beberapa indikator yaitu.⁶⁶

- 1) Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)

⁶⁵ Monika Freshlini Patiyati Daur, “Korelasi Antara Kesehatan Peserta Didik Selama Pandemi COVID-19 Terhadap Motivasi Belajar Fisika Peserta Didik” (Skripsi Universitas Hanata Dharma, Yogyakarta), hal. 13-14

⁶⁶ Setia Pramana, dkk, “Kajian Big Data Sinyal Pemulihan Indonesia Dari Pandemi Covid-19”, (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2021), hal. 6

- 2) Kewajiban memakai masker
- 3) *Screening* Covid-19
- 4) Penggunaan vaksin
- 5) Epidemiologi
- 6) Survelians kesehatan masyarakat
- 7) Sistem kesehatan

7. *Service Quality* dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Pengertian *Service Quality* (Kualitas Pelayanan) dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menurut ensiklopedi islam, pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah. Supaya pelayanan yang ada di perusahaan jasa bisa lebih terarah maka semua pihak harus memiliki pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran islam. Dimana islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan yang merasakan kepuasan secara maksimal.

Terkait dengan kualitas pelayanan dalam Perspektif Ekonomi Islam diatas, Allah Swt. Berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah Ayat 267, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ 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 kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (Q.S Al-Baqarah (2): 267).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa islam sangat memperhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Thorik G dan Utus H (2006) menjelaskan juga bahwa pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami dan merasakan. Dengan demikian maka penyampaian akan sampai pada *heart share* dan memperkuat posisi di dalam *mind share* pelanggan.⁶⁷

Adapun konsep pelayanan dalam islam adalah sebagai berikut:

1) Prinsip Tolong Menolong (*Ta'awun*)

Memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Sebagaimana dijelaskan dalam ayat al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أُمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نَقَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qala'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam;

⁶⁷ Gunara, Thorik & Hardiono, U.S, “Marketing Muhammad”, (Bandung, Takbir Publishing House, 2006), hal. 77

mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya” QS. Al-Maidah ayat 2

Dalam sebuah hadist dikatakan bahwa: "Orang yang menunjukkan (sesama) kepada kebaikan, ia bagaikan mengerjakannya" (HR. Muslim). Maksud hadist di atas adalah diibaratkan orang berilmu membantu orang lain dengan ilmunya, orang kaya membantu dengan kekayaannya. Dan hendaknya kaum muslimin menjadi satu tangan dalam membantu orang yang membutuhkan. Jadi, seorang mukmin setelah mengerjakan suatu amal shalih, berkewajiban membantu orang lain dengan ucapan atau tindakan yang memacu semangat orang lain untuk beramal.

2) Prinsip Memberi Kemudahan (*At-Taysir*)

Menyadari tabiat manusia yang tidak menyukai beban yang membatasi kemerdekaannya, maka Allah swt menurunkan syari'at islam untuk

memelihara dan mengusahakan agar ketentuan yang dibebankan pada manusia bisa dengan mudah dilaksanakan dan dapat menghilangkan kesulitan juga kesempitan adalah menghilangkan hal-hal yang menyulitkan (masyaqah) masyarakat yang berlebih-lebihan. Meskipun demikian bukan berarti bahwa syariah islam menghilangkan sama sekali kesulitan yang mungkin di alami oleh manusia dalam kehidupannya. Hanya saja ketentuan yang terdapat dalam syariat islam dapat mengurangi kesulitan bagi manusia.

Sebagaimana hadits dari Anas bin Mali Ra, ia berkata: Rasulullah SAW bersabda yang berbunyi: “Permudah dan jangan dipersulit, berilah agar mereka bahagia dan jangan membuat mereka lari”. (Muttafaq ‘Alaih).

3) Prinsip Persamaan (Musawah)

Manusia semuanya adalah sama, dari asal kejadian yang sama yaitu dari tanah dan dari diri yang satu yakni Adam yang diciptakan dari tanah. Karena itu tidak ada kelebihan individu satu dengan yang lainnya, karena asal-usul semua manusia adalah sama. Dalam Islam hanya dikenal 2 golongan manusia, yaitu: Mereka yang berbuat bagus, bertaqwa dan mulia disisi Allah dan orang-orang durhaka, celaka dan hina di sisi Allah.

Sebagaimana dikatakan dalam sebuah hadits ketika Nabi (damai dan berkah Allah besertanya) berkhotbah pada hari kemenangan Mekah, Nabi (damai dan berkah Allah besertanya) berkata: “Hai

manusia! di sisi Allah, dan orang miskin dan hina di sisi Allah. Dan manusia adalah keturunan Adam yang diciptakan dari debu” . Oleh karena itu, tidak pantas bagi satu orang atau satu kelompok untuk menyombongkan diri atau menghina orang lain. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَمُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: Wahai manusia! Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui dan Maha Mengetahui. (QS. Al-Hujurat ayat 13)

Dari ayat di atas sangat jelas kita ketahui bahwa kita dianjurkan Allah untuk bersosialisasi kepada masyarakat sekeliling kita, tanpa harus membedakan bangsa, agama, suku ataupun dari golongan mana individu tersebut berasal.

4) Prinsip Saling Mencintai (Muhabbah).

Rasa saling mencintai yaitu mencintai saudara sendiri seperti mencintai diri sendiri, dimana seorang karyawan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan memperlakukan pelanggan itu dengan baik seperti memperlakukan dirinya sendiri.

Sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Qur'an yang berbunyi:

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلَّةُ أَيْنَ مَا تَفْتَوُوا إِلَّا بَحْبَلٍ مِّنَ اللَّهِ وَحَبْلٍ مِّنَ النَّاسِ وَبَاءُوا بِعَصَابٍ مِّنَ اللَّهِ وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ۗ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقِّ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ

Artinya “Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka (berpegang) pada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia. Mereka mendapat murka dari Allah dan (selalu) diliputi kesengsaraan. Yang demikian itu karena mereka mengingkari ayat-ayat Allah dan membunuh para nabi, tanpa hak (alasan yang benar). Yang demikian itu karena mereka durhaka dan melampaui batas.” (QA. Al-Imran ayat 112)

Dan juga dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh sahabat Anas bin Malik Ra: "Tidak sempurna iman seseorang sampai dia mencintai saudaranya seperti dia mencintai dirinya sendiri. (HR. Bukhori). Inti hadits ini adalah "perlakukan saudara anda seperti anda memperlakukan diri sendiri"

5) Prinsip Lemah Lembut (Al-Layin).

Sebagaimana sebuah hadits yang diriwayatkan Muslim dari Jabir bin Abdullah bahwa Nabi bersabda: "Barang siapa yang tidak memiliki sifat lembut, maka tidak akan pernah mendapatkan kebaikan" (Al-Badr, 2014). Untuk berlaku lemah lembut juga telah

dijelaskan dalam Al-Qur'an dalam QS. Ali Imron:159 yang berbunyi:

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

Artinya: “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.”

6) Prinsip Kekeluargaan (ukhuwah).

Ukhuwah yang secara jelas dinyatakan dalam al-Qur'an adalah persaudaraan seagama dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama. Ini tercermin jelas dalam ayat al-Qur'an Surat Al-Hujurat ayat 10 yang berbunyi:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya: “Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.”

Secara majasi kata ukhuwah (persaudaraan) mencakup persamaan salah satu unsur seperti suku, agama, profesi, dan perasaan. Sehingga dalam al-Qur'an dijelaskan bahwa ukhuwah adalah persaudaraan seagama islam, dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama. Dalam sebuah hadits disebutkan juga : “Seorang muslim adalah saudara muslim yang lain. Ia tidak boleh menzhalami dan tidak boleh membiarkannya di ganggu orang lain (bahkan ia wajib menolong dan membelanya)”.

2. Karakteristik *Service Quality* (Kualitas Pelayanan) dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam islam pelayanan memiliki nilai-nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal. Budaya kerja dalam islam mengacu kepada sifat-sifat Nabi Muhammad SAW. Adapun macam-macam karakteristik pelayanan menurut perspektif ekonomi islam sebagai berikut:⁶⁸

a. *Shiddiq* (Jujur)

Berarti memiliki kejujuran, dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan perbuatan berdasarkan ajaran islam. Dalam dunia kerja dan usaha kejujuran ditampilkan dengan kesungguhan dan ketepatan, janji, dan pelayanan.

b. *Istiqamah*

Berarti konsisten, konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meskipun harus menghadapi berbagai goadaan dan tantangan.

⁶⁸ Nurhadi, “*Konsep Pelayanan Perpektif Ekonomi Syariah*”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 2, No. 2, hal.148

c. *Fathanah*

Berarti mengerti, memahami dan mentaati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajiban

d. *Tabligh* (kesopanan dan keramahan)

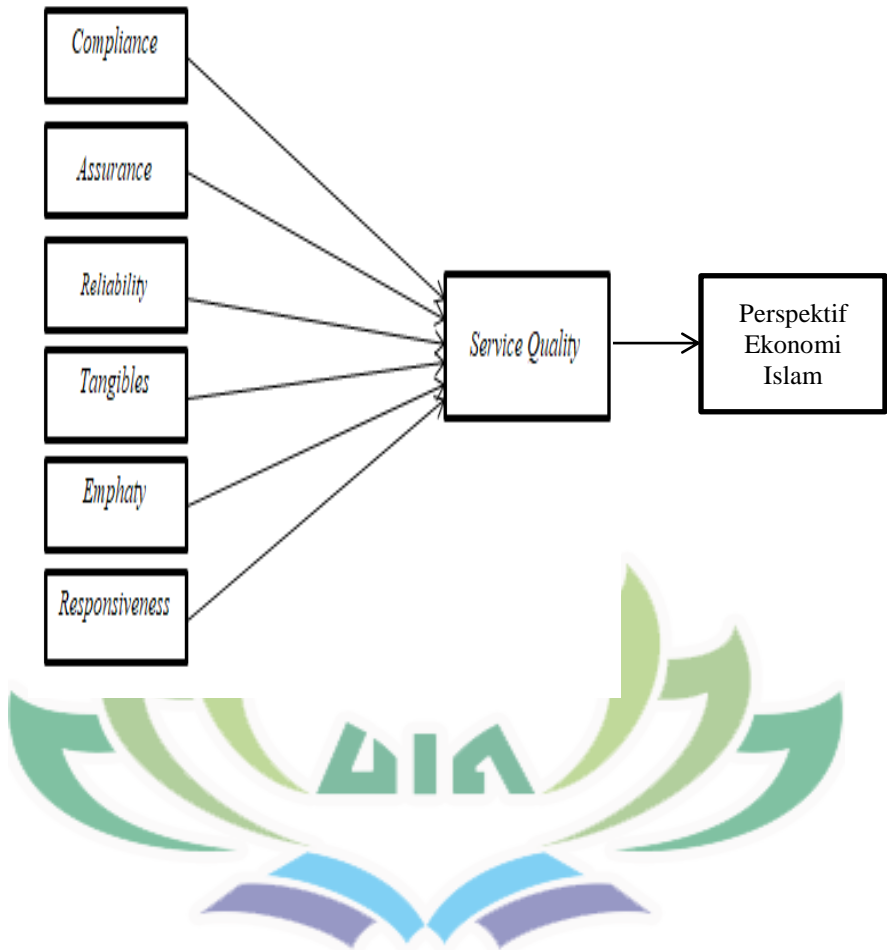
Berarti mampu berkomunikasi dengan baik, mengajak sekaligus memberi contoh kepada pihak lain untuk melakukan ketentuan ajaran islam. *Tabligh* yang disampaikan dengan hikmah, sabar, argumentative dan persuasive akan membutuhkan hubungan kemanusiaan yang semakin solid dan kuat

e. *Amanah* (tanggung jawab)

Berarti memiliki rasa tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan berbuat yang baik dalam segala hal.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dalam kerangka berpikir pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *Service Quality* BSI Kcp Bandar Lampung Kedaton memiliki 6 dimensi yaitu, *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *emphaty*, dan *responsiveness*, yang kemudian diukur dengan fuzzy yang nantinya akan membantu responden memberikan nilai yang lebih akurat. Adapun kerangka pemikiran teoritis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:





DAFTAR PUSTAKA

- A. Wangsawidjaja Z, *“Pembiayaan Bank Syariah”*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012) Abdul Djalal, *“ Analisis Kepuasan Nasabah dengan Pendekatan Fuzzy Service Quality dalam Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Perbankan “*, Jurnal Teknoin, Vol. 19 No. 1, Maret 2013, 01-15 Ahmad Suminto, Shinta Maharani *“Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Islamic Banking Service Quality dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo” Journal of Islamic Economic and Business*, Vol.03, No. 01, Januari-Juni 2020, 53
- Akdon, Riduwan, *“Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika”*, (Bandung: Alfabeta, 2007) h.50
- Alfi Hasaniyah, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Persepsi Konsumen PT.Pos Pamekasan”*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 1, No. 01, Mei 2016, 86.
- Alfi Hasaniyah, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Persepsi Konsumen PT.Pos Pamekasan”*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 1, No. 01, Mei 2016
- Alyani Dzatil Ismah, *“Analisis Dimensi CARTER Dalam Peningkatan Kualitas Layanan Pada PT.BPRS Gebu Prima kota Medan”* (Skripsi, Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2020), 62.
- Andri, Soemitra, M.A, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Kencana (Jakarta: Prenadamedia, 2014),
- Anis Wahyuningsih, *“Analisa Tingkat Kepuasan Berdasarkan Kualitas Pelayanan pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Karanganyar Tesis Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UMS”*, (Surakarta: 2002)
- Arikunto, *“Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek”*, (Jakarta: Bineka Cipta, Jakarta 2010)h.183

- Bank Syariah Indonesia, “*Info Perseroan*”, https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html, diakses pada 02 November 2021
- Bank Syariah Indonesia, “*Sejarah Perusahaan*”, <https://www.bankbsi.co.id/company-informtion>, (Diakses pada 22 Desember 2021)
- Bank Syariah Indonesia, “*Visi dan Misi Perusahaan*”, <https://www.bankbsi.co.id/company-informtion>, (Diakses pada 22 Desember 2021)
- Bimo Walgito, “*Pengantar Psikologi Umum*”, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010) Departemen Agama RI, “*Al-Qur’an dan Terjemahannya*”(Bandung: Diponegoro, 2012)
- Diah Handayani, et al, “*Penyakit Virus Corona 2019*” *Jurnal Respirologi Indonesia*, Vol. 40, No. 2, April 2020, 128.
- Effendi, Ihsan, dan Prawidya Hariani RS. “*Dampak Covid 19 Terhadap Bank Syariah*”, *Jurnal Ilmiah Ekonomikawan: Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, Vol. 20 No. 2 (2020), 222
- Evi Oktaviani Satriyanti “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya*”, *Jurnal of Bussiness and Banking*, Vol. 2 No. 2 Ghazali, H. Imam, “*Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016) h.52
- Gonroos. C, “*Service Management and Marketing*” Lexington Books. Massachusetts, Toronto, 1992
- Gunara, Thorik & Hardiono, U.S, “*Marketing Muhammad*”, (Bandung, Takbir Publishing House, 2006),
- Handi Irawan, “*Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*”, Cetakan Pertama (Jakarta: PT. Gramedia, 2008), 23
- Hasan, M. Iqbal, “*Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*” (Ghalia Indonesi: Jakarta, 2002) h.98

- Idah Wahidah, Muhammad Andi Septiadi Dkk, “*Pandemi COVID-19 Analisis Perencanaan Pemerintah Dan Masyarakat Dalam Berbagai Upaya Pencegahan*”, Jurnal Manajemen dan Organisasi, Vol. 11 No. 3 Jalaludin Rakhmat, “*Psikologi Komunikasi*”, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008)
- Juzan Tri Hartato, “*Ánalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (Study Kasus Pada PD. BPR Bank Jogja)*”. Progm magister Manajemen Universitas Gundarma, 2010. 97
- Juzan Tri Hartato, “*Ánalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (Study Kasus Pada PD. BPR Bank Jogja)*”. Progm magister Manajemen Universitas Gundarma, 2010
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. 2016. <http://kbbi.kemdikbud.go.id> (diakses pada 22 Desember 2021)
- Kasmir, “*Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*”, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012) Kasmir, “*Manajemen Perbankan*”, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 238
- Kelsey, JL, WD Thompson dan AS Evans, *Methods in Observational Epidemiology*, (New York: Oxford University Press, 1986), 216.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Kotler, “*Manajemen Pemasaran*”, (Jakarta: Erlangga, 2005 Anis Wahyuningsih, *Analisa Tingkat Kepuasan Berdasarkan Kualitas Pelayanan pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Karanganyar Tesis Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UMS*, (Surakarta: 2002)
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Penerjemah Drs. Jaka Wasana. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip, 2008, “*Manajemen Pemasaran*”, (Jakarta: Indeks, Pemasaran Edisi 12 Jilid 2) Kuncoro, Mudrajat, “*Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*”, (Jakarta.: Erlangga, 2003) h.127 Kusumadewi, Sri dan Purnomo Hari, “*Aplikasi Logika Fuzzy*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)

- Lina, Sayekti. “Dalam Menghadapi Pandemi: Memastikan Keselamatan dan Kesehatan di Tempatkerja”, *International Labour Organization*, (2020), 7.
- Lotfollah Najjar dan Ram R.Bishu, “Service Quality: A Case of a Bank”, *Jurnal QMJ*, Vol. 13, No. 3,(2006): 36
- Lovelock, Christoper H Lauren K Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT Indeks. Jakarta Manullang, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT.
- Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan,”* (Thesis-S2, Universitas SumateraUtara, 2008)
- Monika Freshlini Patiyati Daur, “Korelasi Antara Kesehatan Peserta Didik Selama Pandemi COVID- 19 Terhadap Motivasi Belajar Fisika Peserta Didik” (Skripsi Universitas Hanata Dharma, Yogyakarta)
- Muhammad, “*Manajemen Dana Bank Syariah*”, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), Edisi 1
- Nanny Fajar Kartika dan Suprayogi, “*Implementasi Fuzzy – Service Quality Terhadap Tingkat Kepuasan Layanan Mahasiswa*”, *Jurnal Ilmiah SISFOTENIK A*, Vol. 7 No. 1 Januari 2017, 38
- Nia Anggraini & Rudi Alhempri, 2021, “*Analisis Kepuasan Konsumen PT Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru*”, *Jurnal Inovaasi Penelitian*, Vol. 1, No. 9
- Nina Rahmayanty, “Manajemen Pelayanan Prima Mencegah Pembelotan dan Membangun Customer Loyalty , Edisi 1, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 5
- Othman, Abdulqawi & Lynn Owen. 2002. Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking: A Case Study in Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Finance Services*.
- Parasuraman, A. Et.al., “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research”, *Journal Of Marketing*,

- Parasuraman, A. V. A. Zeithaml dan L.L. Berry. 1998. *SERVQUAL: A Multiplane Item Scale For Measuring Consumers Preceptions Of Service Quality*. Journal Of Retailing, Vol.64, No. 1
- Parasuraman, A. Zeithaml, dan Berry, L.L. 1990. *Delivering Quality Service*. The Free Press. New York.
- Putri Dwi Cahyani, “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah“, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 6 (2), Oktober 2016, 151
- Ratminto & Atik Septi Winarsih, “Manajemen Pelayanan, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 175-176 Ratnawati, Dwi Ana. 2011. *Sistem Kendali Cerdas*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Rozalinda, “Fikih Ekonomi Syariah: Prinsip dan Implementasinya Pada Sektor Keuangan Syariah”(Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016)
- Sayekti Lina, “Dalam Menghadapi Pandemi: Memastikan Keselamatan dan. Kesehatan di Tempatkerja ”,International Labour Organization,(2020)
- Septin Puji Atuti, Wiwik Wilasari, Datien Eriska Utami, “Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah” *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 2 No. 1, April-Juli 2009, 48.
- Setia Pramana, dkk, “Kajian Big Data Sinyal Pemulihan Indonesia Dari Pandemi Covid-19”, (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2021)
- Staton William J, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006),
- Sugiyono, ”Metode Penelitian Bisnis”, (Pusat Bahasa Depdiknas: Bandung, 2008), h. 11 Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 35. Sumardi Suryabrata, “Psikologi Pendidikan”, (Bandung: PT. Raja Grafindo Persada, 2013)

Supriatin, A. N. 2009, “*Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Variabel Fasilitas, harga, dan Citra Perusahaan (Studi Kasus Tmbookstore Depok)*”, Vol. 1, No. 1

Supriyadi, dan Dewa Ayu, “*Faktor-Faktor Jasa Pelayanan yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Bank Pembangunan Daerah Bali*”, *Jurnal Psikologi Udayana*, Vol. 3, No. 3, 445-452

Tahliani, H. “*Tantangan Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19*”, *Madani Syariah*, Vol. 3 No. 2

Tjiptono dan Diana, *Total Quality Management (TQM)*,

Tony Wijaya, “*Manajemen Kualitas Jasa*”, (Jakarta: Indeks, 2011)
Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. PT Indeks. Jakarta. 152

WJS. Poerwa Darminta, “*Kamus Umum Bahasa Indonesia*”, (Jakarta: Balai Pustaka, 1976),

Yaya, Rizal dan Aji Erlangga Martawireja, Dkk. *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Jakarta: SalembaEmpat, 2014)

