

**ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH TERHADAP  
NASABAH DENGAN METODE POTENTIAL GAIN CUSTOMER VALUE (PGCV)**

**INDEKS**

**Skripsi**

*Acc Bab. I 3/2 II*  

---

*pembimbing II*  
*21/2021*  
*106*

**ALISYA PARAMITHA ARMANI**  
**NPM : 1551020112**



**Program Studi Perbankan Syariah**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**  
**LAMPUNG**  
**1442H/2021M**

## ABSTRAK

Perkembangan pesat dari perbankan syariah menuntut layanan prima dari industri perbankan syariah. Khusus untuk industri perbankan, kualitas jasa diukur dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen atau nasabah. Suatu perusahaan dalam pencapaian keunggulan dan keuntungan perusahaan secara menyeluruh tidak lepas dari penyediaan produk dan jasa yang berkualitas. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Tanggamus kepada nasabah? Bagaimanakah tingkat kualitas pelayanan yang diberikan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Tanggamus terhadap nasabah berdasarkan Potential Gain Customer Value (PGCV) Indeks? Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Tanggamus kepada nasabah. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang diberikan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Tanggamus terhadap nasabah berdasarkan Potential Gain Customer Value (PGCV) Indeks. penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field Research*) dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Sample yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 99 sampel/responden. pengambilan sampel yakni teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* (sample kemudahan) yaitu dengan cara mencari objek yang akan diteliti. Objek yang kebetulan bertemu pada saat pengumpulan data dan sesuai untuk diteliti, maka dijadikan sample penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, interview, dan kuisioner. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan *pertama* berdasarkan pengukuran *Service Quality* didapatkan nilai skor rata-rata tingkat persepsi (kepuasan) sebesar 3,91 diindikasikan bahwa nasabah merasa pelayanan yang diberikan adalah biasa.. *Kedua*, berdasarkan PGCV Indeks diurutkan menjadi 3 (tiga) prioritas utama dalam tingkat kualitas pelayanan yang diberikan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Tanggamus yaitu *pertama* variabel *Emphaty* (kepedulian) yaitu atribut area parkir memadai, variabel *Responsiveness* (Ketanggapan) diurutan prioritas *kedua* dan *ketiga* yaitu atribut jumlah Teller yang melayani, dan tersedianya cabang Bank. Berdasarkan pemetaan dari diagram kartesius dalam *kuadran I* adalah atribut yang memiliki prioritas perbaikan, atribut pada *kuadran I* yaitu atribut *Emphaty* 3 (Area parkir memadai).

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Bank Syariah,BPRS Tanggamus CARTER**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jl. Let.Kol H.Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung Telp: (0721)703160*

---

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alisya Paramitha Armani  
NPM : 1551020112  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Terhadap Respon Nasabah Dengan Metode Potential Gain Customer Value (Pgcv) Indeks (Studi Pada Bank Syariah Tanggamus)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Bandar Lampung, Juni 2022

Penulis,



Alisya Paramitha Armani

NPM. 1551020112



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

Alamat: Jl. Let.Kol H.Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung Telp:  
(0721)703160

**SURAT PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : *Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Terhadap Respon Nasabah Dengan Metode Potential Gain Customer Value (Pgcv) Indeks (Studi Pada Bank Syariah Tanggamus)*

Nama : Alisyia Paramitha Armani

NPM : 1551020112

Prodi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYUTUJUI**

Untuk dimunaqasyahkan dan di pertahankan dalam Sidang Munaqasyah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I.**  
NIP. 197605292008012010

**Pembimbing II**

**Fatih Fuadi, M.Si.**  
NIP.198512192015031006

**Mengetahui.**

**Ketua Prodi Perbankan Syariah**

**Any Eliza, S.E., M.Ak.Akt**  
NIP. 198308152006042004



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

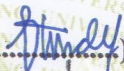
Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung. Telp (0721)780887 35131

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Terhadap Respon Nasabah Dengan Metode Potential Gain Customer Value (Pgcv) Indeks (Studi Pada Bank Syariah Tanggamus), NPM : 1551020112, Program Studi : Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : Jumat 24 Juni 2022**

**TIM PENGUJI**

**Ketua : Fatih Fuadi, M.Si.**

(.....)

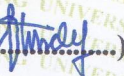
**Sekretaris : Anggun Okta Fitri, S.IP., M.M.**

(.....)

**Penguji I : Femei Purnamasari, S.E.,M.Si.**

(.....)

**Penguji II : Fatih Fuadi, M.Si.**

(.....)

**Mengetahui,**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Prof. Dr. H. M. M. M. M. M., Akt, C.A.**

**NIP. 197009262000811008**

## MOTTO

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ  
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

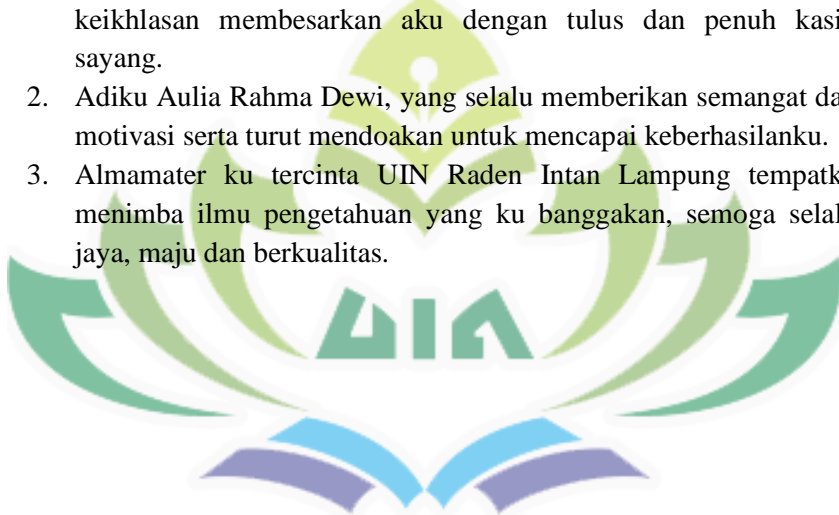
“Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.” Q.S. An-nahl[16]:90



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabiil'alamin dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, dan shalawat serta salam yang selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad Saw. Dengan penuh rasa syukur dan tulus ikhlas skripsi ini kupersembahkan kepada:

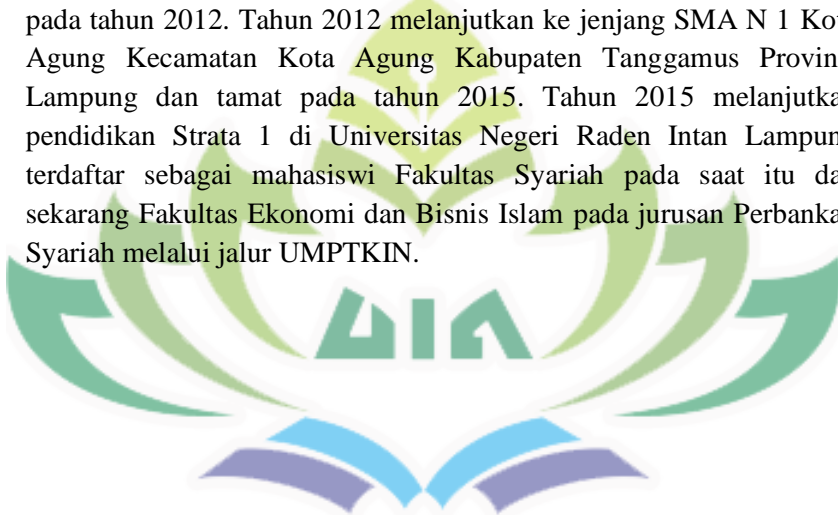
1. Kedua orang tua ku tersayang Ayahanda Ardison, dan Ibunda Yusmaini yang telah membesarkanku, mendidik, membimbing dan memberikan dukungan moril dan materil, yang senantiasa mendoakan ku disetiap langkah ku demi tercapainya cita-citaku. Terimakasih Umi dan Ayah atas jasa, pengorbanan, dan keikhlasan membesarkan aku dengan tulus dan penuh kasih sayang.
2. Adiku Aulia Rahma Dewi, yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta turut mendoakan untuk mencapai keberhasilanku.
3. Almamater ku tercinta UIN Raden Intan Lampung tempatku menimba ilmu pengetahuan yang ku banggakan, semoga selalu jaya, maju dan berkualitas.



## **RIWAYAT HIDUP**

Alisya Paramitha Armani lahir pada tanggal 28 Maret 1997 di Kelurahan Kuripan Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung, merupakan anak Pertama dari Dua Bersaudara dari pasangan Bapak Ardison dan Ibu Yusmaini

Pendidikan pertama kali di TK Islam Yapibar Kecamatan kota Agung dan tamat pada tahun 2003, kemudian melanjutkan sekolah di SD N 3 Kuripan Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung dan tamat pada tahun 2009. Pada pertengahan tahun 2009 melanjutkan sekolah di MTs N 1 Tanggamus Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung dan tamat pada tahun 2012. Tahun 2012 melanjutkan ke jenjang SMA N 1 Kota Agung Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung dan tamat pada tahun 2015. Tahun 2015 melanjutkan pendidikan Strata 1 di Universitas Negeri Raden Intan Lampung terdaftar sebagai mahasiswi Fakultas Syariah pada saat itu dan sekarang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada jurusan Perbankan Syariah melalui jalur UMPTKIN.





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk sehingga skripsi dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dengan Metode Potential Gain Customer Value (PGCV) Indeks (Studi Kasus Pada Bank Syariah Tanggamus)” dapat diselesaikan. Shalawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad Saw, para sahabat dan pengikut-pengikutnya yang setia.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program strata satu (S1) jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar sarjana. Penyelesaian skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa bantuan, kerjasama, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa tanggap terhadap kesulitan mahasiswa.
2. Any Eliza, S.E., M.Ak,Akt selaku ketua Prodi Perbankan Syariah yang selalu memberikan dukungan kepada mahasiswanya.
3. Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I., Selaku Pembimbing I dan Fatih Fuadi, M.SI. Selaku Pembimbing II yang senantiasa memberikan masukan, saran, kritik, dan telah meluangkan banyak waktunya untuk membimbing penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah mendidik dan memberikan ilmunya serta motivasi kepada penulis.
5. Subuki, S.Pd.,M.M., Irwan, dan rekan-rekan kerja di PT. BPRS Tanggamus yang senantiasa mendukung dan mendoakanku, serta teman-teman seperjuangan Iqbal Mandala, Redo, Irvan, Randi, Jefri dan Janika terimakasih atas doa dan dukungan selama ini.
6. Teman-teman seperjuangan jurusan Perbankan Syariah angkatan 2015 khususnya kelas G.

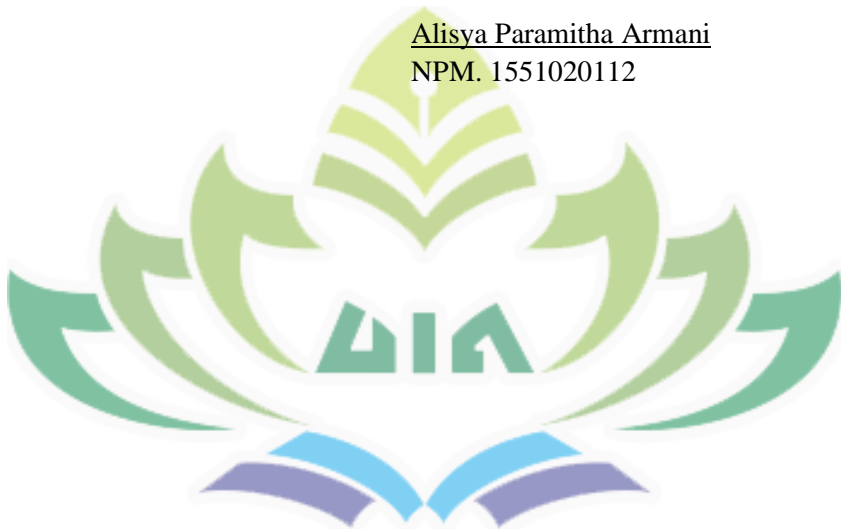
Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan waktu, dana dan kemampuan yang peneliti miliki. Untuk itu para pembaca sekiranya dapat memberikan masukan dan saran-saran guna melengkapi hasil penelitian ini. Peneliti berharap hasil penelitian ini akan menjadi sumbangsih dalam mengembangkan ilmu pengetahuan

Bandar Lampung, Juni 2022

Penulis,

Alisya Paramitha Armani

NPM. 1551020112



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>

### **BABI PENDAHULUAN**

A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	2
C. Latar Belakang Masalah .....	3
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat .....	8
G. Metode penelitian .....	8

### **BAB II KAJIAN TEORI**

A. Jasa .....	17
1. Pengertian Jasa .....	17
2. Pemasaran Jasa .....	18
3. Aspek Jasa .....	18
4. Kualitas Jasa .....	19
B. Kualitas Pelayanan .....	21
1. Pengertian Kualitas Pelayanan. ....	21
2. Jenis Pelayanan .....	23
3. Karakteristik Pelayanan .....	24
4. Etiket Pelayanan Nasabah. ....	24
5. Larangan Dalam Etiket Pelayanan .....	25

6. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	26
C. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah .....	34
1. Pengertian BPRS .....	34
2. Tujuan BPRS .....	35
3. Kegiatan Usaha BPRS .....	36
4. Dasar Hukum BPRS .....	37
5. Potential Gain Customer Value (PGCV) .....	41
D. Tinjauan Pustaka .....	42
E. Kerangka Berfikir .....	46

### **BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

A. Gambaran umum objek penelitian .....	49
B. Deskripsi Data Penelitian .....	56

### **BAB IV ANALISIS PENELITIAN**

A. Analisis Kualitas Pelayanan yang Diberikan Oleh PT. BPR Syariah Tanggamus kepada Nasabah .....	65
B. Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan yang Diberikan PT. BPR Syariah Tanggamus terhadap Nasabah berdasarkan Potential Gain Customer Value (PGCV) Indeks .....	68

### **BAB V PENUTUP**

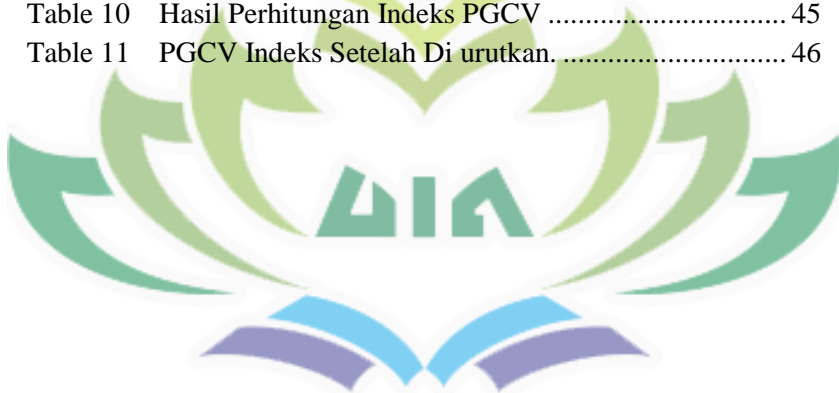
A. Kesimpulan .....	79
B. Saran .....	80

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Daftar Antrian dan Pelayanan Nasabah BPR Syariah Tanggamus Bulan September 2019 .....	3
Tabel 2	Penilaian nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh BPRS .....	8
Tabel 3	Harapan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Tanggamus.. .....	8
Tabel 4	Pengurus dan Karyawan BPRS Tanggamus .....	31
Table 5	Hasil Uji Validitas Butir Kinerja .....	37
Table 6	Hasil Uji Validitas Harapan .....	38
Table 7	Hasil Uji Validitas Butir Kinerja .....	39
Table 8	Hasil Uji Validitas Harapan .....	39
Table 9	Hasil Rata-rata Niali Tingkat Kerja .....	44
Table 10	Hasil Perhitungan Indeks PGCV .....	45
Table 11	PGCV Indeks Setelah Di urutkan. ....	46



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Pikir .....	26
Gambar 2	Struktur organisasi PT. BPR Syariah Tanggamus.....	30
Gambar 3	Karateristik Reponden Menurut Jenis Kelamin .....	36
Gambar 4	Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah .....	36
Gambar 5	Karakteristik Responden Menurut Sumber Data Responden.....	37
Gambar 6	Diagram Kartesius .....	38



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Agar memudahkan dalam memahami judul skripsi ini dan tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi para pembaca maka perlu adanya uraian terhadap penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang terkait dengan tujuan skripsi ini. Dengan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi disinterpretasi terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan, disamping itu langkah ini merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas.

Adapun judul proposal skripsi ini adalah *Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Terhadap Respon Nasabah Dengan Metode Potential Gain Customer Value (Pgcv) Indeks (Studi Pada Bank Syariah Tanggamus)*. Untuk itu perlu uraian pengertian dari istilah judul tersebut sebagai berikut:

1. Analisis adalah proses untuk mengetahui dan memahami fenomena suatu objek dengan memanfaatkan berbagai informasi yang tersedia.<sup>1</sup>
2. Kualitas Pelayanan adalah keseluruhan kesan konsumen terhadap inferioritas/superioritas argumentasi beserta jasa yang ditawarkan.<sup>2</sup>
3. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia.<sup>3</sup>
4. *Potential Gain Customer Value (PGCV) Indeks* adalah konsep dan peralatan yang mudah untuk mengalisa pelanggan.

---

<sup>1</sup>Ratminto dan Septi Antik Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005) h. 2

<sup>2</sup>Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal)", *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)* Vol. 14, No. 2, September 2007, h. 217.

<sup>3</sup>[www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

Kemudahan tersebut memberikan jalan bagi diagram Importance-Performance untuk dapat dibandingkan dalam bentuk kualitatif yang lebih terinci.<sup>4</sup>

Berdasarkan penjabaran dari masing-masing istilah yang dimaksud dari judul di atas adalah penyelidikan terhadap suatu kesan konsumen secara keseluruhan terhadap jasa yang ditawarkan oleh bank yang kegiatannya berdasarkan prinsip syariah dengan metode *Potential Gain Customer Value* (PGCV) indeks.

## B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan dipilihnya judul ini adalah :

1. Secara Objektif
  - a. Ketertarikan peneliti terkait perkembangan bank syariah saat ini, dimana lembaga inilah yang membantu dan memberikan jasa kepada masyarakat sekitar terutama Kotaagung dalam menghimpun dan menyalurkan dana.
  - b. Bank syariah adalah lembaga keuangan dengan entitas bisnis yang berorientasi pada *profit* dengan berlandaskan pada konsep Al-Quran dan Al-Sunnah.
  - c. Bank Syariah Tanggamus adalah satu satunya bank yang berbasis syariah di Kecamatan Kotaagung.
  - d. Bank Syariah Tanggamus merupakan bank syariah yang perkembangannya tidak terlalu pesat.
2. Secara subjektif
  - a. Pokok bahasan penelitian skripsi ini sesuai dengan disiplin ilmu yang menyusun pelajari di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

---

<sup>4</sup>Syahrul Fauzi Siregar, "Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode Index Potential Gain Customer Value (PGCV) Di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan", *Jurnal Sistem Teknik Industri* Vol. 7 No. 4, Oktober 2006, h. 41.



- b. Literature dan bahan-bahan yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini tersedia di perpustakaan, Bank Syariah Tanggamus, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

### C. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah di Indonesia saat ini telah memasuki periode perkembangan yang ditandai dengan bank-bank syariah baru. Hal ini dimungkinkan dengan adanya landasan hukum yang jelas yaitu Undang-undang No. 10 Tahun 1998 yang mengubah Undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan serta peraturan-peraturan pelaksanaannya. Undang-undang yang baru ini memungkinkan pengembangan bank syariah melalui pendirian bank syariah baru, perubahan kegiatan usaha bank konvensional menjadi bank syariah baru dan pelaksanaan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah oleh bank konvensional. Keberadaan bank syariah semakin mapan setelah diundangkannya UU No. 21 Tahun 2010 tentang Perbankan Syariah.

Kata bank berasal dari bahasa Latin *banco* yang artinya bangku atau meja. Pada abad ke 12 kata *banco* merujuk pada meja, *counter* atau tempat penukaran uang (*money charger*).<sup>5</sup> Dengan demikian, fungsi dasar bank adalah menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman dan menyediakan tempat untuk membeli barang dan jasa. Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram.<sup>6</sup>

Bank syariah beroperasi atas dasar konsep bagi hasil. Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebankan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan. Di

---

<sup>5</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Edisi Kedua*, (Jakarta : Kencana, 2016), h. 59.

<sup>6</sup>[www. Ojk.go.id](http://www.Ojk.go.id)

samping itu, bank syariah juga dapat menjalankan kegiatan usaha untuk memperoleh imbalan atas jasa perbankan lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.<sup>7</sup>

Perkembangan pesat dari perbankan syariah menuntut layanan prima dari industri perbankan syariah. Khusus untuk industri perbankan, kualitas jasa diukur dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen atau nasabah. Suatu perusahaan dalam pencapaian keunggulan dan keuntungan perusahaan secara menyeluruh tidak lepas dari penyediaan produk dan jasa yang berkualitas.

Dewasa ini kualitas pelayanan perbankan semakin meningkat dan persaingan pada jasa perbankan semakin kompleks. Oleh karena itu, bank perlu mengubah *mindset* karyawannya agar bisa dan mampu melayani nasabahnya dengan sepenuh hati karena dalam bisnis perbankan, pelayanan yang *customized* dan *personalized* benar-benar menjadi modal utama bank jika ingin kepuasan nasabah dapat terwujud. Sebagai lembaga yang *knowledge intensive*, maka keterampilan dan keahlian staf menjadi kunci keberhasilan bank. Selain itu, sumber daya insani bank syariah dituntut memiliki pengetahuan mengenai ketentuan dan prinsip syariah secara baik, dan memiliki akhlak dan moral islami.

Apabila nasabah atau konsumen merasa bahwa kualitas layanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka akan merasa puas, percaya dan mempunyai komitmen menjadi nasabah yang loyal. Nasabah yang puas, percaya dan komitmen terhadap barang/jasa, maka akan dengan mudah membentuk niatnya dalam membeli ulang dan kecenderungan akan mempersering pembelian barang/ jasa, serta semakin loyal terhadap barang/jasa tersebut. Pada akhirnya terbentuklah hubungan jangka panjang terhadap konsumen atau nasabah.<sup>8</sup>

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (nasabah) dan menjadi faktor

---

<sup>7</sup>Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta :PT Rajagrafindo Persada, 2015), h. 5.

<sup>8</sup>Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi, *Pengaruh Kualitas Layanan...*, h. 215.

utama dalam sektor perusahaan jasa. Kualitas pelayanan juga dipercaya menjadi salah satu bagian paling penting dalam keberhasilan sebuah perusahaan untuk dapat *survive & competitive*, baik dalam skala lokal, regional maupun global. Industri perbankan menempatkan kualitas pelayanan jasa untuk memegang peranan penting.

Kualitas pelayanan dapat diukur dari kepuasan pelanggan atau nasabah. Parasuraman mengusulkan model diskonfirmasi dan skala Servquel. Model diskonfirmasi yang dimaksud di sini adalah bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai selisih (*gap*) antara persepsi dan harapan konsumen atau nasabah.<sup>9</sup> Servquel yang diusulkan Parasuraman memang telah banyak digunakan di dalam industri-industri jasa seperti perbankan, asuransi dan kesehatan.

Tabel 1  
Daftar Antrian dan Pelayanan Nasabah  
BPR Syariah Tanggamus Bulan September 2019

Keterangan	Jumlah Nasabah				
	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat
Minggu I	50	55	46	58	42
Minggu II	48	52	49	50	43
Minggu III	56	53	38	56	50
Minggu IV	55	57	60	58	55
Jumlah	209	217	193	222	190

Sumber: Hasil Perhitungan Data BPR Syariah Tanggamus Bulan September 2019

<sup>9</sup>Datien Eriska Utami; Septin Puji Astuti; Wiwik Wilasari, "Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah", *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2009, Vol. 2 No. 1, h. 49.

Dimensi Servquel yang diusulkan oleh Parasuraman ada lima yaitu Assurance, Reliability, Tangibility, Emphaty, dan Responsiveness.<sup>10</sup> Namun kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut bersifat general (pengukuran kualitas untuk bank konvensional), sehingga jika diterapkan pada perusahaan yang memiliki karakteristik khusus seperti perbankan islam perlu mendapatkan modifikasi, yaitu dengan menambahkan compliance. Compliance merupakan pemenuhan hukum islam dalam operasionalnya tidak bisa disama ratakan dengan pengukuran yang sama dengan bank konvensional.<sup>11</sup>

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 (enam) dimensi yaitu: compliance, assurance, reliability, tangible, emphaty, dan responsiveness. Sehingga dapat diketahui bahwa perbedaan pengukuran kualitas pada model Servquel 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 syariah.<sup>12</sup> Pengukuran kualitas pelayanan tersebut, dianalisis dengan menggunakan metode Potential Gain Customer Value (PGCV) Indeks untuk mengetahui variabel apa yang mendapatkan prioritas utama untuk diperbaiki.<sup>13</sup>

Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti di sebuah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Kec. Kotaagung Kab. Tanggamus dimana bank syariah satu-satunya di Kec. Kota Agung dan cukup berkembang. Sebagai bank syariah pertama dan satu-satunya, bank

---

<sup>10</sup>Datien Eriska Utami; Septin Puji Astuti; Wiwik Wilasari, “Meningkatkan Kualitas”.h 49.

<sup>11</sup>Putri Dwi Cahyani,“Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* , 2016, Vol. 6 No. 2, h. 153.

<sup>12</sup>*Ibid.*

<sup>13</sup>Syahrul Fauzi Siregar, “Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode Index Potential Gain Customer Value (PGCV) . . . , h. 45.

syariah dihadapkan dengan kepuasan nasabah berdasarkan harapan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dan disediakan. Pelayanan yang diberikan dan disediakan dengan keterbatasan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan. Keterbatasan tersebut adalah lokasi bank yang belum memadai yaitu berada dilingkungan pasar yang tidak memungkinkan untuk menyediakan lahan parkir yang luas, jumlah karyawan yang harus melakukan jobdics atau tugas ganda, tidak adanya kantor pendukung di beberapa wilayah daerah lainnya untuk mempermudah dan kenyamanan bertransaksi dari nasabah, kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi adalah harapan nasabah, dengan kata lain harapan tersebut adalah kepuasan nasabah atas pelayanan bank tersebut.

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH TERHADAP RESPON NASABAH DENGAN METODE POTENTIAL GAIN CUSTOMER VALUE (PGCV) INDEKS (Studi Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Tanggamus)”**.

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Tanggamus kepada nasabah berdasarkan Potential Gain Customer Value (PGCV) Indeks?
2. Bagaimanakah respon nasabah berdasarkan Potential Gain Customer Value (PGCV) Indeks?

#### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Tanggamus kepada nasabah berdasarkan Potential Gain Customer Value (PGCV) Indeks.
2. Untuk mengetahui respon nasabah berdasarkan Potential Gain Customer Value (PGCV) Indeks.

## F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sesuai dengan berkaitannya judul yang diteliti, sebagai berikut :

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan data sebagai bukti empiris dalam menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan hal tingkat kualitas pelayanan bank syariah dengan metode *Potential Gain Customer Value* (PGCV) Indeks.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga berharap dapat memberikan masukan kepada BPRS Tanggamus agar dapat memberi gambaran mengenai pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, selain untuk mendapatkan profit untuk keberlangsungan kegiatan bank tersebut serta hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi penelitian selanjutnya untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik.

## G. Metode Penelitian

Mengingat pentingnya metode dalam penelitian, maka dalam usaha menyusun skripsi ini digunakan cara-cara berfikir dalam rangka membahas pokok-pokok permasalahan yang dirumuskan agar penelitian ini dapat terlaksana secara objektif ilmiah dan tercapai hal yang optimal.

Metode adalah cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai tujuan.<sup>14</sup> Sedangkan penelitian adalah pemikiran yang sistematis mengenai berbagai jenis masalah yang pemahamannya memerlukan pengumpulan dan penafsiran fakta-fakta.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 2.

<sup>15</sup>Cholid Norobuko, Ahmadi, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. BumiAksara,

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah ilmu pengetahuan yang membahas tentang cara-cara yang digunakan dalam mengadakan penelitian. Jadi metode penelitian merupakan suatu acuan jalan atau cara untuk melakukan suatu penelitian.

## 1. Jenis dan Sifat Penelitian

### a. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field Research*) dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang status gejala saat penelitian dilakukan.<sup>16</sup> Sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata lisan dan perilaku mereka yang sedang diamati.<sup>17</sup>

Sehingga penelitian deskriptif kualitatif adalah penyelidikan atau penelitian mendalam untuk melihat dan mendapatkan fakta-fakta yang jelas tentang tingkat kualitas pelayanan bank pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Tanggamus

### b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis, yaitu penelitian yang menjelaskan atau menggambarkan secara tepat mengenai sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu dalam proses penyederhanaan data yang amat besar jumlahnya menjadi informasi yang lebih sederhana agar mudah dipahami dengan apa adanya yang terjadi dilapangan.<sup>18</sup> Penelitian ini menggunakan pendekatan

---

2001), h. 1.

<sup>16</sup>Margono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: PT.Raja GrafindoPersada, 2004), h. 5.

<sup>17</sup>LexyJmeleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: RemajaRosdaKarya, 2004), h. 3.

<sup>18</sup>Koentjara Ningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia, 2005), h. 7.

deskriptif yang bersifat *eksploratif*, yakni penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan sesuatu.<sup>19</sup>

## 2. Sumber Data

Sumber adalah subjek darimana data dapat diperoleh.<sup>20</sup> Sumber data dari penelitian ini terdiri data primer dan data sekunder, berikut penjelasannya :

### a. Data Primer

Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>21</sup> Adapun sumber data primernya diperoleh dari Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Tanggamus

### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan data-data yang telah ada, selanjutnya dilakukan proses analisa dan interpertrasi terhadap data-data tersebut sesuai dengan tujuan penelitian.<sup>22</sup> Sumber data sekunder yang dipakai beberapa sumber yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, antara lain; Buku kitab-kitab fiqh, Hadist, Al-Qur'an dan literatur-literatur lainnya yang mendukung.

## 3. Populasi Dan Sampel

### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik

---

<sup>19</sup>SuharsimiArikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* 3, (Jakarta: Bina Aksara, 2000), h. 195.

<sup>20</sup>Hodari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005), h.78.

<sup>21</sup>Saifudin Azhar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), h.91.

<sup>22</sup>*Ibid.* h. 92.



tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>23</sup>

Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek. Populasi dari nasabah PT. BPR Syariah Tanggamus adalah 7000 nasabah tabungan dan deposito serta 600 nasabah pembiayaan, sehingga secara keseluruhan berjumlah 7600 nasabah.<sup>24</sup>

#### b. Sampel

Sampel adalah bagiandari objek yang mewakili populasi, adapun pengambilan harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi cara pengambilan sampel yakni teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* (sample kemudahan) yaitu dengan cara mencari objek yang akan diteliti. Objek yang kebetulan bertemu pada saat pengumpulan data dan sesuai untuk diteliti, maka dijadikan sample penelitian.<sup>25</sup>

Jumlah sample untuk tipe ini dapat ditentukan berdasarkan jumlah populasi, dengan diketahui jumlah populasi maka jumlah sampelnya dapat ditentukan dengan rumus atau tabel.<sup>26</sup> Untuk menentukan jumlah sample dari populasi nasabah PT. BPR Syariah Tanggamus menggunakan rumus Slovin.<sup>27</sup>

$$n = \frac{N}{1+N.e^2} \quad n = \frac{7600}{1+7600 \times 0.1 \times 0.1} = 98.7 \longrightarrow 99 \text{ nasabah}$$

<sup>23</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007)h.80.

<sup>24</sup>Azwar, MZ. (Kabag, Umum PT. BPR Syariah Tanggamus) Wawancara Pada Tanggal 20 Agustus 2019.

<sup>25</sup>Azuar Juliandi *et. al.*, “Metodologi Penelitian Bisnis : Konsep dan Aplikasi” (Medan : UMSU PRESS, Cetakan Pertama, September 2014), h. 57.

<sup>26</sup>*Ibid.*, h. 58.

<sup>27</sup>*Ibid.*, h. 59.

#### 4. Teknis Pengumpulan Data

##### a. Observasi

Observasi (pengamatan), yaitu cara pengumpulan data melalui pencatatan secara cermat dan sistematis langsung dilokasi obyek penelitian yang berkaitan.<sup>28</sup>

##### b. Interview

Metode interview (wawancara) adalah suatu pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara lisan diman adua orang atau lebih saling berhadapan secara fisik yang diarahkan pada pokok permasalahan tertentu.<sup>29</sup> Berkaitan dengan penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada Pihak Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Tanggamus.

##### c. Kuisisioner/Angket

Yakni proses mencari data mengenai hal-hal yang biasanya berbentuk daftar pertanyaan yang diisi atau dijawab oleh responden. Kuisisioner tidak lain adalah adalah sebuah set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian, dan tiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis.<sup>30</sup> Dalam penelitian ini, kuisisioner digunakan untuk mengetahui persepsi dan harapan nasabah sehingga dapat mengetahui penilaian nasabah variabel dan atribut kualitas pelayanan pada objek studi.<sup>31</sup>

Pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Dalam skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk

---

<sup>28</sup>M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), h. 243.

<sup>29</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek 3*, (Jakarta: Bina Aksara, 2000), h. 187.

<sup>30</sup>Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), h. 179.

<sup>31</sup>Syahru Fauzi Siregar, “Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode Index Potential Gain Customer Value (PGCV) . . .”, h. 43.

menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan-pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi sangat positif sampai negatif, yang dapat berupa kata-kata seperti :

Tabel 2

Sebagai Pedoman Bagi Nasabah Untuk Menilai Pelayanan Yang Diberikan Oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Tanggamus Kepada Nasabah.

Jawaban	Skor
Sangat Puas (SP)	5
Puas (P)	4
Biasa (B)	3
Tidak Puas (TP)	2
Sangat Tidak Puas (STP)	1

Kuisener merupakan hasil penjabaran dari enam dimensi CARTER. Pada tahap pertama penulis membaca penelitian sejenis yang menggunakan metode yang sama. Kemudian yang kedua, melakukan observasi mengenai berbagai hal yang terkait dengan PT. BPR Syariah Tanggamus sehingga dapat disusun kriteria-kriteria penilaian dalam kuisener, terdapat 25 atribut yang terbagi menjadi enam dimensi CARTER dan dibagi menjadi pedoman yaitu pedoman penilaian dan pedoman kinerja dalam kuisener ditunjukkan pada tabel 4

No.	Atribut-atribut kualitas jasa	STP	TP	N	P	SP
<b>Compliance (Kepatuhan)</b>						
1.	Berdasarkan prinsip dan hukum Islam					

2.	Tidak ada pembayaran bunga						
3.	Menetapkan ketentuan pembagian keuntungan (nisbah)						
<b><i>Assurance (jaminan)</i></b>							
1	Penguasaan dan pengetahuan karyawan bank mengenai tabungan dan pembiayaan						
2	Etika dan sopan santun karyawan						
3	Kenyamanan ruangan (keberadaan AC)						
4	Pengaturan kursi untuk menunggu						
5	Penataan ruangan (interior) di dalam dan di luar bank						
6.	Komunikasi yang mudah dan baik						
<b><i>Realibility (Keandalan)</i></b>							
1	Kecepatan pelayanan						
2	Jaminan kerahasiaan nasabah						
3	Keamanan dalam bertransaksi						
<b><i>Tangible (Bukti Nyata)</i></b>							
1	Kemampuan pihak bank/karyawan dalam mengatasi masalah						

2	Kebersihan bank					
3	Penampilan karyawan					
<b><i>Emphaty (Kepedulian)</i></b>						
1	Lokasi bank strategis					
2	Kredibilitas (nama baik) bank					
3	Area parkir memadai					
4.	Perhatian bank kepada nasabah					
5.	Prosedur pelayanan (tidak berbelit-belit)					
6.	Keakuratan pencatatan transaksi					
<b><i>Responsiveness (Ketanggapan)</i></b>						
1	Jumlah teller yang melayani					
2	Ketanggapan teller dalam melayani nasabah					
3	Kesabaran karyawan dalam melayani nasabah					
4.	Tersedianya cabang bank					

Tabel 3

### Kuisisioner Untuk Menilai Kualitas Pelayanan

Selain atribut tersebut terdapat pertanyaan tentang data diri responden yaitu nasabah PT. BPR Syariah Tanggamus. Data diri tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Jenis kelamin
- b. Rentan tahun menjadi nasabah
- c. Sumber mengenai PT. BPR Syariah Tanggamus

#### d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agen dan sebagainya.<sup>32</sup> Metode ini merupakan suatu cara untuk mendapatkan data dengan menata arsip dokumentasi yang ada ditempat atau obyek.

#### 5. Teknik Pengolahan Data

- a. Editing adalah pengecekan kembali data yang telah dikumpulkan dengan menilai apakah data yang di peroleh atau dikumpulkan tersebut cukup baik atau relevan untuk diproses dan diolah lebih lanjut. Akan tetapi datayang relevan akan diambil dan data yang tidak relevan akan di kesampingkan.
- b. Klasifikasi adalah penggolongan data-data sesuai dengan jenis dan penggolongannya setelah diadakan pengecekan.
- c. Interpretasi adalah memberikan penafsiran terhadap hasil observasi sehingga memudahkan penulis untuk menganalisa dan menarik kesimpulan.<sup>33</sup>

#### 6. Teknik Analisa Data

Analisa adalah sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan ide seperti yang disarankan oleh data sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan ide.<sup>34</sup>

Metode yang penulis gunakan dalam menganalisis data yaitu dengan analisa deskriptif kualitatif, dengan menggunakan pola berfikir induktif, yaitu menarik kesimpulan, berawal dari yang khusus, kemudian pada yang umum, kemudian mengadakan perbandingan antara teori dengan kenyataan yang terjadi di lapangan guna mengambil kesimpulan.

---

<sup>32</sup>*Ibid.* h. 202.

<sup>33</sup>*Ibid.* h. 119.

<sup>34</sup>Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, 2004), h. 103.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Jasa

##### 1. Pengertian Jasa

Menurut Kotler jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.<sup>35</sup> Ada tiga karakteristik yang paling sering dijumpai dalam jasa :

##### 1. Tidak Berwujud

Jasa bersifat tidak berwujud. Tidak seperti halnya produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli.<sup>36</sup> Untuk mengurangi ketidakpastian, para konsumen akan mencari tanda atau bukti dari mutu jasa. Konsumen akan menarik kesimpulan mengenai mutu jasa dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, symbol, dan harga yang merekalihat.<sup>37</sup> Oleh karena itu, tugas penyedia jasa untuk mengolah kesimpulan konsumen tersebut, misalkan sebuah bank ingin memposisikan dirinya sebagai bank yang cepat, bank dapat mewujudkan strategi penentuan posisi itu melalui sejumlah alat pemasaran<sup>38</sup>:

- 1) Tempat : letak fisik bank harus berkonotasi pada pelayanan yang cepat. Eksterior dan interior bank harus memiliki garis-garis yang bersih. Tata letak meja dan arus jalan harus direncanakan dengan hati-hati. Antrian tidak boleh terlalu panjang.

---

<sup>35</sup>Wirdayani Wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru", *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Januari-Juni 2017, Vol. 2, No. 1, h. 29.

<sup>36</sup>Wirdayani Wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru", *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Januari-Juni 2017, Vol. 2, No. 1, h. 52.

<sup>37</sup>*Ibid.*,

<sup>38</sup>*Ibid.*, h.53.

- 2) Karyawan : karyawan bank harus sibuk dan terdapat dalam jumlah yang cukup untuk menangani beban kerja yang ada.
- 3) Peralatan: peralatan bank seperti computer, mesin fotokopi, dan meja harus tampak canggih.
- 4) Materi komunikasi: materi komunikasi bank seperti teks dan foto harus menggambarkan efisiensi dan kecepatan.
- 5) Symbol : bank harus memiliki nama dan symbol yang menggambarkan pelayanan yang cepat.

## 2. Tidak Terpisahkan

Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan melewati berbagai penjual, dan baru dikonsumsi. Jika seseorang memberikan pelayanan, maka penyedia merupakan bagian dari jasa itu, karena klien juga hadir saat jasa itu dilakukan, interaksi penyedia-klien merupakan ciri khusus pemasaran jasa. Baik penyedia maupun klien mempengaruhi hasil jasa.<sup>39</sup>

## 3. Bervariasi

Tergantung pada siapa yang menyediakannya serta kapan dan di mana jasa itu diberikan, jasa sangat bervariasi. Pembeli jasa menyadari keragaman yang tinggi itu dan sering membicarakannya dengan orang lain sebelum memilih penyedia jasa. Oleh karena itu perusahaan jasa dapat melakukan tiga langkah dalam pengendalian mutu<sup>40</sup> yaitu :

- 1) Melakukan investasi untuk melakukan prosedur perekrutan dan pelatihan yang baik.
- 2) Menstandarisasi proses pelaksanaan jasa di seluruh organisasi.

---

<sup>39</sup> *Ibid.*,

<sup>40</sup> *Ibid.*,



3) Memantau kepuasan pelanggan melalui system saran dan keluhan, survey pelanggan, dan melakukan belanja perbandingan.

#### 4. Mudah Lenyap

Jasa tidak bisa disimpan karena nilai jasa itu hanya saat terjadi interaksi antara penyedia dengan kliennya. Sifat jasa itu mudah lenyap (*parishability*) tidak menjadi masalah bila permintaan tetap sama. Jika permintaan berfluktuasi, perusahaan jasa mengalami masalah yang rumit.<sup>41</sup>

## 2. Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran produk. *Pertama*, pemasaran jasa lebih bersifat *intangibile* dan *immaterial* karena produnya tidak kasat mata dan tidak dapat diraba. *Kedua*, produksi jasa dilakukan saat konsumen berhadapan dengan petugas sehingga pengawasan kualitasnya dilakukan dengan segera. Hal ini lebih sulit daripada pengawasan produk fisik. *Ketiga*, interaksi antara konsumen dan petugas adalah pentinga untuk dapat mewujudkan produk yang dibentuk.<sup>42</sup>

Tujuan manajemen jasa pelayanan adalah untuk mencapai tingkat kualitas pelayanan tertentu. Manajemen kualitas jasa pelayanan tidaklah semudah manajemen kualitas produk manufaktur. Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam konsep manajemen jasa pelayanan :

#### a. Merumuskan Suatu Strategi Pelayanan

Strategi pelayanan dimulai dengan merumuskan suatu tingkat keunggulan yang dijanjikan kepada pelanggan. Perumusan strategi pelayanan ini pada dasarnya dilakukan dengan merumuskan apa bidang usaha perusahaan, siapa pelanggan perusahaan, dan apa yang bernilai bagi pelanggan.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup>*Ibid.*,

<sup>42</sup>Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction : Gaining Customer Relationship Strategy* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 19-20.

<sup>43</sup>*Ibid.*

b. Mengkomunikasikan Kualitas Kepada Pelanggan

Strategi yang telah dirumuskan dikomunikasikan kepada pelanggan. Hal ini membantu pelanggan agar tidak salah menafsirkan tingkat kepentingan yang akan diperolehnya. Pelanggan perlu mengetahui dengan jelas mengenai macam dan tingkat pelayanan yang akan diperolehnya.<sup>44</sup>

c. Menetapkan Suatu Standar Kualitas Secara Jelas

Walaupun penetapan suatu standar kualitas pelayanan dalam bidang jasa pelayanan tidak mudah, hal ini perlu diusahakan agar setiap orang mengetahui dengan jelas tingkat kualitas yang harus dicapai.<sup>45</sup>

d. Menerapkan Sistem Pelayanan Yang Efektif

Menghadapi pelanggan tidaklah cukup hanya dengan senyuman dan sikap yang ramah, tetapi perlu lebih dari itu, yaitu suatu sistem yang terdiri dari metode dan prosedur untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan secara tepat.<sup>46</sup>

e. Karyawan Yang Berorientasi Kepada Kualitas Pelayanan

Setiap karyawan yang terlibat dalam jasa pelayanan harus mengetahui dengan jelas standar kualitas pelayanan itu sendiri. Karena itu, perusahaan harus memperhatikan pemilihan karyawan yang tepat dan melakukan pengawasan secara terus-menerus bagaimana pelayanan tersebut harus disampaikan.<sup>47</sup>

3. Aspek Jasa

Sukses suatu industri jasa tergantung pada sejauh mana perusahaan mampu mengelola ketiga aspek berikut :

- a. Janji perusahaan mengenai jasa yang akan disampaikan kepada pelanggan.
- b. Kemampuan perusahaan untuk membuat karyawan mampu memenuhi janji tersebut.

---

<sup>44</sup>*Ibid.*

<sup>45</sup>*Ibid.*

<sup>46</sup>*Ibid.*

<sup>47</sup>*Ibid.*

- c. Kemampuan karyawan untuk menyampaikan janji tersebut kepada pelanggan.<sup>48</sup>

Model kesatuan dari ketiga aspek tersebut dikenal sebagai segitiga jasa, di mana sisi segitiga mewakili setiap aspek. Kegagalan di satu sisi menyebabkan segitiga roboh. Artinya, industri jasa tersebut gagal. Dengan demikian, perusahaan industri jasa harus meliputi perusahaan, karyawan serta pelanggan.<sup>49</sup>

#### 4. Kualitas Jasa

Kualitas jasa adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>50</sup> Kualitas jasa didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Jenis kualitas yang digunakan untuk menilai kualitas jasa adalah sebagai berikut :

- a. Kualitas teknik (*outcome*), yaitu kualitas hasil kerja penyampaian jasa itu sendiri.
- b. Kualitas pelayanan (proses), yaitu kualitas cara penyampaian jasa tersebut.<sup>51</sup>

Karena jasa tidak kasat mata serta kualitas teknik jasa tidak selalu dapat dievaluasi secara akurat, pelanggan berusaha menilai kualitas jasa berdasarkan apa yang dirasakannya, yaitu atribut-atribut yang mewakili kualitas proses dan kualitas pelayanan.<sup>52</sup>

## B. Kualitas Pelayanan

### 1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, lingkungan yang memenuhi

---

<sup>48</sup>*Ibid.*, h. 27.

<sup>49</sup>*Ibid.*

<sup>50</sup>Untung Sriwidodo, Rully Tri Indriastuti, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah", *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Oktober 2010, Vol. 10 No. 2 h. 166.

<sup>51</sup>*Ibid.*, h. 29.

<sup>52</sup>*Ibid.*

melebihi harapan (Goetsh and Davis, 2016). Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan (Gronos, 2018).<sup>53</sup> Kualitas pelayanan adalah kemampuan pemberi pelayanan dalam melayani pengguna barang atau jasa tersebut.<sup>54</sup>

Menurut Parasuraman, Zeithmal dan Berry (1990) kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan. Definisi ini didasarkan pada tiga landasan konseptual utama yaitu: (1) kualitas pelayanan lebih sulit dievaluasi pelanggan dibandingkan dengan kualitas barang, (2) persepsi terhadap kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan, (3) evaluasi kualitas pelayanan tidak hanya dilakukan atas hasil pelayanan, namun juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian pelayanan.<sup>55</sup>

Kemudian penelitian lanjutan tentang kualitas pelayanan dilanjutkan oleh Zeithmal *et. al.* (1990) yang menyatakan bahwa *service quality* adalah “*the extent of discrepancy between customer expectations or desires and their perceptions*” atau dapat dikatakan kualitas pelayanan merupakan manfaat yang dirasakan berdasarkan evaluasi konsumen atas sesuatu interaksi dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan sebelumnya. Kualitas pelayanan dapat dikatakan bagus jika sesuai atau melampaui harapan pelanggan, dan sebaliknya kualitas pelayanan dikatakan buruk jika di bawah harapan dari pelanggan.<sup>56</sup>

---

<sup>53</sup>Iwan Budhiarta, Muttaqin, *Model HSQ-Matrix : Untuk Pengukuran Kualitas Pelayanan Kesehatan dan Rumah Sakit Di Banda Aceh*, (Banda Aceh : CV. Penerbit Qiara Media, 2019), h. 18-19.

<sup>54</sup>Cut Mutiawati, et. al. *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019), h. 7.

<sup>55</sup>Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, Januari 2016), h. 37.

<sup>56</sup>*Ibid.*

Sangat penting bahwa bisnis terus bertahan dan maju, dengan memberikan layanan terbaik sehingga kepuasan pelanggan terpenuhi. Persaingan yang ketat saat ini membuat perusahaan harus mampu bertahan dan selalu berusaha memberikan layanan yang memuaskan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

## 2. Jenis Pelayanan

Membicarakan tentang pelayanan tidak bisa dilepaskan dengan manusia, karena pelayanan berkaitan erat dengan kebutuhan hidup manusia, baik itu sebagai individu maupun sebagai makhluk sosial. Keanekaragaman dan perbedaan kebutuhan hidup manusia menyebabkan adanya bermacam-macam jenis pelayanan, dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidup manusia tersebut. Dilihat dari bidang kegiatan ekonomi, dapat dibedakan 5 (lima) jenis pelayanan umum, sebagai berikut:<sup>57</sup>

- a. *Business Service*, menyangkut pelayanan dalam kegiatan-kegiatan konsultasi;
- b. Keuangan dan perbankan;
- c. *Trade Service*, kegiatan-kegiatan dalam penjualan, perlengkapan, dan perbaikan;
- d. *Infrastruktur Service*, meliputi kegiatan-kegiatan pelayanan dalam komunikasi dan transportasi;
- e. *Social and Personal Service*, pelayanan yang diberikan antara lain dalam kegiatan rumah makan dan pemeliharaan kesehatan;
- f. *Public Administration*, adalah pelayanan dari pemerintah yang membantu kestabilan dan pertumbuhan ekonomi.

Berdasarkan pernyataan di atas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) termasuk jenis pelayanan Keuangan dan Perbankan.

---

<sup>57</sup>Kurniawan Saefullah, Sule Erni, *Pengantar Manajemen, Edisi Pertama, Cetakan Pertama*, (Jakarta: Prenada Media), h. 7-8.

### 3. Karakteristik Pelayanan

Norman menyatakan bahwa karakteristik dalam pelayanan sebagai berikut:<sup>58</sup>

- a. pelayanan bersifat tidak dapat diraba;
- b. pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi;
- c. pelayanan pada kenyataanya terdiri dari tindakan nyata. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata.

### 4. Etiket Pelayanan Nasabah

Dalam memberikan pelayanan juga diperlukan etiket, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai bank dapat saling menghargai. Secara umum etiket pelayanan yang dapat diberikan oleh pegawai bank dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut:<sup>59</sup>

- a. Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore. Jika agama nasabah adalah muslim, maka ucapkan *assalamu'alaikum*.
- b. Setelah mengucapkan salam, segera mempersilakan tamu untuk masuk atau duduk dengan sopan atau diminta menunggu sebentar.
- c. Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilakan tamu masuk atau duduk selalu dengan ramah dan murah senyum.
- d. Bertanya tentang keperluan nasabah secara ramah, sopan, dan lemah lembut.
- e. Biasakan mengucapkan tolong atau maaf saat meminta nasabah mengisi formulir atau menunggu sesaat.

---

<sup>58</sup>Sirhan Fikri, Wahyu Wiyani, *et. al.*, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Januari 2016, Vol. 3 No. 1, h. 21.

<sup>59</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media Group, Edisi Revisi, Cetakan ke-4, 2010), h. 176.

- f. Mengucapkan kata terima kasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya.

#### 5. Larangan dalam Etiket Pelayanan

Tujuan adanya etiket pelayanan adalah agar pelayanan yang diberikan kepada setiap tamu atau calon nasabah menjadi lebih optimal, sehingga tujuan bak secara keseluruhan dapat tercapai. Dalam praktiknya terdapat beberapa larangan dalam etiket pelayanan. Larangan ini juga setidaknya dipatuhi sehingga etiket pelayanan tidak pula dilanggar. Secara umum larangan dalam etiket pelayanan adalah:<sup>60</sup>

- a. Dilarang berpakaian sembarangan, terutama pada saat jam kerja dan pada saat melayani nasabah.
- b. Dilarang melayani nasabah atau tamu sambil makan, minum, atau merokok, atau mengunyah sesuatu seperti permen karet.
- c. Dilarang melayani nasabah atau tamu sambil mengobrol atau bercanda dengan karyawan yang lain dalam kondisi apa pun.
- d. Dilarang menampakkan wajah cemberut, memelas, atau sedih di depan nasabah atau tamu.
- e. Dilarang untuk berdebat atau berusaha menyanggah nasabah secara kasar atau tidak sopan.
- f. Dilarang meninggalkan nasabah pada saat banyak nasabah yang harus dilayani.
- g. Dilarang berbicara terlalu keras baik volume suara atau kata-kata.
- h. Dilarang berbicara terlalu pelan dan tidak jelas pada saat melayani nasabah.
- i. Dilarang keras meminta imbalan atau janji-janji tertentu kepada nasabah.

---

<sup>60</sup>*Ibid.*, h. 177.

## 6. Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman, *et al.* dalam penelitian awalnya mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok, yaitu reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik. Parasuraman, *et al.* dalam penelitian selanjutnya penelitian selanjutnya merangku, kesepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi kualitas pelayanan yang disebut *SERVQUAL* (*Service Quality*), yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*realibility*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*) dan kepedulian (*emphaty*).<sup>61</sup>

*SERVQUAL* yang diusulkan Parasuraman memang telah banyak digunakan di dalam industri-industri jasa seperti perbankan, asuransi, pendidikan dan kesehatan.<sup>62</sup> Namun kelima dimensi pada *SERVQUEL* tersebut bersifat general (pengukuran kualitas untuk perusahaan atau instansi konvensional), sehingga jika diterapkan pada perusahaan atau instansi yang memiliki karakteristik khusus seperti perbankan islam perlu mendapatkan modifikasi. Penambahan dimensi di dalam *SERVQUEL* perlu agar lebih sesuai dengan industri, yaitu menambah satu dimensi *compliance*, yang mengukur kemampuan perusahaan agar sesuai dengan hukum islam dan prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi islam, yang diusulkan oleh Othman and Owen.<sup>63</sup> Model yang dikembangkan oleh Othman dan Owen tersebut disebut sebagai model *CARTER*.<sup>64</sup>

Othman & Owen melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan pada perbankan syariah yang dipublikasikan dengan

---

<sup>61</sup>Mulyo Budi Setiawan, Ukudi, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal)”, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, September 2007, Vol 14 No. 2, h. 217.

<sup>62</sup>Septin Puji Astuti, Wiwik Lestari, Datien Eriska Utami, “Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah : Penelitian dengan Fuzzy Servquel dan Dimensi Carter”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, April-Juli 2009, Vol. 2 No. 1, h. 49.

<sup>63</sup>*Ibid.*

<sup>64</sup>Putri Dwi Cahyani, “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta”, *Jurnal Bisns dan Manajemen*, Oktober 2016, Vol. 6 No. 2, h. 153.



judul “*Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Financial Service House International*”, dimuat pada *Journal of Islamic Financial Service*”. Dalam penelitian ini digunakan model *CARTER* untuk mengukur kualitas pelayanan.<sup>65</sup> Kualitas pelayanan dalam model *CARTER* ini diukur dari enam dimensi, yakni dimensi:

a. *Compliance* (Kepatuhan)

Tingkat kepatuhan dari Bank dalam memberikan layanan dan menjalankan proses bisnis berdasarkan prinsip syariah.<sup>66</sup> Ratnasari *et al.* Mengatakan bahwa syariah islam merupakan pedoman sekaligus aturan yang diturunkan Allah SWT. untuk diamankan oleh para pemeluknya dalam setiap kehidupan agar tercipta keharmonisan dan kebahagiaan. Sebagaimana dalam firman Allah SWT surat Al-Jasyiah ayat 18:

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيحَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا

يَعْلَمُونَ ﴿١٨﴾

Artinya: “kemudian Kami jadikan engkau (Muhammad) mengikuti syariat (peraturan) dari agama itu, maka ikutilah (syariat itu) dan janganlah engkau ikuti keinginan orang-orang yang tidak mengetahui.”<sup>67</sup>

Pengetahuan seseorang tentang syariah akan meningkatkan kepatuhannya terhadap perintah dan larangan Allah SWT., sehingga memunculkan kepribadian yang penuh moral dan etika. Keyakinan terhadap Allah SWT. akan memberikan

<sup>65</sup>Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global : Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*, (Jakarta : Prenamedia Group, 2017), h. 208.

<sup>66</sup>*Ibid.*

<sup>67</sup>Departemen RI, *Al-Quran Tajwid & Terjemah*, (Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2010), h. 499.

stabilitas emosi pada individu dan motivasi positif dalam setiap aktifitas bisnisnya.<sup>68</sup>

b. *Tangible* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan tampilan fisik yang akan menunjukkan identitas organisasi sekaligus faktor pendorong munculnya persepsi awal pelanggan terhadap suatu organisasi jasa. Ketidakmampuan organisasi dalam menampilkan bukti fisiknya dengan baik, akan melemahkan citra serta dapat menciptakan persepsi negatif pada pelanggan.<sup>69</sup> Satu hal penting bagi praktisi lembaga keuangan syariah, bahwa dalam menjalankan operasi perusahaan mereka harus memperhatikan penampilan fisik para manajer dan karyawan dalam hal berpakaian sopan, etis, dan syariah atau syar'i. Seperti firman Allah SWT dalam surat Al-A'raf ayat 26:

يٰۤاٰدَمُ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلٰيْكَ لِبَاسًا يُؤْوِيْ سُوْءَ تِكْمٍ وَّرِيْشًا وَّلِبَاسًا  
الَّتَقْوٰى ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ مِّنْ اٰيٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوْنَ ﴿٢٦﴾

Artinya: “wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.”<sup>70</sup>

Menurut (Mulyawan & Sidharta, 2013) penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan disekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Penampilan fisik

<sup>68</sup>Fitria Salahtika Salma, Ririn Tri Ratnasari, “ Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya”, *JESTT*, April 2015, Vol. 2 No. 4, h. 325-326.

<sup>69</sup>*Ibid.*, h. 326.

<sup>70</sup>Departemen RI, *Al-Quran & Terjemah*, . . . h. 153.

pelayanan, karyawan, dan komunikasi akan memberikan warna tersendiri dalam pelayanan pelanggan.<sup>71</sup>

c. *Reliability* (Kehandalan)

Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah SWT juga menghendaki setiap umat-Nya untuk menepati janji yang telah dibuat.<sup>72</sup> Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا

وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya: *“Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah setelah diikrarkan, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah itu). Sesungguhnya Allah Mengetahui apa yang kamu perbuat.”*<sup>73</sup>

Putra, (2014) berpendapat bahwa *reliability* berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Dimensi ini sangat penting bagi sebagian pelanggan, sehingga mereka bersedia mengeluarkan biaya

<sup>71</sup>Doni Marlius, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada STIE ‘KBP’”, *Jurnal IPTEK Terapan*, Vol. 12 No. 2, h. 119.

<sup>72</sup>Fitria Salahtika Salma, Ririn Tri Ratnasari, “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan . . .”, h. 327.

<sup>73</sup>Departemen RI, *Al-Quran & Terjemah*, . . . , h. 277.

tambahan agar perusahaan melaksanakan transaksi seperti yang dijanjikan.<sup>74</sup>

d. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Daya tanggap merupakan bagian dari profesionalitas. Organisasi yang profesional senantiasa berkomitmen untuk memberikan harapan dan masukan dari pelanggan serta meresponnya dengan cepat dan tepat. Jika tidak demikian, berarti manajemen organisasi tersebut telah menzalimi pelanggan, Allah SWT melarang setiap muslim untuk berbuat zalim dalam berserikat atau berbisnis.<sup>75</sup> Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Asy-Syura ayat 42 :

قَالَ نَعَمْ وَإِنَّكُمْ إِذَا لَمِنَ الْمُقْرِينَ

Artinya: “*sesungguhnya kesalahan hanya ada pada orang-orang yang berbuat zalim kepada manusia dan melampaui batas dibumi tanpa (mengindahkan) kebenaran. Mereka itu mendapat siksaan yang pedih.*”<sup>76</sup>

Menurut Nugroho, (2005) *responsibility* atau ketanggapan adalah keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan berharga. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan serta kesulitan pelanggan.<sup>77</sup>

<sup>74</sup>Doni Marlius, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Kepuasan . . . , h. 118.

<sup>75</sup>Fitria Salahtika Salma, Ririn Tri Ratnasari, “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan . . . , h. 327.

<sup>76</sup>Departemen RI, *Al-Quran & Terjemah*, . . . , h. 487.

<sup>77</sup>Doni Marlius, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Kepuasan . . . , h. 119.

e. *Assurance* (Keyakinan)

Pengetahuan dan kemahiran atas suatu produk hanya akan diperoleh dari sebuah proses belajar yang tekun dan bersungguh-sungguh. Islam memerintahkan agar setiap muslim senantiasa belajar dengan tekun dan terus meningkatkan kemampuan dirinya. Peningkatan pengetahuan personal sangatlah penting bagi organisasi jasa. Sedangkan menurut (Yudianto & Hidayat, 2009) menyatakan bahwa jaminan adalah mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko atau kerugian. Pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melakukan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.<sup>78</sup>

Karyawan yang memiliki pengetahuan luas terhadap jasa, akan mampu berbicara lebih luas tentang jasa tersebut dan dapat menyampaikan jasa lebih baik kepada pelanggan.<sup>79</sup> Hal ini didasarkan firman Allah SWT dalam surah Fathir ayat 19 :

وَمَا يَسْتَوِي الْأَعْمَىٰ وَالْبَصِيرُ ﴿١٩﴾

Artinya: “dan tidaklah sama orang yang buta dengan orang yang melihat.”<sup>80</sup>

Ada 4 (empat) aspek dari dimensi ini, yaitu keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan.

- 1) Aspek pertama adalah keramahan, yaitu salah satu aspek kualitas pelayanan yang paling mudah diukur. Rumah berarti banyak senyum dan bersikap sopan. Budaya senyum dan ramah haruslah dimulai dari proses rekrutmen.

<sup>78</sup>*Ibid.*, h. 120.

<sup>79</sup>Fitria Salahtika Salma, Ririn Tri Ratnasari, “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan . . . , h. 327.

<sup>80</sup>Departemen RI, *Al-Quran & Terjemah*, . . . , h. 437.

Keramahan adalah bagian dari talenta. Ada sebagian orang yang memang mempunyai pembawaan yang ramah.<sup>81</sup>

- 2) Aspek kedua adalah kompetensi. Apabila petugas customer service melayani nasabah dengan ramah, ini adalah kesan pertama yang baik. Setelah itu, apabila nasabah mengajukan beberapa pertanyaan, dan kemudian tidak dapat memberikan jawaban yang baik, nasabah mulai kehilangan kepercayaan terhadap kualitas pelayanan. Nasabah sulit percaya bahwa kualitas pelayanan akan dapat tercipta dari *front-line* staf yang tidak kompeten atau terlihat bodoh. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk terus memberikan training kepada karyawan gugus depan mengenai pengetahuan produk dan hal-hal yang sering menjadi pertanyaan pelanggan.<sup>82</sup>
- 3) Aspek ketiga dari dimensi assurance ini adalah reputasi. Keyakinan pelanggan terhadap organisasi atau perusahaan akan banyak dipengaruhi oleh kredibilitas atau reputasi dari perusahaan tersebut.<sup>83</sup>
- 4) Aspek keempat dari dimensi ini adalah *security*. Pelanggan mempunyai rasa aman dalam melakukan transaksi. Aman karena perusahaan jujur dalam transaksi.<sup>84</sup>

Ke-empat aspek di atas tersebut sesuai dengan yang termaktub dalam surat Asy-syu'ara ayat 181-182:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ

الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾

Artinya: “sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain. Dan timbanglah dengan timbangan yang benar.”<sup>85</sup>

<sup>81</sup>Ach. Zuhri, Rudy Haryanto, “ Dimensi Carter Dalam Peningkatan Kualitas Layanan BPRS Bhakti Sumekar Sumenep”, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Juni 2016, Vol. 3 No. 1, h. 119.

<sup>82</sup>*Ibid.*, h. 120.

<sup>83</sup>*Ibid.*

<sup>84</sup>*Ibid.*

f. *Emphaty* (Kepedulian)

Sebuah organisasi jasa syariah harus senantiasa memberikan perhatian khusus terhadap masing-masing pelanggannya yang ditunjukkan dengan sikap komunikatif yang diiringi kepehaman tentang kebutuhan pelanggan.<sup>86</sup> Menurut (Yudianto & Hidayat, 2009) empati juga berarti memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan konsumen.

Tingkat kepedulian dan perhatian perusahaan pada pelanggannya secara individu akan sangat didambakan oleh pelanggan. Persoalan dan masalah dapat muncul dan sejauh mana tingkat kepedulian untuk menyelesaikan masalah, mengerti kemauan dan kebutuhan pelanggan dapat diaktualisasikan.<sup>87</sup> Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah atau konsumen harus didasarkan kepada aspek keimanan agar dapat mengikuti ajaran Allah swt untuk selalu berbuat baik kepada orang lain. Sebagaimana dengan firman Allah dalam surat An-Nahl ayat 90:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ  
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Artinya: “*sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.*”<sup>88</sup>

<sup>85</sup>Departemen RI, *Al-Quran & Terjemah*, . . . , h. 374.

<sup>86</sup>Fitria Salahtika Salma, Ririn Tri Ratnasari, “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan . . . , h. 327.

<sup>87</sup>Doni Marlius, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Kepuasan . . . , h. 121.

<sup>88</sup>Departemen RI, *Al-Quran & Terjemah*, . . . , h. 277.

## 2. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.<sup>89</sup> Dana dari masyarakat yang dihimpun dalam bentuk rekening giro, deposit, dan/atau tabungan kemudian dihimpun dan dikelola oleh bank. Simpanan yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank tersebut kemudian disalurkan oleh bank dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan dana.<sup>90</sup>

Menurut UU No. 21 tahun 2008 mengenai Perbankan syariah mengemukakan pengertian perbankan syariah dan pengertian bank syariah:

Perbankan syariah yaitu segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>91</sup>

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip syariah dan menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah) dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah).

### 1. Pengertian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah lembaga keuangan perbankan syariah, pola operasionalnya mengikuti prinsip syariah atau muamalah islam. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) didirikan berdasarkan UU No. 7 tahun 1992 tentang Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 tahun 1992 Bank berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Serta berdasarkan pada butir 4 Pasal 1 UU No. 10 Tahun 1998, pengganti UU No. 7 Tahun 1992

---

<sup>89</sup>A. Wangsawidjaja Z., *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 1.

<sup>90</sup>*Ibid.*

<sup>91</sup>Andrianto, M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*, ( : Qiara Media, 2019), h. 26-27.



tentang Perbankan disebutkan bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran.<sup>92</sup>

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Pasal 1, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan salah satu lembaga keuangan yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran, serta beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah.<sup>93</sup>

## 2. Tujuan BPRS

Adapun beberapa tujuan dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), yaitu:

- a. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, terutama kelompok masyarakat golongan ekonomi lemah yang pada umumnya berada di daerah pedesaan.
- b. Menambah lapangan kerja terutama di tingkat kecamatan, sehingga mengurangi arus urbanisasi.
- c. Membina Ukhuwah Islamiyah melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan perkapita menuju kualitas hidup yang memadai.<sup>94</sup>

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dapat membantu masyarakat kecil atau masyarakat yang ekonominya terbatas, dengan segala produk yang dimiliki Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) sesuai dengan kebutuhan masyarakat tersebut. Masyarakat dapat melakukan pembiayaan bagi yang membutuhkan dana. Bagi masyarakat yang memiliki kemauan bekerja namun tidak memiliki dana dapat melakukan pembiayaan produktif. Namun masyarakat yang membutuhkan sesuatu untuk

---

<sup>92</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Kencana Pernermedia Group, 2011), h. 54-55.

<sup>93</sup>Statistik Perbankan Syariah (*Islamic Banking Statistic*) (online), tersedia <http://www.bi.go.id/UU No. 21 Tahun 2008>

<sup>94</sup>Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 129.

dikonsumsi maka masyarakat dapat melakukan pembiayaan konsumtif. Pembiayaan konsumtif adalah pembiayaan yang diberikan untuk pembelian atau pengadaan barang tertentu yang tidak digunakan untuk tujuan usaha. Pembiayaan konsumtif diperlukan oleh pengguna dana untuk memenuhi kebutuhan tersebut.<sup>95</sup>

Pembiayaan produktif adalah pembiayaan yang ditunjukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas yaitu untuk peningkatan usaha baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.<sup>96</sup> Dengan pembiayaan yang produktif dapat menciptakan lapangan kerja, bagi mereka yang tidak memiliki pekerjaan sehingga dapat meningkatkan produktivitas.

### 3. Kegiatan Usaha BPRS

#### a. Kegiatan Usaha

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, kegiatan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah meliputi:<sup>97</sup>

- 1) Menghimpun dan dari masyarakat dalam bentuk:
  - (a) Simpanan berupa tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *Wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah; dan
  - (b) Investasi berupa deposito atau tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 2) Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk:
  - (a) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah* atau *musyarakah*;

---

<sup>95</sup>Suharto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003), h. 61.

<sup>96</sup>Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Tazkia Cendekia, 2001), h. 160.

<sup>97</sup>Sultan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Edisi Pertama, Kencana, 2014), h. 106.

- (b) Pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, *salam* atau *istishna'*;
  - (c) Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad *ijarah* atau sewa-beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*; dan
  - (d) Pengambilalihan utang berdasarkan akad *hawalah*.
- 3) Menempatkan dana pada bank syariah lain dalam bentuk titipan berdasarkan akad wadiah atau investasi berdasarkan akad *mudharabah* dan/atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah;
  - 4) Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah melalui rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang ada di Bank Umum Syariah, Bank umum Konvensional, dan UUS; dan
  - 5) Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha bank syariah lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.
4. Kegiatan yang Dilarang
- Berdasarkan PBI No. 15/11/BPI/2013 Tentang Prinsip Kehati-hatian dalam kegiatan usaha yang tidak diperkenankan dilakukan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah:<sup>98</sup>
- a. Menerima simpanan dalam bentuk giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran;
  - b. Melakukan kegiatan usaha dalam bentuk valuta asing;
  - c. Melakukan penyertaan modal;
  - d. Melakukan usaha lain di luar kegiatan usaha sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang N0. 21 Tahun 2008.

---

<sup>98</sup>Ahmad Rodoni dan Abdul Hamid, *Lembaga keuangan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2008), h. 47.

## 5. Dasar Hukum BPRS

## a. Al-Quran

Q.S. Al-Baqarah (2) : 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ  
 الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ  
 وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى  
 فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ  
 هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba) maka bainya apa yang telah diambil dahulu (sebelum datang larangan).”<sup>99</sup>

Riba ada 2 (dua) macam, yaitu riba *nasiah* dan *fadhl*. Riba *nasiah* ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Riba *fadhl* ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang meukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, pada dengan padi, dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini riba *nasiah*

<sup>99</sup>Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 13.

yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliah.<sup>100</sup>

Riba yang sudah diambil (dipungut) sebelum ayat ini, boleh tidak dikembalikan. Maksudnya, barang siapa yang sampai kepada ayat-ayat hukum yang melarang dan mengharamkan memungut riba atau memakannya, lalu ia hentikan dengan segera tanpa mengulanginya kembali karena mematuhi larangan Allah SWT., maka ia tidak dibebani untuk mengembalikan kepada orang dari siapa ia pernah memungut riba. Yang telah terlanjur dipungut ada masa jahiliah itu, ya sudah tidak ada persoalan lagi, terserah kepada Allah Swt.<sup>101</sup>

Q. S. Al-Imran (3) : 130

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا  
 اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya: “hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapatkan keberuntungan.”<sup>102</sup>

Riba yang dimaksud di sini ialah riba *nasiah*. Menurut sebagian besar ulama bahwa riba *nasiah* itu selamanya haram, walaupun tidak berlipat ganda. Ayat ini adalah ayat yang mula-mula diturunkan mengenai hukum riba. Riba secara harfiah berarti pembesaran atau penambahan. Tapi tidak berarti setiap penambahan adalah dosa.<sup>103</sup>

<sup>100</sup> *Ibid.*

<sup>101</sup> *Ibid.*

<sup>102</sup> *Ibid.*, h. 16.

<sup>103</sup> *Ibid.*, h. 17.

## b. Hadis

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ قَالَ لَا تَبِيعُوا  
الذَّهَبَ بِالذَّهَبِ إِلَّا مِثْلًا وَلَا تُشَفُّوا بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ وَلَا تَبِيعُوا الْوَرِقَ بِالْوَرِقِ إِلَّا  
مِثْلًا بِمِثْلِ وَلَا تُشَفُّوا بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ وَلَا تَبِيعُوا مِنْهَا غَائِبًا بِنَاحِزٍ

Artinya: “dari Abu Sa’id Al-Khudry Radhiyallahu Anhu, bahwa Rasulullah SAW., bersabda ‘janganlah kalian menjual emas dengan emas kecuali yang sama beratnya, janganlah kalian melebihkan sebagian di atas sebagian yang lain, janganlah kalian menjual perak dengan perak kecuali yang sama beratnya, dan janganlah kalian melebihkan sebagian di atas sebagian yang lain, dan janganlah kalian menjual yang tidak ada di antara barang-barang itu dengan yang ada.’” (H.R. Bukhari-Muslim)<sup>104</sup>

Larangan menjual emas dengan emas, perak dengan perak, baik yang sudah dibentuk maupun yang belum dibentuk (batangan) atau yang berbeda, selagi tidak mengikuti ukuran yang syar’i yaitu beratnya, jika tidak dilakukan pembayaran secara kontan dari kedua belah pihak di tempat akad. Larangan terhadap hal itu mengharuskan pengharamannya dan tidak sahnya akad. Syaikhul-Islam Ibnu Taimiyah berkata tentang seseorang yang memberikan pinjaman kepada orang-orang, setiap seratus harus dikembalikan seratus empat puluh, “inilah yang disebut riba seperti yang diturunkan di dalam Al-Quran.” Dia menyebutkan bahwa orang itu tidak mempunyai hak kecuali apa yang dia berikan kepada mereka atau yang senilai denganya. Adapun tambahannya, dia sama sekali tidak berhak sedikitpun terhadapnya. Sedangkan riba yang sudah terlanjur terjadi, dimaafkan. Adapun sisanya yang belum dibayarkan, maka menjadi gugur, karena didasarkan kepada firman-Nya:<sup>105</sup>

<sup>104</sup>*Ibid.*, h. 135.

<sup>105</sup>*Ibid.*, h. 136.

وَذُرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: “Dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut).”  
(Q.S. Al-Baqarah (2) : 278).

## 6. Potential Gain Customer Value (PGCV)

Analisis pelanggan melalui angka indeks merupakan konsep dan peralatan yang mudah untuk menganalisis pelanggan. Langkah pertama dalam menghitung indeks PGCV adalah mencari nilai ACV atau *Achieved Customer Value*, yaitu dengan mengalikan antara variabel *importance* dengan variabel *performance*<sup>106</sup>, yaitu:

$$ACV = I \times P$$

Keterangan:

ACV = Nilai pencapaian konsumen

I = (Importance) nilai rata-rata untuk harapan ( $\bar{Y}$ )

P = (Performance) nilai rata-rata untuk kinerja ( $\bar{X}$ )<sup>107</sup>

Setelah mendapat nilai ACV, maka selanjutnya adalah mencari UDCV atau *Ultimately Desired Customer Value*, yang mana nilai ini didapatkan dengan rumus<sup>108</sup>:

$$UDCV = I \times P_s$$

Keterangan:

UDCV = Nilai akhir keinginan konsumen

I = Nilai rata-rata untuk harapan ( $\bar{Y}$ )

P<sub>s</sub> = Nilai kinerja maksimum dalam skala likert dipilih<sup>109</sup>

<sup>106</sup> *Ibid.*

<sup>107</sup> *Ibid.*

<sup>108</sup> *Ibid.*

Dan terakhir nilai indeks PGCV adalah nilai Ultimately Desired Customer Value dikurangi dengan Achieved Customer Value<sup>110</sup>, yaitu:

$$PGCV = ACV - UDCV$$

Kesimpulan yang didapat bila suatu item mendapatkan nilai indeks PGCV terbesar, maka berarti item tersebut mendapatkan prioritas utama untuk diperbaiki kinerjanya baru menyusul item kedua dan seterusnya.<sup>111</sup>

### 3. Tinjauan Pustaka

Adapun hasil penelitian terdahulu yang menjadi landasan pada penelitian ini adalah :

1. Syahrul Fauzi Siregar dalam jurnal yang berjudul “Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan dengan Metode Index Potential Gain Customer Value (PGCV) Di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan” mengatakan bahwa *gap* antara harapan dan persepsi memberi gambaran bahwa nasabah menganggap kualitas pelayanan di Bank Muamalat Cabang Medan tidak mengecewakan tetapi belum sepenuhnya memenuhi keinginan nasabah. Dari hasil perhitungan indeks *potential gain customer value*, bila suatu *item* mendapatkan nilai indeks *potential gain customer value* terbesar, maka berarti *item* tersebut mendapatkan prioritas utama untuk diperbaiki kinerjanya baru menyusul *item* kedua dan seterusnya.<sup>112</sup>
2. Putri Dwi Cahyani dalam jurnalnya yang berjudul “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta” mengatakan bahwa dimensi kualitas Carter memberikan kontribusi signifikan terhadap kualitas layanan dan

---

<sup>109</sup>*Ibid.*

<sup>110</sup>*Ibid.*, h. 42.

<sup>111</sup>*Ibid.*

<sup>112</sup>Syahrul Fauzi Siregar, “Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode Index Potential Gain Customer Value (PGCV) Di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan”, *Jurnal Sistem Teknik Industri*, Oktober 2006, Vol. 7 No. 4.,



kepuasan nasabah terhadap Bank Syariah. Dari hasil penelitian didapatkan penilaian kualitas layanan bank serta kepuasan yang dirasakan nasabah kepada bank syariah sudah di atas moderat. Faktor-faktor kualitas jasa yang memberikan kepuasan nasabah terbesar sampai yang terkecil adalah *responsiveness, compliance, empathy, tangible, reliability* dan *assurance*. Pemberian kemudahan dalam konsultasi keuangan dan produk bebas bunga sesuai dengan syariah menjadi aspek prioritas pembentuk kepuasan dalam melakukan transaksi di Bank Syariah. kualitas dari tiap bank dianggap tidak ada perbedaan, dan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh nasabah pada tiap bank syariah tidak ada perbedaan.<sup>113</sup>

3. Untung Sriwidodo dkk pada jurnal nya yang berjudul “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah” mengatakan bahwa karyawan PT. Bank Jateng Cabang Karanganyar merupakan bagian integral perusahaan yang mewakili perusahaan dalam berinteraksi dengan nasabah karenanya kinerja karyawan dalam memberikan layanan akan menentukan apakah jasa yang dihasilkan dapat memenuhi harapan nasabah. Apabila dimensi-dimensi kualitas pelayanan jasa bank yang dipersepsikan nasabah semakin tinggi, maka kepuasan yang dirasakan nasabah juga akan semakin tinggi. Langkah-langkah yang dapat ditempuh perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan jasa adalah :
  - a. Membina karyawan agar selalu melaksanakan *customer satisfaction*;
  - b. Meyakinkan nasabah dengan melaksanakan *total quality control* agar nasabah yakin hasil kerja berkualitas tinggi;
  - c. Melaksanakan pembinaan sehingga hasil kerjanya rapi dan bersih;
  - d. Melaksanakan budaya *just in time* dan melaksanakan pembinaan profesionalisme karyawan;

---

<sup>113</sup>Putri Dwi Cahyani, “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* , 2016, Vol. 6 No. 2.

- e. Membina karyawan agar selalu menaga kebersihan dan kenyamanan tempat kerja serta memanfaatkan teknologi informasi yang sesuai dengan standar layanan perbankan.

Kebijakan internal perusahaan untuk meningkatkan kualitas SDM dapat ditempuh melalui program seleksi dan pelatihan berbasis kompetensi serta pemberian motivasi efektif (*reward* dan *recognition*). Selain itu analisa dan desain kerja merupakan langkah yang tepat bagi perusahaan untuk menentukan bentuk rekrutmen, seleksi, peatihan atau penilaian efektif. Kebijakan perusahaan yang dapat ditempuh di antaranya melalui peningkatan *Customer Relationship Management (CRM)*. *CRM* dapat membantu perusahaan untuk memahami kebutuhan nasabah, memudahkan pelayanan, dan meningkatkan kualitas layanan.<sup>114</sup>

4. Wirdayani Wahab dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru” mengatakan bahwadari kelima faktor kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru yang paling kecil pengaruhnya adalah variabel *reliability* sehingga dalam meningkatkan kepuasan nasabah, *reliability* (keandalan) dalam memberikan pelayanan kepada nasabah perlu ditingkatkan, misalnya pengurusan prosedur transaksi lebih dipercepat dan dipermudah, birokrasi pelayanan tidak berbelit-belit, dan karyawan lebih serius mendengar harapan dan keluhan nasabah dan perlu lebih meningkatkan lagi pelayanan-pelayanan yang masih kurang seperti *responsiveness* (ketanggapan), *emphaty* (empati), *assurance* (kepastian). Serta tetap mempertahankan pelayanan yang lebih memuaskan seperti *tangible* (keberwujudan). Lebih memperhatikan tingkat kinerja dan profesionalisme karyawan dengan memberikan pelatihan-pelatihan

---

<sup>114</sup>Untung Sriwidodo, dkk., “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah”, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Oktober 2010, Vol. 10 No.2.

pada karyawan dan memperhatikan tingkat kesejahteraan karyawan.<sup>115</sup>

5. Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal)” mengatakan bahwa loyalitas nasabah pada PD BPR Bank Pasar Kendal dipengaruhi oleh komitmen dan kepercayaan nasabah. Kualitas layanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa untuk menciptakan loyalitas nasabah tidak dapat secara langsung dicapai melalui kualitas layanan, tanpa dibarengi terciptanya komitmen dan kepercayaan nasabah. Sedangkan kepercayaan dan komitmen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Namun kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan komitmen, yang selanjutnya berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Untuk menciptakan loyalitas nasabah melalui kepercayaan dapat dibangun melalui pelayanan yang prima (*excellence service*). Baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan mempunyai pengaruh terhadap pembentukan kepercayaan dan komitmen nasabah yang akan mempengaruhi juga terhadap loyalitas.<sup>116</sup>
6. Septian Puji Astuti, dkk dalam jurnalnya yang berjudul “Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah Penelitian Dengan Fuzzy Servquel dan Dimensi Carter” mengatakan bahwa *gap* yang bernilai negatif berarti ada ketidakpuasan yang dirasakan oleh nasabah BRI Syariah berkaitan dengan pelayanan. *Gap* yang besar berarti bahwa kepuasannya kecil yang artinya memerlukan perhatian besar dari perusahaan agar pelayanannya diperbaiki. Begitu juga sebaliknya apabila suatu dimensi memiliki nilai *gap* lebih kecil berarti tingkat ketidakpuasannya lebih kecil dibandingkan lainnya. Nasabah

---

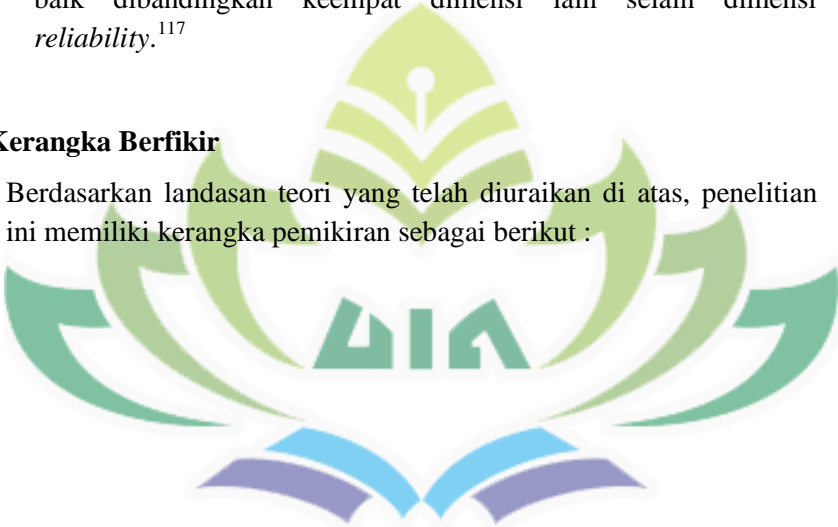
<sup>115</sup>Wirdayani Wahab, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru”, *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Januari-Juni 2017, Vol. 2, No. 1.

<sup>116</sup>Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal)”, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, September 2007, Vol. 14, No. 2.

beranggapan bahwa kualitas BRIS yang berkaitan dengan penampilan fisik seperti fasilitas, peralatan, dan personel (*tangibility*) masih kurang memuaskan dibandingkan dimensi lainnya. Di antara item-item di dalam dimensi *tangibility* sendiri, penataan dan pengaturan ruangan dan fasilitas fisik di BRIS adalah dua item yang kualitasnya dinilai paling kecil dibandingkan item lainnya. Dimensi *assurance* berkaitan dengan penampilan pegawai secara moral yang mampu memberi keyakinan bahwa pegawai di perusahaan memiliki pengetahuan, sopan santun, dan menyampaikan informasi secara benar dan meyakinkan. Terkait dengan kualitas syariah BRIS sudah lebih baik dibandingkan keempat dimensi lain selain dimensi *reliability*.<sup>117</sup>

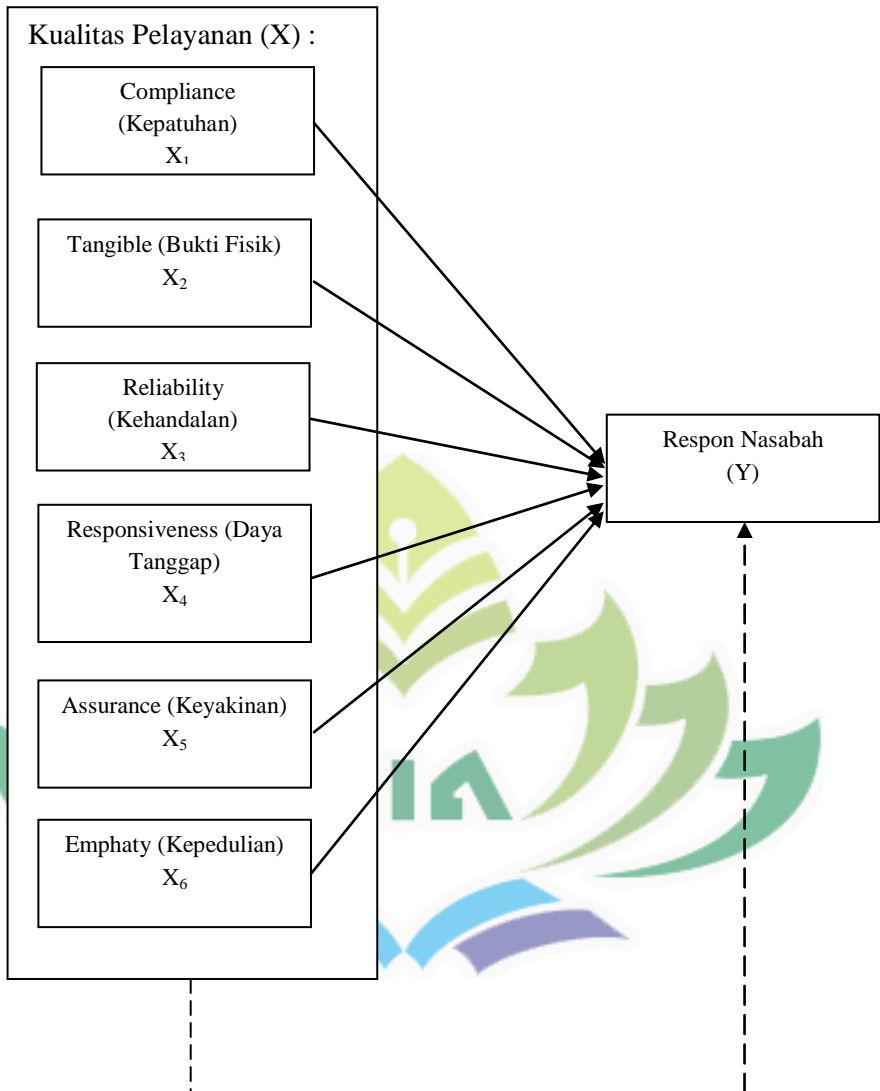
#### 4. Kerangka Berfikir

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan di atas, penelitian ini memiliki kerangka pemikiran sebagai berikut :



---

<sup>117</sup>Datien Eriska Utami; Septin Puji Astuti; Wiwik Wilasari, “Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2009, Vol. 2 No. 1



Gambar 1  
Kerangka Pikir



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- A. Wangsawidjaja Z., *Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Andrianto, M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah Implementasi Teori dan Praktek*, : Qiara Media, 2019.
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* 3, Jakarta: Bina Aksara, 2000.
- Azhar Saifudin, *Metode Penelitian* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002.
- Budhiarta Iwan, Muttaqin, *Model HSQ-Metrix : Untuk Pengukuran Kualitas Pelayanan Kesehatan dan Rumah Sakit Di Banda Aceh*, Banda Aceh : CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Fauzi Kabag. Pembiayaan PT. BPR Syariah Tanggamus) wawancara Pada Tanggal 13 September 2019.
- Hasan M. Iqbal, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta : Kencana Pnamedia Group, 2011.
- Juliandi Azuar *et. al.*, “Metodologi Penelitian Bisnis : Konsep dan Aplikasi” Medan : UMSU PRESS, Cetakan Pertama, September 2014.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media Group, Edisi Revisi, Cetakan ke-4, 2010.
- Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Margono, *Metode Penelitian Pendidikan* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.

- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta :PT Rajagrafindo Persada, 2015.
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, cetakan 2, 2015.
- Mutiawati Cut, et. al. *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*, Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019.
- Mutiawati Rafidah, “Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah”, *Nalar Fiqh*, Desember 2014, Vol. 10 No. 2.
- Nawawi Hodari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005.
- Nazir Moh., *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia , 2014.
- Ningrat Koentjara, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: Gramedia, 2005.
- Norobuko Cholid, Ahmadi, *Metode Penelitian* Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001.
- Ratminto dan Septi Antik Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Relationship Strategy* Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Remy Sultan Sjahdeini, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Edisi Pertama, Kencana, 2014.
- Rodoni Ahmad dan Abdul Hamid, *Lembaga keuangan Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2008.
- Saefullah Kurniawan, Sule Erni, *Pengantar Manajemen, Edisi Pertama, Cetakan Pertama*, Jakarta: Prenada Media.
- Soemitra Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Edisi Kedua*, Jakarta : Kencana, 2016.
- Sudarso Andriasan, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, Yogyakarta : CV Budi Utama, Januari 2016.
- Suganda Asep Satpam PT. BPR Syariah Tanggamus) Wawancara Pada Tanggal 19 September 2019.



Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*, Bandung: Alfabeta, 2007.

Sumitro Warkum, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004.

Suryani Tatik, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global : Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*, Jakarta : Prenamedia Group, 2017.

Syafii Muhammad Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Tazkia Cendekia, 2001.

Zulkifli Suharto, *Panduan Praktis Transaksi Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2003.

## **JURNAL**

Astuti Septin Puji, Wiwik Lestari, Datien Eriska Utami, “Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah : Penelitian dengan Fuzzy Servquel dan Dimensi Carter”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, April-Juli 2009, Vol. 2 No. 1.

Budi Mulyo Setiawan dan Ukudi, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal”, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)* Vol. 14, No. 2, September 2007.

Dwi Putri Cahyani, “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Oktober 2016, Vol. 6 No. 2.

Eriska Datien Utami; Septin Puji Astuti; Wiwik Wilasari, “Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2009, Vol. 2 No. 1.

Fikri Sirhan, Wahyu Wiyani, *et. al.*, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Januari 2016, Vol. 3 No. 1.

- Marlius Doni, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada STIE ‘KBP’”, *Jurnal IPTEK Terapan*, Vol. 12 No. 2.
- Puji Septin Astuti, *et. al.*, “Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah Penelitian dengan Fuzzy Servqual dan Dimensi Carter”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 2 No. 1.
- Putri Dwi Cahyani, “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta”, *Jurnal Bisns dan Manajemen*, Oktober 2016, Vol. 6 No. 2.
- Rafidah, “Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah”, *Nalar Fiqh*, Desember 2014, Vol. 10 No. 2.
- Salahtika Fitria Salma, Ririn Tri Ratnasari, “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya”, *JESTT*, April 2015, Vol. 2 No. 4.
- Syahrul Fauzi Siregar, “Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode Index Potential Gain Customer Value PGCV) Di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan”, *Jurnal Sistem Teknik Industri* Vol. 7 No. 4, Oktober 2006.
- Untung Sriwidodo, dkk., “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah”, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Oktober 2010, Vol. 10 No.2.
- Wirdayani Wahab, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru”, *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Januari-Juni 2017, Vol. 2, No. 1.
- Zuhri Ach., Rudy Haryanto, “Dimensi Carter Dalam Peningkatan Kualitas Layanan BPRS Bhakti Sumekar Sumenep”, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Juni 2016, Vol. 3 No. 1

## **WAWANCARA**

Azwar, MZ. Kabag, Umum PT. BPR Syariah Tanggamus)  
Wawancara Pada Tanggal 20 Agustus 2019.

Fauzi Kabag. Pembiayaan PT. BPR Syariah Tanggamus) wawancara Pada Tanggal 13 September 2019.

Lia Nasabah PT. BPR Syariah Tanggamus) Wawancara Pada Tanggal 16 September 2019.

Subuki Nasabah PT. BPR Syariah Tanggamus) Wawancara Pada Tanggal 13 September 2019.

Suganda Asep, Satpam PT. BPR Syariah Tanggamus) Wawancara Pada Tanggal 19 September 2019.

## ONLINE

Deposito Mudharabah, (Online), tersedia di: <https://www.bprstanggamus.co.id/index.php/produk/deposito-mudharabah> 09 September 2019)

Lowongan Pekerjaan BPRS Tanggamus 2019 (Online), tersedia di: <http://www.Bprstanggamus.co.id> 09 September 2019)

Pembiayaan, (Online), tersedia di: <https://www.bprstanggamus.co.id/index.php/produk/pembiayaan> 09 September 2019)

Peraturan Daerah Kabupaten Tanggamus No. 06 Tahun 2009 Tentang Pembentukan Perseroan Terbatas PT) . . ., Pasal 1 No. 4, 03 Agustus 2009 Kota Agung, Lembaran Daerah Kabupaten Tanggamus Tahun 2009 Nomor 45.

Peraturan Direksi PT. BPR Syariah Tanggamus No. 012/PT/BPRS/KEP/Dir/VII/2017 Tentang Peraturan Perusahaan, Pasal 1, Agustus 2017.

Statistik Perbankan Syariah *Islamic Banking Statistic*) (online), tersedia <http://www.bi.go.id/UU No. 21 Tahun 2008>

Tabungan Syariah, (Online), tersedia di: <https://www.bprstanggamus.co.id/index.php/produk/tabungan-syariah> 09 September 2019)

Visi & misi, (Online), tersedia di: <https://www.bprstanggamus.co.id/index.php/visi-misi> 09 September 2019)

[www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

## AL-QUR'AN

Deprtemen Agama RI, *Al- qur'an dan Tajwid & Terjemahan* ,  
Bandung. CV Penerbit Di Ponogoro, 2010.

