

**ANALISIS PENERAPAN PELAYANAN JASA
PERBANKAN SYARIAH TERHADAP
KEPUASAN NASABAH
(Studi Pada Nasabah Yang Menabung di Bank Syariah
Indonesia KC. Bandar Lampung Diponegoro)**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Perbankan Syariah

Oleh :
WIWIT ARIF PRASOJO
NPM : 1951020478



**PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1444 H / 2023 M**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis penerapan pelayanan jasa perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia KC. Bandar Lampung Diponegoro. yang diukur dengan menggunakan Model CARTER yang terdiri dari enam dimensi yaitu *compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness*. Berdasarkan hal tersebut Penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini mengenai Bagaimana persepsi nasabah tentang penerapan pelayanan jasa perbankan syariah yang diterima dari Bank Syariah Indonesia KC Diponegoro dilihat dari dimensi CARTER, bagaimana konsep parameter dimensi CARTER tentang kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Diponegoro, Bagaimana persepsi nasabah tentang penerapan pelayanan jasa perbankan syariah yang diterima dari Bank Syariah Indonesia KC Diponegoro dalam perspektif ekonomi islam.

Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kualitatif, dengan jenis penelitian lapangan. Populasi pada penelitian ini yaitu nasabah yang menabung pada Bank Syariah Indonesia KC Bandar Lampung Diponegoro. Sampel yang saya gunakan yaitu 3 Nasabah Bank Bank Syariah Indonesia KC Bandar Lampung Diponegoro sebagai narasumber penelitian. Sumber data penelitian saya yaitu data primer diperoleh dari Wawancara pada Nasabah yang Menabung di bsi kc diponegoro dan data sekunder Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah literatur berupa buku-buku , jurnal-jurnal yang mendukung penelitian. Dokumen yang berada di bsi kc diponegoro, dan Teknis analisis data menggunakan metode Dimensi CARTER yang di sesuaikan dengan kajian penelitian.

Hasil penelitian Analisis kualitas pelayanan jasa Bank Syariah Indonesia KC Diponegoro terhadap kepuasan nasabah parameter dimensi CARTER dinilai sangat memuaskan karena dilihat dari hasil wawancara pada 50 nasabah terkait persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah yang di terima di BSI Diponegoro. Konsep Parameter Dimensi CARTER tentang kepuasan nasabah juga

dinilai baik dari nasabah yang menabung di BSI KC Diponegoro dan BSI KC Diponegoro dinilai masih berjalan sesuai dengan perspektif ekonomi islam.

Kata Kunci : Penerapan Pelayanan Jasa, Kepuasan Nasabah, dan CARTER



ABSTRACT

This research was conducted with the aim of analyzing the application of Islamic banking services to customer satisfaction who save at Bank Syariah Indonesia KC. Bandar Lampung Diponegoro. as measured using the CARTER Model which consists of six dimensions, namely compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, and responsiveness. Based on this, the author formulates the problem in this study regarding how customers perceive the implementation of Islamic banking services received from Bank Syariah Indonesia KC Diponegoro seen from the CARTER dimension, how is the concept of the CARTER dimension parameters regarding customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia KC Diponegoro, how are customer perceptions regarding the application of sharia banking services received from Bank Syariah Indonesia KC Diponegoro in an Islamic economic perspective.

This research uses Qualitative Research Methods, with the type of field research. The population in this study are customers who save at Bank Syariah Indonesia KC Bandar Lampung Diponegoro. The sample I used was 3 customers of the Bank Syariah Indonesia KC Bandar Lampung Diponegoro as research informants. My research data sources are primary data obtained from interviews with customers who save at BSI KC Diponegoro and secondary data. Secondary data needed in this study is literature in the form of books, journals that support research. Documents that are in BSI KC Diponegoro, and technical data analysis using the CARTER Dimension method which is adjusted to the research study.

The results of the analysis of the service quality analysis of Bank Syariah Indonesia KC Diponegoro on customer satisfaction in the CARTER dimension parameter were considered very satisfying because it was seen from the results of interviews with 50 customers regarding customer perceptions about service quality and customer satisfaction received at BSI Diponegoro. The concept of the CARTER Dimension Parameter regarding customer satisfaction is also

considered good from customers who save at BSI KC Diponegoro and BSI KC Diponegoro which are considered to be progressing according to an Islamic economic perspective.

Keywords : Implementation Of Services, Customer Satisfaction, and CARTER



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wiwit Arif Prasajo
NPM : 1951020478
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Parameter Dimensi Carter (Studi Pada Nasabah Yang Menabung di Bank Syariah Indonesia KC. Bandar Lampung Diponegoro)**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 13 April 2023

Penulis,



Wiwit Arif Prasajo
1951020478



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

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

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Penerapan Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Yang Menabung di Bank Syariah Indonesia KC. Bandar Lampung Diponegoro)
Nama : Wiwit Arif Prasajo
NPM : 1951020478
Prodi : Perbankan Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H Syamsul Hilal, M.Ag.
NIP. 092719692001121001

Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I
NIP. 199009182019031010

Mengetahui,
Ketua Prodi Perbankan Syari'ah

Any Eliza, M.Ak.
NIP. 198308152006042004



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

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

PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul **Analisis Penerapan Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Yang Menabung di Bank Syariah Indonesia KC. Bandar Lampung Diponegoro)** “, disusun oleh, **Wiwit Arif Prasajo, NPM :1951020478**, Program Studi Perbankan Syariah, Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal : Selasa, 20 Juni 2023.

Tim Penguji

Ketua : **Femei Purnamasari, S.E., M.Si** (.....)

Sekretaris : **Desi Nurhabibah, M.E.** (.....)

Penguji I : **Dr. Ridwansyah, M.E.Sy** (.....)

Penguji II : **Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I** (.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prasanto, M.M., Akt., C.A

NIP. 7009262008011008

MOTTO

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ

“Maka barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat zarrah,
niscaya dia akan melihat balasanya,

(Q.S. Al-Zalzalah: 7)



PERSEMBAHAN

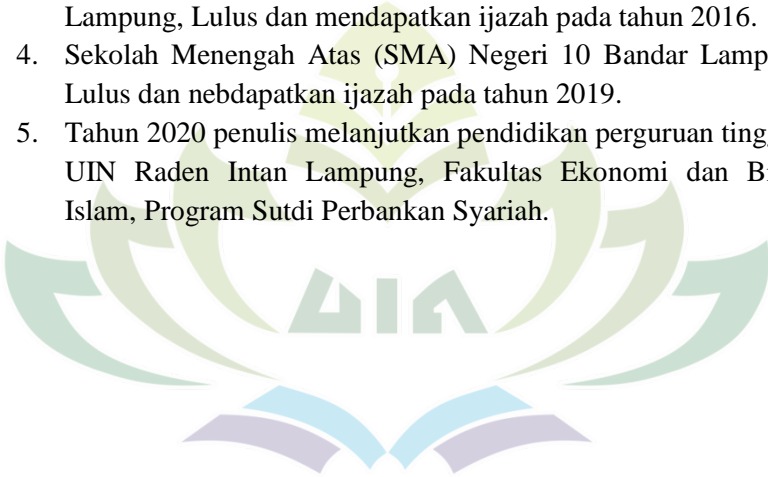
Rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT Tuhan semesta alam yang maha segalanya atas segala kesempatan, keridhoan, kesabaran, dan kenikmatan dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua, yang menjadi penyemangat saya dalam keadaan apapun. Ibu saya tercinta, Sri Purwanti yang senantiasa mendoakan saya, membimbing, serta memotivasi saya. Ayah saya tercinta, Ngadiyatno adalah ayah yang hebat yang tak pernah memperlihatkan keluh kesah dalam keadaan apapun menuntun anak Pertama laki-laki yang telah menghantarkan saya menjadi orang yang berakhlak, berilmu dan bertanggung jawab serta dalam menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi.
2. Untuk Adik saya Dimas Aryo Wibowo dan Annisa Nurul Fitri yang selalu memberikan dukungan semangat, material, kasih sayang, serta doa.
3. Untuk keluarga besar saya yang selalu membuat saya semangat dalam menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi.
4. Kedua pembimbing saya Dr. Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag dan bapak Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I yang telah meluangkan waktu serta membimbing dan mengarahkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bank Syariah Indonesia KC Diponegoro yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian terkait skripsi ini.
6. Untuk Desvalia Rahmah yang selalu video call peneliti untuk menemani peneliti dalam mengerjakan skripsi ini.
7. Untuk teman-teman Perbankan Syariah kelas F angkatan 2019, terimakasih telah memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan pendidikan menjadi Sarjana Ekonomi.
8. Almamater saya tercinta UIN Raden Intan Lampung yang menjadi tempat saya menimba ilmu serta berproses menjadi yang lebih baik lagi.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Wiwit Arif Prasajo, dilahirkan di Tanjung Karang, Bandar Lampung, Lampung pada tanggal 27 April 2001. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Ngadiyatno dan Ibu Sri Purwanti. Berikut merupakan riwayat pendidikan yang telah diselesaikan penulis:

1. Taman Kanak-kanak (TK) Kartika II-6 Bandar Lampung, Lulus dan mendapatkan ijazah pada tahun 2007.
2. Sekolah Dasar (SD) Kartika II-5 Bandar Lampung, Lulus dan mendapatkan ijazah pada tahun 2013.
3. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Kartika II-2 Bandar Lampung, Lulus dan mendapatkan ijazah pada tahun 2016.
4. Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 10 Bandar Lampung, Lulus dan nebdapatkan ijazah pada tahun 2019.
5. Tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di UIN Raden Intan Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Sutdi Perbankan Syariah.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berkat rahmat dan hidayah-Nya serta ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Syariah terhadap Kepuasan Nasabah Parameter Dimensi CARTER (Studi pada Nasabah yang Menabung di Bank Syariah Indonesia KC Bandar Lampung Diponegoro)”.

Shalawat serta salam senantiasa kita sampaikan kepada Nabi besar kita, Muhammad SAW, para sahabat serta pengikutnya. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Sarjana Satu (S1), Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, tak lupa juga dihanturkan Terima Kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto., M.M, Akt., C.A. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, beserta wakil Dekan I, II, III dan jajaran.
2. Ibu Any Eliza, S.E., M.Akt.,Akt Selaku Kaprodi Perbankan Syariah yang senantiasa memeberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag. Selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, masukan, motivasi, dukungan dan meluangkan waktunya untuk membina penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M. E. I. Selaku pembimbing II yang terus memberikan masukan dan arahan kepada penulis dan meluangkan waktu untuk membina penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ayah, Ibu, kakak dan adik penulis yang telah mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan perkuliahan dari awal sampai akhir.
6. Kekasih penulis yang selalu video call peneliti untuk menemani peneliti dalam mengerjakan skripsi ini
7. Seluruh Dosen, Pegawai, Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis semoga ilmu yang didapatkan oleh penulis berkah dan dapat berguna kedepannya.
8. Bank Syariah Indonesia KC Diponegoro yang telah membantu dan memberikan kesempatan agar penelitian yang dilakukan penulis berjalan dengan baik
9. Teman-teman Perbankan Syariah, Kelas F, Angkatan 2019 yang terus memberikan masukan-masukan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah selalu senantiasa memberikan keberkahan kepada Bapak/Ibu Dosen, dan teman-teman semua yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal itu tidak lain karena keterbatasan waktu, dan kemampuan yang dimiliki dalam menulis skripsi ini. Untuk itu kepada para pembaca dapat memberikan saran yang membangun guna melengkapi skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca atau peneliti berikutnya untuk perkembangan ilmu khususnya ilmu Perbankan Syariah.

Bandar Lampung, 9 April 2023

Wiwit Arif Prasojo
NPM.1951020478

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT.....	iv
SURAT PERNYATAAN	vi
SURAT PERSETUJUAN	vii
LEMBAR PENGESAHAN.....	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	1
C. Fokus Penelitian	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	8
G. Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
H. Metode Penelitian.....	17
I. Sistematika Penulisan	23
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kepuasan Nasabah	25
a. Pengertian Kepuasan Nasabah	25
b. Konsep Kepuasan Nasabah	28
c. Pengukuran Nasabah.....	29
d. Faktor-faktor yang mempengaruhi	30
e. Kepuasan Nasabah Perspektif Ekonomi Islam	34
B. Teori Pelayanan.....	37

a.	Pengertian Pelayanan	37
b.	Pengertian Kualitas Pelayanan	38
c.	Unsur-unsur Kualitas Pelayanan	43
C.	Teori Bank Syariah	51
a.	Pengertian Bank Syariah	51
b.	Fungsi Utama Bank Syariah	52
c.	Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional ...	53
d.	Keunggulan dan Kelemahan Bank Syariah	55
e.	Produk dan Jasa Perbankan Syariah	56
D.	Model CARTER	58

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	63
B.	Penyajian Fakta dan Data Penelitian	75

BAB IV ANALISIS PENELITIAN

A.	Analisis Data Penelitian	83
B.	Temuan Penelitian	87
a.	Penerapan Pelayanan Jasa Perbankan Syariah dengan Indikator CARTER terhadap Kepuasan Nasabah	87
b.	Penerapan Pelayanan Jasa Perbankan Syariah dengan Indikator CARTER dalam Perspektif Ekonomi Islam	116

BAB V PENUTUP

A.	Simpulan	121
B.	Rekomendasi	123

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 1.2 Sistematika Pembahasan	37
Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jaringan Kantor Individual Perbankan Syariah	19
Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Nasabah	41
Gambar 3.1 Logo Bank Syariah Indonesia	75
Gambar 3.2 Struktur Organisasi	78



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna mendapatkan informasi dan gambaran yang jelas serta memudahkan dan memahami skripsi ini, maka perlu adanya uraian terhadap penegasan dalam beberapa istilah yang terkait dengan judul skripsi ini adalah **“Analisis Penerapan Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia KC. Diponegoro)”** Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami arti judul di atas, maka di perlukan penegasan terhadap hal-hal sebagai berikut :

1. Analisis

Analisis adalah proses menggambarkan komposisi objek dan menyusun kembali komponen-komponennya untuk dipelajari atau dipelajari secara lebih mendalam.¹

2. Penerapan

Penerapan adalah Perbuatan menerapkan suatu hal.²

3. Pelayanan Jasa

Pelayanan Jasa adalah suatu/serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen atau nasabah dengan karyawan atau halhal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksudkan untuk

¹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Nasional. “Kamus Besar Bahasa Indonesia”.(Jakarta: Balai Pustaka 1996) hal. 747, (Di akses pada Minggu, 4 Desember 2022).

² Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Nasional. “Kamus Besar Bahasa Indonesia”.(Jakarta: Balai Pustaka 1996) (Di Akses pada Rabu 21 Juni 2023)

memecahkan masalah konsumen atau nasabah.³

4. CARTER

Model CARTER yang sesuai untuk sektor perbankan syariah didasarkan pada dimensi SERVQUAL dan memasukkan dimensi baru yang disebut Compliance (kepatuhan terhadap hukum Islam). Kepatuhan adalah inti dari CARTER. CARTER terdiri dari *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy*, dan *Responsiveness*

5. Perbankan Syariah

Perbankan Syariah mencakup semua aspek Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, termasuk kelembagaan, usaha komersial, dan prosedur operasionalnya.⁴

6. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan salah satu dari tujuan pemasaran (Chartrand et al., 2007). Koperasi tidak terkecuali; dalam situasi ini, mereka harus menawarkan yang terbaik kepada nasabah untuk memaksimalkan kebahagiaan nasabah. Sejauh mana seorang konsumen memilih suatu produk, menginformasikannya kepada orang lain, dan mendorong orang lain untuk menggunakannya akan sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan mereka.⁵

B. Latar Belakang Masalah

Bank syariah menawarkan solusi bagi umat Islam yang kehadirannya dianggap dapat membantu peningkatan ekonomi umat di masa depan. Karena sebagian masyarakat meyakini bahwa bank syariah saat ini menjadi pusat perhatian industri

³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Ed. 12 Jilid. 2, (Jakarta : Indeks, 2007), h.42. (Di akses pada Minggu, 21 Juni 2023)

⁴ Danupranata, Gita, “Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah/Gita “, Danupranata - Jakarta: Salemba Empat, 2013.ISBN 978-979-061-330-0. Diakses pada Minggu, 4 Desember 2022

⁵ Wibowo, M. Perilaku Konsumen Pengaruhnya terhadap Keputusan menjadi Nasabah pada Kopwan Syariah. JDM (Jurnal Dinamika Manajemen) . (2010), Vol.1, No. 1.

perbankan. Lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah dan usaha utamanya memberikan pelayanan dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang dikenal sebagai "Bank Islam". Misinya adalah mendukung pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kemasyarakatan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.⁶

UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah mengacu pada semua aspek Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, termasuk kelembagaan, usaha komersial, dan prosedur operasionalnya. Perbankan Syariah mendasarkan operasinya pada prinsip-prinsip Islam, konsep kapitalisme yang demokratis, dan prinsip kehati-hatian.⁷

Bank syariah jika dibandingkan dengan bank konvensional, ekspansi perbankan syariah masih meningkat. Konsekuensinya, bank konvensional yang sudah lama berdiri mulai mendirikan BUS (Bank Umum Syariah) dan UUS (Unit Usaha Syariah), seperti Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank syariah yang beroperasi di Indonesia disebut Bank Syariah Indonesia. Pembukaan bank ini berlangsung pada 1 Februari 2021 pukul 13.00 WIB, atau bertepatan dengan Hari Jumadil Akhir 1442 H. Penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah melahirkan bank ini. Perjanjian Penggabungan Bersyarat, atau CMA, antara tiga bank ditandatangani pada Oktober 2020, menandai permulaannya. Rencana pemerintah menjadikan Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah dunia antara lain dengan pembentukan Bank Syariah Indonesia (BSI). Otoritas Jasa Keuangan secara resmi telah memberikan izin kepada Bank Syariah Indonesia (OJK). Izin pendirian BSI diberikan pada tanggal 27 Januari 2021. Seputar pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah menjadi PT Bank BRI Syariah Tbk, serta izin perubahan

⁶ Ryandono, Muhamad Nafik Hadi, and Rofiul Wahyudi. *Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah dan Praktek*. UAD PRESS, 2021, hal. 44

⁷ Pasal ayat (1) Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Bahwa "Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

nama dengan menggunakan nama PT Bank izin usaha.⁸

Gambar 1.1

Jaringan Kantor Individual Perbankan Syariah-SPS Januari

Jaringan Kantor Individual Perbankan Syariah - SPS Januari 2022 (Individual Islamic Commercial Bank / Islamic Business Unit - January 2022)			
Kelompok Bank / Group of Banks	KPO/KC HOO/BO	KCPI/UPS SBO/SSU	KK CO
Bank Umum Syariah / Islamic Commercial Bank	499	1 345	192
1 PT. Bank Aceh Syariah	27	96	27
2 PT. BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	12	25	6
3 PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk	80	131	29
4 PT. Bank Victoria Syariah	5	1	-
5 PT. Bank BRI Syariah ⁷⁾	-	-	-
6 PT. Bank Jabar Banten Syariah	9	55	2
7 PT. Bank BNI Syariah ⁷⁾	-	-	-
8 PT. Bank Syariah Mandiri ⁷⁾	-	-	-
9 PT. Bank Mega Syariah	30	29	5
10 PT. Bank Panin Dubai Syariah, Tbk	10	-	1
11 PT. Bank Syariah Bukopin	13	7	4
12 PT. BCA Syariah	15	16	43
13 PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	24	-	-
14 PT. Bank Aladin Syariah	1	-	-
15 PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk	273	985	75

Sumber : Statistik Perbankan Syariah 2022

Menurut pemaparan hasil studi The World's Best Banks di halaman Forbes, BSI merupakan salah satu dari 5 besar bank di Indonesia. Pengakuan dalam skala global ini menunjukkan bahwa BSI berkomitmen untuk memajukan keuangan syariah dan memberikan dorongan baru bagi Indonesia untuk mengembangkan sektor halalnya. Menurut Forbes, evaluasi didasarkan pada skor kepuasan nasabah serta lima faktor tambahan, termasuk: kepercayaan, syarat dan ketentuan, layanan digital, layanan nasabah, dan *Financial Advice*.

Karena bank adalah organisasi jasa, maka kualitas jasa merupakan komponen penting yang memberikan keunggulan kompetitif dalam industri perbankan. Karena persaingan yang semakin ketat di industri perbankan, BSI harus terus meningkatkan kinerjanya dengan menjaring klien baru dan menumbuhkan loyalitas mereka dengan layanan terbaik. Oleh karena itu, BSI dituntut untuk memenuhi kebutuhan kliennya dengan menawarkan layanan berkualitas tinggi. Pelayanan yang

⁸ Ulfa, A. "Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia". Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, (2021). Vol.7, No.2 (2021), hal 1101-1106.

berkualitas adalah pelayanan yang baik. Kebutuhan konsumen harus didahulukan, baru kemudian pendapat mereka tentang kualitas. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas yang tinggi ditentukan oleh bagaimana nasabah melihatnya, bukan bagaimana penyedia layanan melihatnya. Nasabah yang menggunakan layanan yang ditawarkan oleh penyedia layanan harus mengevaluasi tingkat layanan. Biasanya, persepsi nasabah tentang kualitas layanan adalah evaluasi layanan secara keseluruhan.⁹

Karena persaingan yang ketat di industri perbankan, BSI harus terus meningkatkan kinerjanya dengan menjangkau klien baru dan mengembangkan loyalitas mereka melalui layanan nasabah terbaik. Oleh karena itu, BSI dituntut untuk memenuhi kebutuhan kliennya dengan menawarkan layanan berkualitas tinggi. Walaupun data pendukung loyalitas BSI cabang Diponegoro Bandar Lampung belum terpantau meskipun tingkat loyalitas nasabah mengalami perkembangan pesat, penelitian ini mencoba untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan perbankan syariah terhadap tingkat kepuasan nasabah Dimensi CARTER.¹⁰

Dimensi CARTER yang memiliki enam aspek dan mengukur kualitas layanan bank syariah meliputi *Compliance* (kepatuhan terhadap aturan dan hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT), *Assurance* (jaminan), *Reability* (kehandalan), *Tangibles* (bukti fisik), *Empathy* (empati), dan *responsiveness* (daya tanggap). Teknik SERVQUAL yang diciptakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry didasarkan pada lima aspek kualitas: *tangibles* (bukti langsung), *dependability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empati*. Metode CARTER adalah versi dari metode SERVQUAL. Kelima variabel tersebut masih bersifat luas (ukuran kualitas bank konvensional). Modifikasi diperlukan jika diterapkan pada bisnis dengan karakteristik unik, seperti perbankan syariah. Kemampuan perusahaan untuk mematuhi syariat Islam dan menjalankan bisnis

⁹ Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian, alih bahasa A.B Susanto, Jilid 1. Cakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 340. (Di akses pada Minggu, 4 Desember 2022)

¹⁰ *Ibid*

sesuai dengan prinsip syariah Islam itu sendiri adalah yang membedakan SERVQUAL Parasuraman dan model CARTER untuk penilaian kualitas.¹¹

Tentunya semua layanan Bank Syariah Indonesia, termasuk BSI KC. Diponegoro Bandar Lampung, harus disesuaikan dengan prinsip-prinsip syari'at Islam guna memenuhi misi bank tersebut, yaitu menjadi salah satu dari sepuluh besar bank syariah di dunia. Hal ini terutama terjadi mengingat persaingan yang ketat antar bank untuk setiap proses produk dan layanan. Masyarakat Diponegoro Bandar Lampung merasa puas dengan pelayanan yang ditawarkan oleh BSI KC, dan hal ini dirasakan oleh masyarakat selaku Nasabah. Pendapat Nasabah atas layanan yang ditawarkan oleh BSI KC. Diponegoro Bandar Lampung, bagaimanapun, bervariasi. Adalah mungkin untuk menguji seberapa dekat kualitas layanan dan kepuasan nasabah terkait dengan menggunakan dimensi model CARTER.

Menurut definisi di atas, niscaya ada penjelasan atau penyebab yang baik bagi kepuasan masyarakat terhadap layanan yang ditawarkan oleh bank syariah. Penelitian ini berjudul “ANALISIS PENERAPAN PELAYANAN JASA (CARTER) PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Pada Nasabah Yang Menabung Pada Bank Syariah Indonesia KC. Bandar Lampung Diponegoro)” karena menarik untuk ditelaah lebih dalam.

C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, fokus penelitian terkait permasalahan yang muncul adalah rendahnya kepuasan nasabah terhadap pelayanan jasa perbankan syariah yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KC. Bandar Lampung Diponegoro. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis

¹¹ Sinaga, F. and Pantiyasa, IW “Pengaruh Service Quality dan Sustainable Event Terhadap Kepuasan Peserta Event Gathering Di Bali: IFBEC (Indonesian Food and Beverage Executive Club/Asositaion) Bali”, Jurnal Ilmiah Hospitality Management (2020),10(2), hal.151-174.

kualitas pelayanan jasa perbankan syariah dengan parameter dimensi Carter dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk membantu Bank Syariah Indonesia KC. Bandar Lampung Diponegoro dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa perbankan syariah sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Sub fokus penelitian meliputi :

1. Menilai Penerapan pelayanan jasa perbankan syariah yang diberikan kepada nasabah
2. Mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan jasa perbankan syariah yang diterima.
3. Menentukan konsep dimensi CARTER terhadap kepuasan nasabah
4. Mengetahui ketaatan Bank Syariah Indonesia KC Diponegoro terhadap Ekonomi islam.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Penerapan Pelayanan Jasa Perbankan Syariah dengan Indikator CARTER terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Diponegoro?
2. Bagaimana Penerapan Pelayanan Jasa Perbankan Syariah dengan Indikator CARTER dalam perspektif ekonomi islam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka peneliti mengemukakan bahwa tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Penerapan Pelayanan Jasa Perbankan Syariah dengan Indikator CARTER terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Diponegoro.
2. Untuk mengetahui Penerapan Pelayanan Jasa Perbankan Syariah dengan Indikator CARTER dalam perspektif ekonomi

islam.

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang bersangkutan, baik manfaat secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Manfaat khazanah ilmiah penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan dan referensi tambahan penelitian terkait bagi seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), khususnya yang terdaftar pada program studi sarjana Perbankan Syariah, agar dapat mendapatkan pengetahuan dan wawasan mengenai Analisis Penerapan Pelayanan Jasa Perbankan Syariah terhadap Kepuasan Nasabah dengan metode *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, dan Responsiveness* (CARTER) di Bank Syariah Indonesia.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Program studi sarjana Perbankan Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung mensyaratkan keberhasilan penyelesaian penelitian ini sebagai syarat kelulusan. Selain itu, seseorang harus berlatih berpikir kritis sambil mempertahankan sikap yang fleksibel untuk menulis secara ilmiah. Ini berfungsi sebagai ukuran bakat penulis untuk menggunakan informasi yang dipelajari dalam kuliah.

b. Bagi Praktis

Nasabah Bank Syariah Indonesia KC dapat mengharapkan keuntungan dari penelitian ini. Dalam rangka mengedepankan rasa keimanan, ketakwaan kepada Allah SWT, dan keridhaan dengan tingkat pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KC.

LampungBandar Diponegoro.

c. Bagi Penelitian Lebih Lanjut

Temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti memahami dampak penerapan pelayanan jasa perbankan syariah (CARTER) terhadap kepuasan nasabah sehingga selanjutnya dapat melakukan investigasi yang lebih menyeluruh dengan melihat faktor-faktor selain yang tercakup dalam penelitian ini. Selain itu, dapat dibandingkan dengan studi sebelumnya dan penelitian masa depan, berfungsi sebagai referensi.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Metoden Dan Variabel	Hasil
1	Septin Puji Astuti, Wiwik Wilasari, Datien Eriska Utami. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Surakarta .(2009) “Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah Penelitian dengan Fuzzy Servqual dan Dimensi Carter”.	<p>Penelitian ini menggunakan jumlah sampel penelitian ada 100 responden yang semuanya adalah nasabah BRI Syariah cabang Surakarta.</p> <p>Metode pengambilan dilakukan dengan sistematis sampling, dimana tiap ada 5 lima nasabah yang datang ke kantor kas BRI Syariah cabang Surakarta diambil sebagai responden.</p> <p>Variabel : Syariah</p>	<p>Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Hasil fuzzifikasi persepsi dan harapan beserta nilai Cripsnya ditunjukkan di dalam item pertanyaan, gap-nya bernilai negatif yang berarti ada ketidakpuasan yang dirasakan oleh nasabah BRI Syariah berkaitan dengan pelayanan.</p>

		bank, SERVQUAL, CARTER, fuzzytheory.	
2	Abu Amar Fauzi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya (2016) “Mengukur pengaruh kualitas layanan model CARTER terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah Indonesia”	Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah model penelitian survei. Variabel : Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, Perbankan Syariah, dan Model CARTER.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dari bank syariah memiliki hubungan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimensi empathy memiliki pengaruh paling kuat terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Sebaliknya, compliance menjadi dimensi terendah dalam mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan bank syariah di Indonesia.
3	Nadya Bella Amira. Universitas	Metode pengumpulan data yang dipakai penulis	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa

	<p>Islam Indonesia (2019)</p> <p>“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bank Central Asia Syariah Di Yogyakarta Dengan Pendekatan Model CARTER”</p>	<p>dalam penelitian ada yaitu pengumpulan data primer.</p> <p>Variabel independen : kualitas layanan (X)</p> <p>Variabel dependen : kepuasan konsumen (Y)</p>	<p>Compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.</p>
4	<p>Susilowati Budiningsih, Yuridistya Primdhita.</p> <p>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta (2019)</p> <p>“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah “</p>	<p>Pada penelitian ini, sampel berasal dari 40 nasabah Bank Muamalat di Jakarta yang memiliki produk tabungan Bank Muamalat.</p> <p>Pengumpulan data dilakukan dengan kuisioner yang dibagikan kepada 40 nasabah tabungan Bank Muamalat di Jakarta.</p>	<p>Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat di Jakarta, dan Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat di Jakarta.</p>

5	<p>Evi Susanti. Sekolah Tinggi Ekonomi Jakarta International College (2018) “Kualitas Layanan Internal yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah Dengan Menggunakan Kualitas Layanan Eksternal Sebagai Variabel Mediasi“</p>	<p>Penelitian ini adalah uji hipotesis yang menguji hubungan variabel kualitas layanan internal terhadap kepuasan nasabah melalui kualitas layanan eksternal.</p> <p>Pengumpulan data melalui kuesioner, menggunakan metode modified sampling dengan sebaran populasi jumlah keseluruhan kantor layanan bank umum syariah yang tersebar pada lima wilayah kota Jakarta sebanyak 173 kantor.</p> <p>Variabel Independen : Kualitas Pelayanan Internal dan Kualitas Pelayanan Eksternal Variabel Dependen : Kepuasan Nasabah</p>	<p>Berdasarkan hasil uji hipotesa, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan internal yang diberikan perusahaan padakaryawan bank mempunyai pengaruh positif dan significant terhadap kualitas layanan eksternal. Kemudian kualitas layanan eksternal yang disediakan untuk konsumen seperti pelayanan yang ramah, bentuk fisik bank yang bagus memiliki pengaruh yang positif dan significant terhadap kepuasan konsumen. Akhirnya terbukti bahwa kualitas layanan eksternal memang menjadi intervening antara keualitas layanan internal dengan kepuasan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketika perusahaan memberikan kualitas internal</p>
---	--	--	---

			yang baik, maka kualitas eksternal meningkat sehingga kepuasan konsumen akan tercapai.
6	<p>Kharismarisa Nurhayati, Nyata Nugraha. Politeknik Negeri Semarang (2015). ” Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah KJKS BMT. Fastabiq Pati “</p>	<p>Penelitian ini merupakan tipe penelitian pengujian hipotesis mengenai pengaruh kualitas Penelitian pelayanan yang terdiri dari compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness terhadap nasabah KJKS BMT Fastabiq Pati.</p> <p>Terdapat dua variabel yaitu variabel bebas yang disimbolkan dengan X (compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness) dan variabel terikat disimbolkan dengan Y (kepuasan nasabah KJKS BMT Fastabiq Pati)</p>	<p>Hasil penelitian ini membuktikan Untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar lebih mempertahankan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah KJKS BMT FastabiqPati yaitu variabel compliance, hal ini menunjukkan bahwaKJKS BMT FastabiqPati mampu memberikan pelayanan produk dan jasanya yang telah sesuai dengan prinsip dan hukum Islam.</p>

7	<p>Deny Dinar Rahayu, dan Ahi Furwanti Alwie.</p> <p>Universitas Riau Kampus Bina Widya (2010) “ Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru”</p>	<p>Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner secara langsung pada 100 responden yang merupakan nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru yang melakukan transaksi 2-3 kali berturut-turut selama 3 bulan terakhir.</p> <p>Variabel Independen : Kepatuhan (X1), Jaminan (X2), Keandalan (X3), Bukti Fisik (X4), Empati (X5) dan Daya Tanggap (X6)</p> <p>Variabel Dependen : Kepuasan Nasabah.</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian regresi linear berganda diketahui semua variabel bebas (kualitas pelayanan) berpengaruh positif terhadap variabel terikat (loyalitas nasabah) dengan nilai sebesar 0,614 hal ini menunjukkan bahwa 61,4%.</p> <p>Loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru dipengaruhi oleh keenam variabel kualitas pelayanan secara serentak, sedangkan sisanya sebesar 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti.</p>
---	--	--	--

8	<p>Rafidah. Universitas Islam Negeri Jambi (2014) “ Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah “</p>	<p>Penelitian ini menggunakan Data sekunder diperoleh melalui pencarian data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti melalui buku, jurnal, skripsi, internet dan perangkatlain yang berkaitan dan mendukung dalam penyusunan penelitianini.</p> <p>Variabel : Bank Islam,SERVQUAL, CARTER</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian terlihat betapa pentingnya Bank Syariah memperhatikan kualitas pelayanan (Service Quality /Servqual), yang terdiri atas 5 (lima)dimensi yaitu : Assurance , Reliability, Tangible , Emphaty, dan Responsiveness, yang Kemudian dikembangkan menjadi 6 dimensi yang dikenal dengan Model CARTER dengan tambahan dimensi compliance.</p>
9	<p>Budi Prijanto, Rani Ferina Pulung,Agust in Rusiana Sari. Universitas Gunadarma (2021). “ Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Kota</p>	<p>Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui hasil kuesioner yang telah disebar kepada nasabah bank syariah dan bank konvensional, sedangkan data sekunder diperoleh melalui pencarian data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti melalui</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian terdapat Kesenjangan (gap)antara ekspektasi nasabah bank syariah dengan persepsi atau kepuasan yang diterima oleh nasabah dengan nilai gapsebesar - 0,078.. Sedangkan untuk bank konvensional, kesenjangan (gap)antara</p>

	<p>Depok Menggunakan n CARTER Model”.</p>	<p>buku, jurnal, skripsi, internet dan perangkat lain yang berkaitan dan mendukung dalam penyusunan penelitian ini. Penelitian ini dilakukan pada nasabah pengguna jasa perbankan, baik pengguna jasa bank syariah ataupun bank konvensional di Kota Depok.</p> <p>Variabel Independen : Compliance(X1), Assurance(X2), Reability(X3), Tangibles (X4), Emphaty (X5), Responsiveness(X6) Variabel Dependenden : Kualitas Pelayanan</p>	<p>ekspektasi nasabah dengan persepsi atau kepuasan yang diterima oleh nasabah nilai gap nyasebesar -0,067. Ini berarti kepuasan nasabah bank konvensional lebih besar daripada bank syariah</p>
10	<p>Poppy Alvianolita Sanistasya. Universitas Mulawarman (2015). “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabag dan Loyalitas Nasabah</p>	<p>Jenis penelitian ini menggunakan penelitian explanatory.</p> <p>Lokasi penelitian yang dipilih adalah BRI Cabang Samarinda di Jl. Gajah Mada No.1 Samarinda.</p> <p>Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner.</p>	<p>Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwaKepuasan nasabah (Y1) terhadap terhadap Loyalitas (Y2) nasabah Tabungan Britama pada BRI Cabang Samarinda juga menunjukkan hasil positif tidak signifikan dalam hal ini peneliti mencoaba</p>

	Tabungan Britama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda”.	Teknik Analisis data : analisis statistik deskriptif dan analisis jalur (path analysis). Variabel pada penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah.	memberi saran bahwa Manajemen BRI Cabang Samarinda haruslah mencari inovasi-inovasi baru lagi salah satunya lebih meningkatkan Promosi-promosi akan produk britama tersebut secara lengkap dan menarik sehingga nasabah puas dan memutuskan untuk melakukan tindakan penggunaan jasa dengan BRI Cabang Samarinda khususnya produk tabungan Britama
--	--	---	--

Dari tabel penelitian terdahulu diatas bahwasanya memiliki perbedaan penelitian dengan penelitian terdahulu yaitu terdapat pada Metode penelitian, Teori, Responden, dan studi lokasi penelitan yang berbeda beda.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan.¹² Pendekatan penelitian menggunakan SERVQUAL untuk

¹² Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung, 2017), hal 2 Cetakan Ke-26, ISBN 979-843-64-0. (Diakses Pada 11 Februari 2023)

menentukan tingkat pelayanan nasabah Bank. Awalnya, SERVQUAL mencakup lima dimensi: jaminan, ketergantungan, wujud, empati, dan daya tanggap (ARTER). Karena digunakan di bank syariah maka dimensi SERVQUAL diubah dengan penambahan dimensi kepatuhan menjadi CARTER dalam hal ini untuk mengakomodir layanan syariah yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia. Karena persepsi dan harapan tidak jelas, teori fuzzy dimasukkan ke dalam SERVQUAL yang dimodifikasi untuk mengukur kualitas layanan.

1. Sifat dan Jenis Penelitian

a. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif dan menggunakan metodologi deskriptif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mengumpulkan data mengenai keadaan suatu gejala yang sebenarnya, yaitu keadaan sebagaimana adanya pada saat penelitian dilakukan, tanpa tujuan menarik kesimpulan yang luas atau generalisasi. Administrasi dan pengontrol tidak diperlukan dalam penelitian deskriptif.

b. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan bentuk penelitian lapangan untuk jenis penelitian ini. Kajian ini mencoba mengkaji secara mendalam latar belakang terkini serta bagaimana suatu kelompok sosial, individu, kelompok, lembaga, atau komunitas berinteraksi dengan lingkungannya.¹³ Penelitian lapangan ini diperoleh melalui riset di Bank Syariah Indonesia KC. Bandar Lampung Diponegoro.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi, dari mana kesimpulan dapat ditarik, terdiri dari hal-hal atau orang-orang dengan atribut dan

¹³ *Ibid* hal.5

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian.¹⁴ Dalam penelitian ini yang dimaksud populasi adalah Nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia KC. Bandar Lampung Diponegoro.

b. Sampel

Sampel mewakili representasi dari ukuran dan susunan populasi.¹⁵ Sampel yang peneliti gunakan pada penelitian ini yaitu *Simple Random Sampling*. Menurut Pangestu Subaggyo dan Djarwanto (2019) Teknik *Simple Random Sampling* adalah pengambilan sampel dari semua anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.

Pengambilan sampel disebut random apabila kita tidak memilih-milih individu yang akan dijadikan anggota sampel. Probability sampling adalah ketika seluruh individu dalam populasi diberi kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel..

Dalam penelitian ini sampel yang dibutuhkan peneliti untuk dapat menganalisis penerapan pelayanan jasa (CARTER) terhadap kepuasan nasabah adalah 50 Nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia KC. Bandar Lampung Diponegoro.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah jenis data yang dapat diakses oleh pengumpul data secara langsung.¹⁶ Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari Wawancara pada Nasabah yang Menabung di Bank Syariah Indonesia KC. Bandar

¹⁴ *Ibid hal 215*

¹⁵ *Ibid hal 215*

¹⁶ *Ibid hal 224*

Lampung Diponegoro.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang secara tidak langsung memberikan informasi kepada pengumpul data, seperti melalui orang lain atau catatan tertulis. Data sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan dari studi kepustakaan, seperti dokumen resmi, buku, temuan penelitian terdahulu, dan lain sebagainya. Buku yang mendukung penelitian dan jurnal yang mendukung penelitian merupakan contoh sumber informasi sekunder yang diperlukan untuk penelitian ini. Informasi nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia KC. Bandar Lampung Diponegoro tertuang dalam dokumen-dokumen yang berada di sana.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang berkenaan dengan judul penelitian, maka teknik pengumpulan data yang dibutuhkan adalah :

a. Observasi

Dengan mengamati dan mendokumentasikan fenomena yang menjadi objek pengamatan secara metodis, seseorang dapat memperoleh informasi melalui pengamatan. Untuk memantau perilaku individu atau perkembangan suatu aktivitas yang mungkin diamati, observasi sering digunakan sebagai teknik pengumpulan data.¹⁷

b. Dokumentasi

Dokumentasi berbasis gambar adalah kumpulan yang bervariasi. Sebaliknya, menurut definisi yang berbeda, pendekatan dokumentasi mencari informasi berupa risalah

¹⁷ *Ibid hal 145*

rapat, buku Langger, catatan, transkrip, buku, surat kabar, dan majalah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa metode dokumentasi mengacu pada teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dengan menggunakan dokumen gambar.¹⁸

c. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang ketika informasi dan ide dipertukarkan melalui sesi tanya jawab untuk menciptakan makna seputar isu tertentu. Wawancara tidak terstruktur, atau wawancara bebas dimana peneliti tidak mengikuti protokol wawancara yang telah disusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data, digunakan dalam penelitian ini.¹⁹ Metode ini merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data lisan mengenai topik yang sedang dibahas.

5. Teknik Analisis Data

Dengan mengkategorikan data ke dalam kelompok-kelompok, mendeskripsikannya ke dalam unit-unit, mensintesiskannya, menyusunnya menjadi pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari, dan menarik kesimpulan yang jelas bagi diri sendiri dan orang lain, analisis data adalah proses pengumpulan yang sistematis. data hasil wawancara, Observasi, dan dokumentasi.²⁰ Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini di lapangan yang dijadikan objek penelitian, kemudian data atau informasinya di analisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah peneliti menggunakan metode deskriptif ini dikarenakan suatu perhatian pada informan yang menarik dari segi bagaimana para pelaku komunikasi baik komunikator maupun komunikan melakukan interaksi.

¹⁸ *Ibid hal 241*

¹⁹ *Ibid Hal 137*

²⁰ *Ibid Hal 243*

Untuk tahapan penelitian sendiri peneliti melakukan wawancara, kemudian pengumpulan data dari hasil wawancara tersebut, dan melakukan observasi sendiri untuk mengetahui penerapan pelayanan jasa perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah. Pertama, dalam menyusun pertanyaan peneliti berfokus pada sub permasalahan mengenai tingkat penerapan pelayanan jasa perbankan syariah yang diberikan kepada nasabah, kemudian menilai ketaatan Bank Syariah Indonesia KC Diponegoro terhadap Ekonomi Islam, selanjutnya ada tujuan, dimana tujuan disini mengarah setelah adanya penilaian dari nasabah, maka peneliti memiliki tujuan untuk meningkatkan penerapan pelayanan jasa perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah di BSI KC Diponegoro. Berdasarkan hal tersebut, peneliti mewawancarai 50 informan yang terdiri dari nasabah yang menabung di BSI KC Diponegoro. Pemilihan 50 informan pada penelitian ini berdasarkan kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti dengan menggunakan Teknik *Simple Random Sampling* oleh Pangestu Subagyo dan Djarwanto (2019)

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan cara bertahap dalam rentang dari bulan April hingga Juni 2023. Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara yang mendalam dengan narasumber sebagai bentuk pencarian data dan observasi Non-Partisipan dilapangan yang kemudian peneliti analisis.

I. Sistematika Pembahasan

Berikut adalah Sistematika Pembahasan dari langkah-langkah yang terlibat dalam pembuatan tugas akhir ini:

Tabel 1.2 Sistematika Pembahasan

BAB I	Pendahuluan <ul style="list-style-type: none"> A. Penegasan Judul B. Latar Belakang Masalah C. Fokus dan sub-Fokus Penelitian D. Rumusan Masalah E. Tujuan Penelitian F. Manfaat Penelitian G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan H. Metode Penelitian I. Sistematika Pembahasan
BAB II	Landasan Teori
BAB III	Deskripsi Objek Penelitian <ul style="list-style-type: none"> A. Gambaran Umum Objek B. Penyajian Fakta dan Data Penelitian
BAB IV	Analisis Penelitian <ul style="list-style-type: none"> A. Analisis Data Penelitian B. Temuan Penelitian
BAB V	Penutup
Daftar Rujukan	
Lampiran	

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan (Satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau RSITAS hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2008:138).

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain. Nasabah dibagi dalam tiga kelompok berikut²¹:

1. Nasabah baru, artinya nasabah jenis ini baru pertama kali datang ke perusahaan perbankan, dengan tujuan sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah melakukan transaksi.
2. Nasabah biasa (sekunder), artinya nasabah sudah pernah berhubungan dengan pihak bank, namun tidak rutin, jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi, namun frekuensi transaksi dan kedatangannya belum terlalu sering.
3. Nasabah utama (primer), artinya nasabah yang sudah sering berhubungan dengan pihak bank. Nasabah primer selalu menjadikan bank yang bersangkutan nomor satu dalam berhubungan. Nasabah ini sudah tidak dapat diragukan lagi loyalitasnya

²¹ Bustami, Bustami. "Penerapan algoritma Naive Bayes untuk mengklasifikasi data nasabah asuransi." *TECHSI-Jurnal Teknik Informatika* 5.2 (2013).

Fungsi manajemen yang paling sering diperhatikan kepuasan konsumen adalah fungsi pemasaran. Perhatian terhadap kepuasan konsumen dalam strategi pemasaran makin besar dari waktu ke waktu. Pihak-pihak seperti pemasar, konsumen, konsumen, dan peneliti perilaku konsumen sangat intens dalam berhubungan langsung dengan persoalan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Semakin banyak produsen terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan pemikiran bahwa persaingan makin ketat Fungsi manajemen yang paling sering diperhatikan kepuasan konsumen adalah fungsi pemasaran. Perhatian terhadap kepuasan konsumen dalam strategi pemasaran makin besar dari waktu ke waktu. Pihak-pihak seperti pemasar, konsumen, konsumen, dan peneliti perilaku konsumen sangat intens dalam berhubungan langsung dengan persoalan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Semakin banyak produsen terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan pemikiran bahwa persaingan makin ketat.²²

1. Tujuan bisnis adalah untuk menciptakan kondisi para nasabah yang merasa puas. Terciptanya kepuasan nasabah dan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabah menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dan terciptanya loyalitas nasabah, sehingga membentuk suatu rekomendasi dari mulut-kemulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.
2. Kepuasan atau ketidakpuasan nasabah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau norma kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakainya.

²² Indrasari, Meithiana. *PEMASARAN DAN KEPUASAN NASABAH: pemasaran dan kepuasan nasabah*. unitomo press, 2019.

3. Kepuasan nasabah merupakan tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.
4. Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama dengan harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak mampu memenuhi harapan.
5. Kepuasan pengan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan²³:

1. Loyal kepada bank, Artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
2. Mengulang kembali pembelian produknya, Artinya kepuasan terhadap pemberian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
3. Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama, Dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang di tawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.
4. Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut, Hal inilah yang menjadi keinginan bank, karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang ditawarkan.

²³ Sentiana, Soni Suntani. "Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah." *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen* 2.2 (2018): 247-254.

Penyedia jasa harus memperhatikan apa yang konsumen persepsikan atas jasa yang diberikan, tetapi juga bagaimana mereka dapat merasakan kepuasan. Kedalaman dari perasaan ini merupakan hasil dari tingkat seberapa perasaan ini merupa jauh persepsi dapat sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

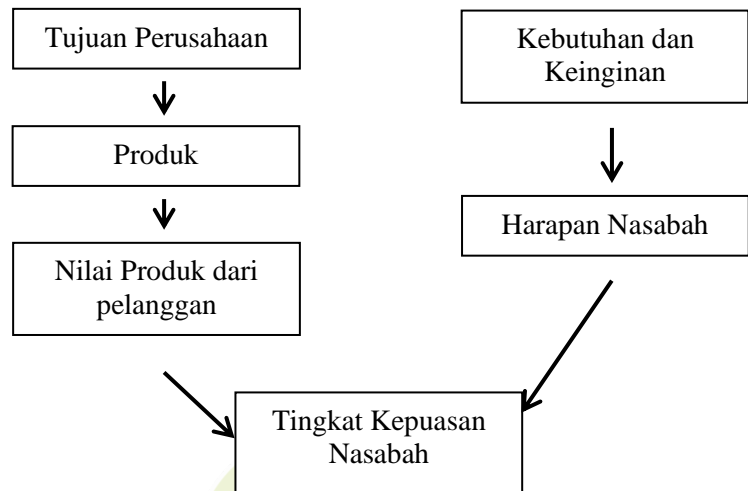
Selain itu kepuasan nasabah mempunyai tujuan utama yaitu strategi pemasaran yang dijalankan untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank. Dalam praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, ada dua keuntungan yang diterima bank, yaitu sebagai berikut²⁴:

1. Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank.
2. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berrbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah

2. Konsep Kepuasan Nasabah

Selanjutnya, konsep mengenai kepuasan nasabah menurut (Triton, 2008:60) dapat ditampilkan dalam bagan sebagai berikut:

²⁴ Yuliawan, Eko, and Mbayak Ginting. "Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan nasabah pada pt bank mandiri cabang medan balai kota." *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 6.1 (2016): 1-12.

Gambar 2.1 : Konsep Kepuasan Nasabah

3. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Adapun cara untuk mengukur kepuasan, Menurut (Tjiptono dan Chandra, 2008: 130) metode untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu:

a. Sistem keluhan dan Saran

Industri yang berwawasan nasabah akan menyediakan formulir bagi Nasabah untuk melaporkan kesukaan dan keluhannya

b. Survey Kepuasan Nasabah

Industri tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan Nasabah

c. *Ghost Shopping* (Nasabah Bayangan)

Nasabah bayangan, adalah menyuruh orang berpura-pura menjadi Nasabah dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang dialami waktu membeli produk dari industri sendiri maupun industri.

d. Analisa Nasabah yang Berlatih

Industri dapat menghubungi Nasabah yang tidak membeli lagi atau berganti pemasok untuk mengetahui

penyebabnya (apakah harganya tinggi, pelayanan kurang baik, produknya kurang dapat diandalkan dan seterusnya, sehingga dapat diketahui tingkat kehilangan nasabah).

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah, antara lain²⁵ :

- a. Fitur produk dan jasa. Kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi nasabah terhadap fitur produk dan jasa. Untuk jasa perbankan, fitur yang meliputi karyawan yang sangat membantu dan sopan, ruang transaksi yang nyaman, serana pelayanan yang menyenangkan, dan sebagainya.
- b. Emosi nasabah. Emosi juga dapat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap produk atau jasa. Emosi ini dapat stabil, seperti keadaan pikiran atau perasaan atau kepuasan hidup. Pikiran atau perasaan nasabah (*good mood* atau *bad mood*) dapat mempengaruhi respon nasabah terhadap jasa.
- c. Atribusi untuk keberhasilan atau kegagalan jasa. Atribusi penyebab yang dirasakan dari suatu peristiwa mempengaruhi persepsi dari kepuasan.
- d. Persepsi terhadap kewajaran dan keadilan (*equity and fairness*). Kepuasan nasabah juga dipengaruhi oleh persepsi nasabah terhadap kewajaran dan keadilan.
- e. Nasabah lain, keluarga, dan rekan kerja. Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh orang lain. Misalnya, kepuasan terhadap perjalanan liburan keluarga adalah

²⁵ Wahyuningsih, Nining, and Nurul Janah. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat." *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 10.2 (2018): 295-314.

fenomena yang dinamis, dipengaruhi oleh reaksi dan ekspresi oleh anggota keluarga selama liburan.

Selain itu, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah ada 2 Faktor Yaitu:

a. Faktor Produk

Nasabah akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik. Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Artinya, apa pun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan nasabah dan kebutuhan kita katakan sebagai produk. Philip Kotler mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.²⁶

Kualitas Produk memiliki indikator-indikator atau delapan dimensi, berikut yang salah satu sama lainnya bisa berkaitan erat sebagai berikut²⁷:

1. Kinerja (*Performance*)
2. Fitur (*Feature*)
3. Keandalan (*Reabillity*)
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specification*)
5. Daya Tahanan (*Durabillity*)
6. Kemampuan melayani (*Serviceabillity*)
7. Estetika

²⁶ Kasmir, SE Studi Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi . Prenada Media, 2015. Hal.216

²⁷ Putro, Shandy Widjoyo. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden." Jurnal Strategi Pemasaran 2.1 (2014): 1-9.

b. Faktor Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu system, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memang kontribusi sebesar 70%. Tidak mengherankan, Kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan sikap dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukanlah pekerjaan yang mudah.²⁸

Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang did patkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik tidaknya kualitas yang ideal begitu juga sebaiknya. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan nasabah.²⁹

Meneliti sejumlah industri jasa (seperti perbankan, jasa kartu kredit, reparasi dan pemeliharaan, serta jasa telepon interlokal) dan berhasil mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas layanan: reliabilitas, responsivitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan (courtesy), komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami nasabah, dan bukti fisik (tangibles). Dalam riset berikutnya, mereka menemukan adanya overlapping diantara beberapa dimensi diatas. Oleh sebab itu, mereka menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi pokok. Kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (assurance). Sedangkan akses, komunikasi dan

²⁸ Saputro, Harius Eko. "Kualitas Pelayanan Publik." *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 2.1 (2015).

²⁹ *Ibid*

kemampuan memahami nasabah diintegrasikan menjadi empati (*empathy*). Dengan demikian, terdapat enam dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan yaitu³⁰:

1. Keandalan (*Reability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Sebagai contoh, sebuah perusahaan barangkali memilih konsultan semata-mata berdasarkan reputasi. Apabila konsultan mampu memberikan apa yang diinginkan klien, klien tersebut bakal puas dan membayar *fee* konsultasi. Namun, bila konsultan tersebut gagal mewujudkan apa yang diharapkan klien, *fee* konsultasi tidak akan dibayar penuh (tentunya, tergantu negosiasi awal).

2. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyediaan layanan untuk membantu para nasabah dan merespon permintaan mereka dengan segera. Pernah menelepon layanan nasabah penyedia jasa ponsel anda, berapa lama harus menunggu sebelum menjawab telepon, Apakah anda dilayanin mesin penjawab, Apakah anda dipingpong kesana kesini dan akhirnya di bantu."

3. Jaminan (*Assurance*)

Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan nasabah (*confidence*). Bila anda harus menjalani operasi ginjal, anda tentu saja ingin mendapatkan

³⁰ Karolina, Tiara. "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA KOPERASI SERBA USAHA APIKRI." *All Science Journals* 1.1 (2022): 26-32.

jaminan bahwa dokter yang melayani anda benar-bener kompeten.

4. Empati (*Emphaty*)

Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para nasabahnya dan bertindak demi kepentingan nasabah, serta memberikan perhatian personal kepada para nasabah dan memiliki operasi yang nyaman.

5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunitas perusahaan. Seperti, Kolam renang yang kotor dan keruh bakal dinilai jelek oleh nasabah. Salon kecantikan yang berfokus melayani klien elit bakal berinvestasi pada dekorasi dan pencahayaan salon serta mempekerjakan para penata rambut yang berbusana api dan modis. Meskipun busana modis penata rambut tidak berpengaruh terhadap layanan yang d diberikan, klien bisa saja menyakini bahwa rambutnya pasti akan ditata dengan rapi oleh orang yang berbusana rapi dan modis.

5. Kepuasan Nasabah Menurut Prespektif Islam

Kualitas pelayanan jasa dan kepuasan nasabah dalam perspektif Islam Apabila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang (produk) atau pelayanan jasa Islam mengajarkan, hendaknya menjual produk atau jasa yang berkualitas. Tidak memberikan produk atau jasa yang berkualitas buruk pada pembeli. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT, surat Al Baqarah ayat 267, yang berbunyi:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
 أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ
 وَلَسْتُمْ بِفَآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ

حَمِيدٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.”

Kepuasan nasabah sendiri menjadi tolok ukur dalam menilai kepuasan nasabah atau nasabah adalah standar syariah. Kepuasan nasabah dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan: a. Sifat Jujur, sebuah per sahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. b. Sifat Amanah, Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah "menjual dengan amanah", artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan

pelayanan yang memuaskan kepada nasabah, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada nasabah. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut. c. Benar, berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas Hama Allah.³¹ Dalam hadits mutafaq'alah dari hakim bin Hazm yang artinya:

"Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya."

Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu. Hadits yang membahas tentang kepuasan nasabah Ibnu Az Zubair pernah berkhotbah di Makkah, lalu ia mengatakan:

"Wahai sekalian manusia, sesungguhnya Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: Seandainya manusia diberi satu lembah penuh dengan emas, ia tentu ingin lagi yang kedua. Jika ia diberi yang kedua, ia ingin lagi yang ketiga. Tidak ada yang bisa menghalangi isi perutnya selain tanah. Dan Allah Maha Menerima taubat siapa saja yang mau bertaubat." (HR. Bukhari no. 6438)".

³¹ Adimah, Nurul, and Wawan Oktriawan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Nasabah dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan kantor Cabang Purwakarta)." *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 3.2 (2022). Hal 182-183.

B. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Terjadinya kompetisi dalam usaha dalam merebut market guna meningkatkan penjualan membawa sebuah perubahan positif dalam dunia bisnis karena mereka bersaing dalam memberikan pelayanan terbaik bagi setiap konsumen. Hal itu mengubah persepsi banyak orang yang awalnya berpegang teguh pada filosofi produk dan penjualan ke filosofi pemasaran. Dalam proses pemasaran, kualitas pelayanan menjadi sesuatu yang sangat krusial karena hal itu menjadi factor dominan dalam menciptakan rasa puas atau tidak puasnya terhadap nasabah.³²

Berdasarkan Kamus Umum Bahasa Indonesia; pelayanan kata dasarnya adalah layan dan kata kerjanya adalah melayani, artinya menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain. Sementara itu S. Lukman dan Moenir dalam Batinggi dan Badu (2009), juga mengatakan “pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan nasabah”.³³

Sedangkan definisi pelayanan menurut Gronroos adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan nasabah (Ratminto, 2005). Dengan kata lain, Pelayanan merupakan salah satu upaya untuk memenuhi ekspektasi nasabah dalam hal kecepatan menangani komplain dan keramahan terhadap nasabah.³⁴

³² Rohaeni, Heni, and Nisa Marwa. "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah." *Jurnal Ecodemica* 2.2 (2018): 312-318.

³³ Maulana, Reza, Yoki Firmansyah, and Hairil Azwan. "Sistem Informasi Pelayanan Donatur Pada Komunitas 1000 Guru Kalbar Berbasis Website." *Informatika* 11.2 (2019): 24-30.

³⁴ Nugraha, Rizal, Ambar Harsono, and Hari Adiarto. "Usulan peningkatan kualitas pelayanan jasa pada bengkel “x” berdasarkan hasil matriks kepentingan-kinerja analisis." *Reka Integra* 1.3 (2013): Hal 223.

Pelayanan adalah kunci utama untuk mencapai keberhasilan dalam berbagai aspek usaha atau aktivitas bisnis yang bergerak di bidang jasa (Batinggi dan Badu, 2009). Pelayanan akan sangat menentukan dalam setiap kegiatan di masyarakat jika di dalamnya terdapat persaingan. Bisa jadi produk yang dijual sama atau jasa yang ditawarkan juga sama tapi kenapa respon dari masyarakat bisa berbeda? Semua itu disebabkan oleh adanya pelayanan terhadap nasabah yang berbeda. Prasajo dalam Batinggi dan Badu (2009), mengatakan “pelayanan merupakan tanggapan terhadap keperluan manajerial yang hanya akan terpenuhi kalau pengguna jasa itu mendapatkan produk yang mereka inginkan.”³⁵

2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam menjelaskan pengertian Kualitas Pelayanan ini penulis mengambil beberapa pendapat para ahli yaitu :

- a. Kualitas adalah “segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan nasabah” (Batinggi dan Badu, 2009).
- b. Menurut Goetsch dalam Siswanto (2005), kualitas adalah “suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.
- c. Tjiptono (2007), mendefinisikan kualitas jasa/pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah.

Konsep kualitas sendiri sebenarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain, yaitu: 1). Persepsi konsumen 2).

³⁵ Maulana, Reza, Yoki Firmansyah, and Hairil Azwan. "Sistem Informasi Pelayanan Donatur Pada Komunitas 1000 Guru Kalbar Berbasis Website." *Informatika* 11.2 (2019): 24-30.

Produk/jasa dan 3).Proses. Untuk yang berwujud barang, ketiga orientasi ini hampir selalu dapat dibedakan dengan jelas, tetapi tidak untuk jasa atau layanan.³⁶

Sviokla dalam Lupiyoadi (2013), mengemukakan bahwa kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri atas aspek-aspek berikut³⁷:

- a. Kinerja (performance). Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif nasabah yang pada dasarnya bersifat umum.
- b. Keistimewaan produk (features). Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini nasabah) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk (jasa). Dengan demikian, perkembangan kualitas suatu produk jasa menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.
- c. Reliabilitas/keterandalan (reliability). Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (malfunction) pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk (jasa). Hal ini menjadi semakin penting mengingat besarnya biaya penggantian dan pemeliharaan yang harus dikeluarkan apabila produk yang dianggap tidak reliabel mengalami kerusakan.

³⁶ Andreas, Caesar, and Tri Yuniati. "Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 5.5 (2016): hal 4-5.

³⁷ *Ibid*

- d. Kesesuaian (conformance). Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi, dan beberapa kesalahan lain.
- e. Ketahanan atau daya tahan (durability). Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis maupun teknis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat dari jumlah kegunaan yang dapat diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.
- f. Kemampuan pelayanan (serviceability). Kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetisi, kegunaan, dan kemudahan produk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memerhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum disimpan, penjadwalan pelayanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan kerusakan produk, dan pelayanan lainnya. Variabelvariabel tersebut dapat merefleksikan adanya perbedaan standar perorangan mengenai pelayanan yang diterima, di mana kemampuan pelayanan suatu produk tersebut menghasilkan suatu kesimpulan akan kualitas produk yang dinilai secara subjektif oleh konsumen.
- g. Estetika (aesthetics). Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk didengar

oleh nasabah. Dengan demikian, estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.

- h. Kualitas yang dirasakan (*percieved quality*). Konsumen tidak selalu memiliki informasi lengkap mengenai atribut-atribut produk (jasa). Namun umumnya nasabah memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung, misalnya melalui merek, nama, dan negara produsen atau penyedia jasa.

Kualitas pelayanan merupakan dua suku kata yang saling bertautan dan integral, dua suku kata tersebut harus dikerjakan dengan baik dan benar. Konsep kualitas pelayanan pada dasarnya memberikan persepsi secara konkrit mengenai kualitas suatu layanan. Konsep kualitas layanan ini merupakan suatu revolusi secara menyeluruh, permanen dalam mengubah cara pandang manusia dalam menjalankan atau mengupayakan usaha-usahanya yang berkaitan dengan proses dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi harapan, keinginan dan kebutuhan serta persepsi.³⁸

Kualitas pelayanan yang baik menjadi sebuah prioritas bagi setiap perusahaan. Mereka berkompetisi untuk menyajikan sebuah pelayanan yang lebih baik, lebih ramah dan lebih mendekatkan antara perusahaan dengan konsumennya. Adanya kebutuhan dan keinginan nasabah terhadap suatu produk atau jasa merupakan 11 salah satu alasan pengusaha mendirikan perusahaan. Tidak sedikit perusahaan yang mulai menitikberatkan pelayanan terhadap nasabahnya dengan harapan para nasabah akan merasa puas dan loyal terhadap produk atau jasa perusahaan karna nasabah merupakan salah satu aset yang paling berharga bagi sebuah perusaan, semakin banyak nasabah maka akan semakin bertambah keuntungan perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa nasabah, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli

³⁸ Andriyani, Yulya Putri, and Winda Evyanto. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Vizta Alpha Prakarsa Batam." *eCo-Buss* 5.3 (2023): 1002-1013.

diantara keduanya. Kualitas pelayanan diberikan kepada nasabah harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal. Berbagai ahli mendefinisikan kualitas sebagai “kecocokan untuk digunakan”, “pemenuhan tuntutan”, “bebas dari variasi”, dan seterusnya.³⁹

Menurut Kotler mengutip dari American Society For Quality (2010), Kualitas adalah “total fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sementara itu Batinggi dan Badu (2009), mengemukakan bahwa “pelayanan merupakan suatu proses”. Oleh karena itu, objek utama dari pelayanan ialah proses itu sendiri. Dalam hal pelayanan sebagai suatu proses, unsur pelayanan dipersempit menjadi:⁴⁰

1. Tugas Layanan
2. Prosedur layanan
3. Kegiatan layanan
4. Pelaksanaan layanan

Unsur-unsur tersebut tidak dapat dipisahkan satu sama lain karena keempatnya akan membentuk proses kegiatan yang berkaitan antara satu sama lainnya.

Konsepsi kualitas pelayanan merupakan suatu standard kualitas yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah. Pemahaman tersebut tidak bisa hanya berdasarkan asumsi atau cerita apa lagi sesuatu yang mengada-ada, kualitas sebuah produk barang atau jasa harus disesuaikan dengan suatu standard yang sudah diakui dan diaplikasikan secara internasional, seperti standar ISO (International Standardization

³⁹ Sabella, Rizka Andini Nur, Mufti Fiandi, and Lemiyana Lemiyana. "Analisis Kompetensi Komunikasi Customer Service Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Tulang Bawang Barat." *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi* 1.3 (2022): 9-26.

⁴⁰ Dewi, Sarah Milya, and Sarah Milya Dewi. "Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada KFC Ramayana Semper Jakarta Utara)". *Diss. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Rawamangun, 2020*: hal 14-15.

Organization).⁴¹

Konsep kualitas pelayanan tidak terlepas dari implementasi manajemen kualitas ISO 9001. Unsur konsumen tampak dengan jelas dalam interaksi semua aktivitas kualitas jasa, mulai dari identifikasi keinginan konsumen sampai pada pemenuhan persyaratan konsumen. Tujuan ahir dari semua itu adalah memenuhi harapan nasabah sebagai konsumen perusahaan jasa. Kesadaran akan kualitas dimulai dari diidentifikasinya persyaratan-persyaratan konsumen sampai dimulainya gagasan konsep produk (jasa), bahkan setelah pengiriman kepada konsumen. Hal ini dilakukan untuk memperoleh umpan balik dan mendengar suara konsumen.⁴²

2.1.3. Unsur Unsur Kualitas Pelayanan

Setiap organisasi modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas layanan. Kualitas layanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari nasabah yang meminta pelayanan dan yang meminta dipenuhi pelayanannya. Konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan "RATER" (responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability). Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima.⁴³

Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai

⁴¹ Witara, Ketut. "Cara singkat memahami sistem manajemen mutu iso 9001: 2015 dan implementasinya". CV Jejak (Jejak Publisher), 2018: hal 8-15.

⁴² *Ibid*

⁴³ Fisabillillah, Yakub, and Muhammad Roisul Basyar. "Manajemen Pelayanan Administrasi Kependudukan Di Kelurahan Kebraon Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya." *Praja Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik* (e-ISSN: 2797-0469) 3.02 (2023): 18-25.

dengan daya tanggap (responsiveness), menumbuhkan adanya jaminan (assurance), menunjukkan bukti fisik (tangible) yang dapat dilihatnya, menurut empati (empathy) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan keandalannya (reliability) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.⁴⁴

Berdasarkan inti dari konsep kualitas layanan “RATER” kebanyakan organisasi kerja yang menjadikan konsep ini sebagai acuan dalam menerapkan aktualisasi layanan dalam organisasi kerjanya, dalam memecahkan berbagai bentuk kesenjangan (gap) atas berbagai pelayanan yang diberikan oleh pegawai dalam memenuhi tuntutan pelayanan masyarakat. Aktualisasi konsep “RATER” juga diterapkan dalam penerapan kualitas layanan pegawai baik pegawai pemerintah maupun non pemerintah dalam meningkatkan prestasi kerjanya.⁴⁵

Lebih jelasnya dapat diuraikan mengenai bentuk-bentuk aplikasi kualitas layanan dengan menerapkan konsep “RATER”, sebagai berikut:

a. Keandalan (Reliability)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua nasabah tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.⁴⁶

Tuntutan keandalan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, mudah dan lancar menjadi syarat penilaian bagi orang yang dilayani dalam memperlihatkan aktualisasi kerja

⁴⁴ Setiawan, Ajis, Nurul Qomariah, and Haris Hermawan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia* 9.2 (2019): 114-126.

⁴⁵ Sussanti, Sussanti. "Kualitas Pelayanan Pembuatan Surat Keterangan Pindah Kependudukan Di Kantor Kelurahan Tatura Utara Kecamatan Palu Selatan Kota Palu." *Jurnal Administrator* 3.2 (2021): 71-77.

⁴⁶ Apriyani, Dwi Aliyyah, and Sunarti Sunarti. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo)*. Diss. Brawijaya University, 2017.

pegawai dalam memahami lingkup dan uraian kerja yang menjadi perhatian dan fokus dari setiap pegawai dalam memberikan pelayanannya. Inti pelayanan keandalan adalah setiap pegawai memiliki kemampuan yang andal, mengetahui mengenai seluk-beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut yaitu pegawai memahami, menguasai, handal, mandiri dan profesional atas uraian kerja yang ditekuninya.⁴⁷

b. Jaminan dan kepastian (Assurance)

Yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence), dan sopan santun (courtesy).⁴⁸

Inti dari bentuk pelayanan yang meyakinkan pada dasarnya bertumpu kepada kepuasan pelayanan yang ditunjukkan oleh setiap pegawai, komitmen organisasi yang menunjukkan pemberian pelayanan yang baik, dan perilaku dari pegawai dalam memberikan pelayanan, sehingga dampak yang ditimbulkan dari segala aktivitas pelayanan tersebut diyakini oleh orang-orang yang menerima pelayanan, akan dilayani dengan baik sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang dapat diyakini sesuai dengan kepastian pelayanan.⁴⁹

c. Berwujud (Tangible)

Yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensiya kepada pihak eksternal.

⁴⁷ *Ibid* hal. 3

⁴⁸ *Ibid*

⁴⁹ *Ibid*

Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.⁵⁰

Berarti dalam memberikan pelayanan, setiap orang yang menginginkan pelayanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik yang ditunjukkan oleh pengembang pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan. Bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, performance pemberi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat.⁵¹

d. Empati (Empathy)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah.⁵²

Empati dalam suatu pelayanan adalah adanya suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelayanan untuk mengembangkan dan melakukan aktivitas pelayanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing-masing pihak tersebut. Pihak yang memberi pelayanan harus memiliki empati memahami masalah dari pihak yang ingin dilayani. Pihak yang dilayani seyogyanya memahami

⁵⁰ *Ibid*

⁵¹ *Ibid*

⁵² *Ibid*

keterbatasan dan kemampuan orang yang melayani, sehingga keterpaduan antara pihak yang melayani dan mendapat pelayanan memiliki perasaan yang sama. Artinya setiap bentuk pelayanan yang diberikan kepada orang yang dilayani diperlukan adanya empati terhadap berbagai masalah yang dihadapi orang yang membutuhkan pelayanan. Pihak yang menginginkan pelayanan membutuhkan adanya rasa kepedulian atas segala bentuk pengurusan pelayanan, dengan merasakan dan memahami kebutuhan tuntutan pelayanan yang cepat, mengerti berbagai bentuk perubahan pelayanan yang menyebabkan adanya keluh kesah dari bentuk pelayanan yang harus dihindari, sehingga pelayanan tersebut berjalan sesuai dengan aktivitas yang diinginkan oleh pemberi pelayanan dan yang membutuhkan pelayanan.⁵³

e. Ketanggapan (Responsiveness)

Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat/responsif dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu merupakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.⁵⁴

Untuk menutupi kelemahan dari dimensi mutu pelayanan yang diteliti oleh Parasuraman yang biasa disebut sebagai dimensi SERVQUAL yang hanya memiliki lima dimensi yaitu Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, dan Responsiveness, maka Othman dan Owen menambahkan unsur Compliance pada dimensi tersebut sebagai syarat karakteristik bank syariah yaitu menerapkan prinsip syariah.⁵⁵

⁵³ *Ibid*

⁵⁴ *Ibid*

⁵⁵ Sugiarti, Dian, and Any Meilani. "Dimensi Carter Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia: Studi Komparatif Sebelum dan Setelah Merger." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7.3 (2021): 1696-1704.

Berikut merupakan penjelasan dari keenam dimensi dalam CARTER:

a. Compliance (kepatuhan)

Yang berarti kemampuan untuk memenuhi dengan hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip perbankan Islam dan ekonomi. Dalam aplikasinya dilapangan dimensi compliance ini dilakukan oleh karyawan sebagai pelaku layanan di Bank Syariah sebagai bentuk nilai ketauhidannya.⁵⁶

b. Assurance (jaminan)

Merupakan kemampuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan serta sifat yang dapat dipercaya dalam menangani keluhan nasabah, memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan, kualitas produk yang dijual sesuai dengan yang dipromosikan. Ada 4 aspek dari dimensi ini, yaitu keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan. Dimensi Assurance merupakan jastifikasi dari sifat amanah. Sifat amanah (tanggungjawab, dapat dipercaya, kredibilitas) menjadi misi hidup setiap muslim.⁵⁷

c. Reliability (keandalan)

Merupakan kemampuan untuk meningkatkan pelayanan dengan segera, tepat waktu, akurat dan memuaskan. Tiga hal besar yang dapat dilakukan perusahaan dalam upaya meningkatkan tingkat reliability: pembentukan budaya kerja “error free” atau “no mistake”, mempersiapkan infrastruktur yang memungkinkan perusahaan memberikan pelayanan “no mistake”, dan test sebelum suatu layanan diluncurkan. Sebelum bank meluncurkan fitur ATM yang baru, maka diperlukan kesabaran untuk melakukan test seberapa jauh tingkat reliability dari layanan ini. Dimensi reability ini ada dalam sifat sidiq. Sifat sidiq (benar, jujur) harus menjadi visi hidup setiap muslim.⁵⁸

⁵⁶ *Ibid*

⁵⁷ *Ibid*

⁵⁸ *Ibid*

d. Tangibility (bukti fisik)

Merupakan kemampuan dalam menampilkan fasilitas fisik, meningkatkan kondisi gedung yang bersih, nyaman, dengan interior yang menarik, tempat parkir yang aman, askalator, keamanan, AC, serta menjaga penampilan dan keterampilan pegawai.⁵⁹

e. Empathy

Sebagai bentuk perhatian pribadi, memahami kebutuhan nasabah adalah faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, maka menjadi sangat penting bahwa seluruh mitra internal perusahaan untuk lebih memperhatikan pendekatan individu dengan nasabah sehingga dapat terjadi hubungan emosional yang baik dengan nasabah. Rasa tanggap terhadap kebutuhan nasabah harus dimiliki oleh setiap pegawai sehingga nasabah tidak perlu repot-repot menanyakan produk yang diinginkan, tetapi karyawan telah menyediakan sebelum nasabah menanyakan. Pelayanan nasabah lebih ditingkatkan dengan tidak membedakan status sosial. Dimensi empathy ini ada dalam sifat fathonah. Sifat fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim.⁶⁰

f. Responsibility (daya tanggap)

Merupakan kemampuan untuk meningkatkan kecepatan karyawan yang bertugas dalam menanggapi permintaan nasabah, selalu siap dan bersedia membantu kesulitan nasabah, kemampuan menyelesaikan keluhan nasabah dengan tepat, memberikan informasi dengan jelas sesuai dengan kebutuhan nasabah. Pelayanan yang responsif atau yang tanggap, juga sangat dipengaruhi oleh sikap front-line staf. Salah satunya adalah kesigapan dan ketulusan dalam menjawab pertanyaan atau permintaan nasabah. Dimensi Responsiveness merupakan substansi dari sifat tabligh. Sifat tabligh

⁵⁹ *Ibid*

⁶⁰ *Ibid*

(komunikasi, keterbukaan, pemasaran) merupakan teknik hidup muslim karena setiap Muslim mengemban tanggung jawab dakwah, yakni menyeru, mengajak, memberitahu⁶¹

2.1.4. Perspektif Ekonomi Islam terhadap Pelayanan

Pelayanan adalah aktivitas atau rangkaian aktivitas yang tidak terlihat atau tak tersentuh yang terjadi sebagai hasil interaksi antara konsumen dan bisnis . Aktivitas yang tidak terlihat (untouchable) atau rangkaian aktivitas yang terjadi sebagai akibat dari interaksi antara konsumen dan bisnis. Hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberi penghargaan untuk memecahkan masalah atau nasabah. dalam Islam , layanan diperlukan dalam layanan yang beroperasi sesuai dengan prinsip - prinsip syariah . Konsep Pelayanan menurut islam memiliki 6 prinsip, yaitu : Prinsip Tolong menolong (Ta'awun), Prinsip Memberi Kemudahan (At-taysir), Prinsip Persamaan (Musawah), Prinsip Saling Mencintai (Muhabbah), Prinsip Lemah Lembut (Al'layin), Prinsip Kekeluargaan (Ukhuwah). Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang mempunyai niat yang baik, yaitu: 1). Pelayanan diberikan sesuai harapan nasabah dengan kepuasan secara maksimum. 2). Terjadinya suatu kesulitan dalam memberikan pelayanan tetapi konsumen tidak mengetahuinya. 3). Terjadinya kesalahan pemberian pelayanan nasabah mengelak merasa tidak puas terhadap hasil kerja pelaksana petugas pelayanan. Budaya kerja sebagai pelayan yang melayani dalam Islam yang mengacu kepada sifat-sifat Nabi saw shiddiq, istiqamah, fathanah, tablight dan amanah.⁶²

⁶¹ *Ibid*

⁶² Nurhadi, Nurhadi. "Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah." EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis 2.2 (2020): hal 137-150.

2.2. Bank Syariah

2.2.1. Pengertian Bank Syariah

Kata bank berasal dari kata *banque* dalam bahasa Prancis, dan dari *banco* dalam bahasa Italia, yang berarti peti/lemari atau bangku. Kata peti atau lemari menyiratkan fungsi sebagai tempat menyimpan benda-benda berharga, seperti peti emas, peti perlian, peti uang dan sebagainya. *Banque* inilah yang digunakan oleh bangkir untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Itulah *banque* secara resmi dan populer menjadi Bank.⁶³

Istilah perbankan syariah mencakup segala sesuatu terkait bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Menurut ensiklopedia Islam, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip Syariat Islam. Fungsi dari bank Islam atau yang biasa disebut dengan bank syariah ini sama dengan perbankan secara umum yaitu sebagai penerima simpanan, memberikan pembiayaan, dan jasa pengiriman uang. Namun dalam melakukan kegiatan tersebut bank syariah memperhatikan aturan syariah.⁶⁴

Dari hasil *musyawarah (ijma' internasional)* para ahli ekonomi Muslim beserta para ahli fiqh dari *Academi Fiqh* di Mekah pada tahun 1973, dapat disimpulkan bahwa konsep dasar hubungan ekonomi berdasarkan syariah Islam dalam sistem ekonomi Islam ternyata dapat diterapkan dalam operasional lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank. Penerapan atas konsep tersebut terwujud

⁶³ Marsya Surinabila, Wanda Diah Pratiwi, Rahmawati, Krisna Ayuningtyas, Sri Rahayu, Budiandru, "Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam membuka Rekening Bank BSI Di lingkup Mahasiswa UHAMK", *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, (2023):hal 2429, *Vol.2, No.6*.

⁶⁴ Setiawan, Iwan. "Penerapan gadai emas pada bank syariah perspektif hukum ekonomi islam." *Al-Daulah: Jurnal Hukum Dan Perundangan Islam* 6.1 (2016):hal 189-192.

dengan munculnya lembaga keuangan Islam di persada nusantara ini.⁶⁵

Menurut UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.⁶⁶ Selanjutnya dalam Pasal 1 ayat (1) UU No. 21, dinyatakan bahwa: “Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha,serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”.⁶⁷ Terdapat beberapa perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional yaitu sebagai berikut:

2.2.2. Fungsi Utama Bank Syariah

Bank Syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.⁶⁸

Fungsi bank syariah yang pertama yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Bank Syariah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad al-wadiah dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad al-mudharabah. Masyarakat mempercayai bank syariah sebagai tempat yang aman untuk melakukan investasi, dan menyimpan dana (uang). Masyarakat yang kelebihan

⁶⁵ Hartini, Sri. "Hukum Islam Bagi Masyarakat Dalam Hubungan Akad Antara Nasabah Dengan Bank Syariah." YUSTISI 2.2 (2015): 46.

⁶⁶ Undang-undang No. 6 Tahun 2011 tentang Perbankan Syariah.

⁶⁷ Karmayani, K., Nurzianti, R., & Pasarela, H. “Tingkat Literasi Perbankan Syariah Di Kalangan Mahasiswa”, *Jurnal Inovasi Penelitian*, (2023), 3(9), 7539-7550.

⁶⁸ Supriyadi, Ahmad , “Bank Syariah dalam Perspektif Filosofis, Yuridis dan Sosiologis Bangsa Indonesia”. MALIA, (2017): hal 10-11 ,Vol. 1.

dana membutuhkan keberadaan bank syariah untuk menitipkan dananya atau menginvestasikan dananya dengan aman. Keamanan atas dana (uang) yang dititipkan atau diinvestasikan di bank oleh masyarakat merupakan faktor yang sangat penting yang menjadi perimbangan. Masyarakat akan lebih merasa aman apabila uangnya diinvestasikan di bank syariah.⁶⁹

Fungsi bank syariah yang kedua yaitu menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan (user of fund). Masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank syariah asalkan dapat memenuhi semua ketentuan dan persyaratan yang berlaku. Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank syariah. Bank syariah akan memperoleh return atas dana yang disalurkan. Return atau pendapatan yang diperoleh bank atas penyaluran dana ini tergantung pada akadnya.⁷⁰

Bank Syariah, di samping menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, juga memberikan pelayanan jasa perbankan. Pelayanan jasa bank syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Pelayanan jasa kepada nasabah merupakan fungsi bank syariah yang ketiga. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syariah antara lain jasa pengiriman uang (transfer), pemindah bukuan, penagihan surat berharga, kliring, letter of credit, inkaso, garansi bank, dan pelayanan jasa bank lainnya.⁷¹

2.2.3. Perbedaan Bank syariah dan Bank Konvensional

Bank Islam sama seperti bank konvensional adalah organisasi yang bertujuan mencari keuntungan. Hanya saja, bank Islam melarang riba atau aktivitas bisnis yang tidak sesuai dengan prinsip Syariah.

⁶⁹ *Ibid*

⁷⁰ *Ibid*

⁷¹ Aulia gusvita, Syifaus Salwa, "Analisis Penerapan Strategi Bauran Manajemen Pemasaran Terhadap Produk Tabungan Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Penabung Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi)", (2023), Vol. 4, No.1

Aktivitas Bank Islam didasarkan pada prinsip membeli dan menjual asset.⁷²

Tabel 2.1
Perbedaan Bank Syariah Dan Bank Konvensional

Jenis Perbedaan	Bank Syariah	Bank Konvensional
Landasan Hukum	AL-Qur'an dan Hadis + Hukum Positif	Hukum Positif
Basis Operasional	Bagi Hasil	Riba
Skema Produk	Berdasarkan syariah, misalnya mudharabah, wadiah, murabahah, musyarakah dan sebagainya	Berdasarkan Bunga
Perlakuan terhadap dana masyarakat	Dana masyarakat merupakan titipan/investasi yang baru mendapatkan hasil bila diputar/diusahakan terlebih dahulu	Dana masyarakat merupakan simpanan yang harus dibayar bunganya saat jatuh tempo
Sektor Penyaluran Dana	Harus Halal	Tidak memperhatikan halal haram
Organisasi	Adanya DPS (Dewan Pengawas Syariah)	Tidak ada DPS
Perlakuan Akuntansi	<i>Accrual dan cash basis</i> (untuk bagi hasil)	<i>Accrual basis</i>

⁷²Wulansari, A. S., Soelistyo, A., & Arifin, Z., "Analisis Perbandingan Rasio Kesehatan Bank Terhadap Kinerja Keuangan Pada Bank Konvensional Dan Bank Syariah". *Journal of Financial Economics & Investment*, (2023). 3(1), 24–33.

2.2.4. Keunggulan dan Kelemahan Bank Syariah

Bank Syariah memiliki beberapa keunggulan dan kelemahan antara lain sebagai berikut⁷³ :

a. Keunggulan Bank Syariah :

1. Mekanisme Bank Syariah didasarkan pada prinsip efisiensi, keadilan, dan kebersamaan.
2. Tidak mudah dipengaruhi gejolak moneter. Penentuan harga bagi bank bagi hasil didasarkan pada kesepakatan antara bank dengan nasabah penyimpanan dana sesuai dengan jenis simpanan dan jangka waktunya, yang akan menentukan besar kecilnya porsi bagi hasil yang akan diterima penyimpan.
3. Bank Syariah lebih mandiri dalam penentuan kebijakan bagi hasilnya
4. Bank Syariah relatif lebih mudah merespon kebijakan pemerintah.
5. Terhindar dari praktik money laundry.

b. Kelemahan Bank Syariah :

5. Terlalu berprasangka baik kepada semua nasabah dan berasumsi bahwa semua orang terlihat jujur dan dapat dipercaya, sehingga rawan terhadap i'tikad baik.
6. Metode bagi hasil memerlukan perhitungan rumit, sehingga resiko salah hitung lebih besar dari pada bank konvensional.
7. Kekeliruan penilaian proyek berakibat lebih besar dari pada bank konvensional.
8. Produk-produk Bank Syariah belum biasa mengakomodasi kebutuhan masyarakat dan

⁷³Hamdi, Muhammad Rafii, "Persepsi Nasabah Bank Konvensional di Banjarmasin Terhadap Bank Syariah", Skripsi, Ekonomi dan Bisnis Islam. (2023):hal 31-34.

kurang kompetitif, karena manajemen Bank Syariah cenderung mengadopsi produk perbankan konvensional yang disyariahkan, dengan variasi produk yang terbatas.

9. Pemahaman masyarakat yang kurang tepat terhadap kegiatan operasional bank syariah.

2.2.5. Produk dan Jasa Perbankan Syariah

Produk-produk pendanaan bank syariah ditujukan untuk mobilisasi dan investasi tabungan pembangunan perekonomian dengan cara yang adil sehingga keuntungan yang adil dapat dijamin bagi semua pihak.⁷⁴

a. Pendanaan dengan prinsip Wadiah

1. Giro Wadiah

Giro wadiah adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro (current account) untuk keamanan dan kemudahan pemakainya.⁷⁵

2. Tabungan Wadiah

Tabungan wadiah adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (saving account) untuk keamanan dan kemudahan pemakainya, seperti giro wadiah tetapi tidak sefleksibel giro wadiah, karena nasabah tidak dapat menarik dananya dengan cek.⁷⁶

b. Pendanaan dengan Prinsip Qardh

Simpanan giro dan tabungan juga dapat menggunakan prinsip qardh, ketika bank dianggap sebagai penerima pinjaman tanpa bunga dari

⁷⁴ Sutan Remy Sjahdeini, S.H. "Perbankan Syariah: Produk-produk dan aspek-aspek hukumnya. Kencana", (2018) hal 351.

⁷⁵ *Ibid*

⁷⁶ Susanto, N. M. H., & Setyowati, R. D, "Analisis Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Soetta Ponorogo". WADIAH, (2023), 7(1), 1-20.

nasabah deposan sebagai pemilik modal. Bank dapat memanfaatkan dana dari nasabah untuk tujuan apa saja, termasuk untuk kegiatan produktif mencari keuntungan. Sementara itu nasabah dijamin akan memperoleh kembali dananya secara penuh, sewaktu-waktu nasabah ingin menarik dananya.⁷⁷

c. Pendanaan dengan Prinsip Mudharabah⁷⁸

1. Tabungan Mudharabah

Bank dapat mengintegrasikan rekening tabungan dengan rekening investasi dengan prinsip mudharabah dengan bagi hasil yang disepakati bersama. Mudharabah merupakan prinsip bagi hasil dan bagi kerugian ketika nasabah sebagai pemilik modal (shahibul maal) menyerahkan uangnya kepada bank sebagai pengusaha (mudharib maal) untuk diusahakan.

2. Deposito/Investasi Umum (Tidak Terikat)

Bank syariah menerima simpanan deposito berjangka (pada umumnya untuk satu bulan keatas) ke dalam rekening investasi umum dengan prinsip mudharabah muthlaqah. Dalam mudharabah muthlaqah bank sebagai mudharib mempunyai kebebasan mutlak dalam pengelolaan investasinya.

3. Deposito/Investasi Khusus (Terikat)

Bank syariah juga menawarkan rekening investasi khusus kepada nasabah yang ingin menginvestasikan dananya langsung dalam proyek yang disukainya yang dilaksanakan oleh bank dengan prinsip mudharabah

⁷⁷ Ashari, A., & Hidayat, A. "Pelaksanaan Qardh Beragun Emas (Studi Pada Bprs Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran)". *Prosiding Pengabdian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, (2023), 1(1), 7-13.

⁷⁸ Siregar, Nurul Farizka, and Mustapa Khamal Rokan. "Strategi Service Exellent Pada Pendanaan Syariah Di Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Stabat." *PRAJA observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik (e-ISSN: 2797-0469)* 2.03 (2022): 57-69.

muqayyadah. Dalam mudharabah muqayyadah bank menginvestasikan dana nasabah kedalam proyek yang diinginkan nasabah. Jangka waktu investasi dan bagi hasil disepakati bersama dan hasilnya langsung berkaitan dengan keberhasilan proyek yang dipilih.

4. Sukuk Al Mudharabah

Akad mudharabah juga dapat dimanfaatkan oleh bank syariah untuk menghimpun dana dengan menerbitkan sukuk yang merupakan obligasi syariah. Dengan obligasi syariah, bank mendapatkan alternatif sumber dana berjangka panjang (lima tahun atau lebih) sehingga dapat digunakan untuk pembiayaan-pembiayaan berjangka panjang.

d. Pendanaan dengan Prinsip Al Ijarah

Akad ijarah dapat dimanfaatkan oleh bank syariah untuk menghimpun dana dengan menerbitkan sukuk yang merupakan obligasi syariah. Dengan obligasi syariah, bank mendapatkan alternatif sumber dana berjangka panjang (lima tahun atau lebih) sehingga dapat digunakan untuk pembiayaan-pembiayaan berjangka panjang⁷⁹

2.4. Model CARTER

Model CARTER ialah alat ukur yang digunakan untuk memperjelas serta mengukur kualitas pelayanan pada bank syariah dan membuat alat pengujian yang berkualitas termasuk penerapan hukum Islam dan semua prinsip SERVQUAL lima dimensi sebagaimana dijelaskan di atas. Kedua model tersebut baik CARTER ataupun SERVQUAL memperjelas kepuasan nasabah sebagai pelayanan yang dapat dilihat, Dimana gap atau perbandingan dari pelayanan yang diharapkan oleh nasabah dengan persepsi dari pelayanan

⁷⁹ Sakti, Lanang, and Nadhira Wahyu Adityarani. "Tinjauan hukum penerapan akad ijarah dan inovasi dari akad ijarah dalam perkembangan ekonomi syariah di Indonesia." *Jurnal Fundamental Justice* (2020): 39-50.

yang diterima nasabah saat itu juga.⁸⁰

Othman dan Owen (2001) mengembangkan model pengukuran kualitas jasa untuk mengukur kualitas jasa yang dijalankan dengan prinsip syariah, khususnya bisnis perbankan syariah. Model ini disebut sebagai Model CARTER. Model CARTER merupakan suatu pengukuran kualitas layanan perbankan syariah dengan 6 dimensi yaitu: compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, dan responsiveness, yang secara keseluruhan terdiri dari 34. Sehingga dapat diketahui bahwa perbedaan pengukuran kualitas pada model SERVQUAL milik Parasuraman dan model CARTER terletak pada dimensi Compliance. Dimensi Compliance ini memiliki arti kemampuan dari perusahaan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam.⁸¹

Abdullrahim (2010) melakukan penelitian dengan mengadopsi model CARTER untuk meneliti service quality. Penelitian ini mengambil lokasi di 10 kota yang memiliki tingkat pertumbuhan umat muslim yang pesat di Inggris, diantaranya London, Birmingham, Manchester, Nottingham, Leicester, Coventry, Derby, Peterborough, Loughborough dan Luton. Penelitian tersebut menggunakan kuesioner yang didistribusikan kepada 350 nasabah bank Islam di Inggris. Dalam penelitian ini didapatkan kesimpulan bahwa dimensi kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pada Islamic Bank di Inggris terdiri dari 5 faktor. Faktor pertama, Responsiveness merupakan faktor paling besar yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah diantara faktor lainnya dengan prosentase sebesar 16,47%. Faktor kedua, Credibility meliputi kepercayaan nasabah terhadap bank, reputasi dan kejujuran bank dalam operasionalnya sehingga secara personal dapat mempengaruhi contact person antara bank dengan nasabah sebesar 15,95%. Faktor ketiga, Islamic Tangible meliputi aspek fisik bank sebesar 11,57%. Faktor keempat Accesibiity meliputi kemudahan akses jasa dan ketepatan waktu dalam melakukan layanan jasa, sebesar 10,96% dan terakhir Bank Image meliputi reputasi bank

⁸⁰ Sulastri, Uphe, Sissah Sissah, and Agustina Mutia. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Kuala Tungkal". Diss. Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, (2022): Hal 12.

⁸¹ *Ibid*

secara proaktif dapat mempengaruhi psikis nasabah, sebesar 10,08%.⁸²

Model CARTER merupakan salah satu model yang dikembangkan oleh Othman dan Owen (2001) untuk mendefinisikan dan mengukur kualitas layanan perbankan Islam dan berguna sebagai alat penilaian kualitas. Model ini dibentuk karena model SERVQUAL yang telah ada sebelumnya dirasa kurang cocok untuk diterapkan bagi perbankan syariah yang dikarenakan terdapat unsur sharia compliance yang harus dijalankan oleh perbankan syariah dalam menjalankan operasionalnya sebagai bank yang menerapkan prinsip Islam disamping juga mengikuti prinsip-prinsip ekonomi.⁸³

Oleh karena itu, jika pada model SERVQUAL menggunakan lima dimensi dalam pengukuran kualitas jasanya yaitu assurance, reliability, tangible, empathy dan responsiveness, maka pada model CARTER menggunakan enam dimensi dalam pengukurannya yaitu dengan menambahkan unsur kepatuhan syariah (sharia compliance). Keenam dimensi tersebut kemudian dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut⁸⁴:

1. *Compliance* (Kepatuhan)

Dimensi ini menunjukkan kemampuan bank dalam memenuhi prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan seluruh operasionalnya. Hal ini dapat dilihat dengan tidak adanya pembayaran dengan riba atau bunga baik dalam produk tabungan maupun pembiayaannya. Serta tidak melakukan investasi pada kegiatan yang diharamkan dalam Islam seperti usaha perdagangan minuman keras, judi dan prostitusi.

2. *Assurance* (Jaminan)

⁸² Amira, Nadia Bella. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bank Central Asia Syariah Di Yogyakarta Dengan Pendekatan Model Carter." (2019), hal 20.

⁸³ Khaliq, Restu. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan." *Relevance: Journal of Management and Business* 2.1 (2019), hal 180.

⁸⁴ Aris SaputraT., RohmanM., Kholili., & Umam. "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Model Carter Di Bprs Bhakti Sumekar Cabang Tlanakan". *Prosiding*, (2023). 1(1), 70-80.

Dimensi ini mendeskripsikan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa percaya Nasabah kepada perusahaan. Dengan adanya pengetahuan dan kesopanan para karyawan dapat menimbulkan etika komunikasi baik yang diperlukan perusahaan, sehingga ketika dalam menawarkan produk mereka tidak melakukan manipulasi yang dapat menumbuhkan kepercayaan dari nasabahnya.

3. *Reliability* (Kehandalan)

Reliability merupakan kemampuan untuk memberikan jasa atau pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya, sehingga nasabah akan memberikan kesan bahwa kinerja bank tersebut terjamin dan amanah, tepat, serta memberikan kemudahan-kemudahan bagi nasabahnya.

4. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan penampilan fisik, peralatan, personel dan materi komunikasi serta dapat juga berkenaan dengan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Bukti fisik merupakan tampilan fisik dari bank yang akan menunjukkan identitasnya sekaligus sebagai pendorong awal dalam menciptakan persepsi nasabah terhadap bank tersebut.

5. *Empathy* (Empati)

Empati adalah kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian bagi nasabah. Bank diharapkan memiliki pengertian serta pengetahuan yang tinggi tentang nasabahnya, memahami kebutuhan nasabah dengan spesifik, dan memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabahnya.

6. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Ketanggapan adalah kemampuan untuk membantu nasabah dan memberikan jasa dengan cepat ditambah dengan pemberian informasi yang jelas. Hal ini dapat dilihat ketika bank syariah mampu menyelesaikan keluhan-

keluhan nasabahnya dengan tanggap dan tepat akan berpengaruh kepada kepuasan nasabahnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Aliah, Putri. "Faktor Penyebab Mahasiswa Perbankan Syariah Belum Bertransformasi dari Bank Konvensional ke Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2017 IAIN Batusangkar)." (2021).
- Amira, Nadia Bella. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bank Central Asia Syariah Di Yogyakarta Dengan Pendekatan Model Carter." (2019): hal 29.
- Andreas, Caesar, and Tri Yuniati. "Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 5.5 (2016): hal 4-5.
- Andriyani, Yulya Putri, and Winda Evyanto. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Vizta Alpha Prakarsa Batam." *eCo-Buss* 5.3 (2023):hal 1002-1013.
- Apriyani, Dwi Aliyyah, and Sunarti Sunarti. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo)*. Diss. Brawijaya University,(2017).
- Aris SaputraT., RohmanM., Kholili.,& Umam. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Model Carter Di Bprs Bhakti Sumekar Cabang Tlanakan. *Prosiding*, 1(1), (2023): 70-80.
- Ashari, A., & Hidayat, A..”Pelaksanaan Qardh Beragun Emas (Studi Pada Bprs Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran)". *Prosiding Pengabdian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, (2023):hal 7-13.
- Asih, Mir Atul Windu.” Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan tadhabur pada BPRS

- Lantabur Tebuireng Jombang”. Diss. IAIN Kediri, (2023):hal 19.
- Aulia Gusvita, Syifaus Salwa, “Analisis Penerapan Strategi Bauran Manajemen Pemasaran Terhadap Produk Tabungan Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Penabung Pada Bank Syariah Indonesia (BSI)”,(2023): Vol. 4, No.1
- Baidhowi, Muhammad Mujib, Hotman Hotman, And Siti Amalia Eriyanti. "Analisis Etika Pemasaran Islam Pada Bank Syariah (Studi Pada BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat." JEKSYAH (Islamic Economics Journal) 1.02 (2021): 55-64.
- Bank Syariah Indonesia. “Sejarah Bank Syariah Indonesia”. <https://www.bankbsi.co.id/>. Diakses Pada 1 April 2023.
- Danupranata, Gita Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah/Gita Danupranata - Jakarta: Salemba Empat, 2013.ISBN 978-979-061-330-0. Diakses Pada Minggu, 4 Desember 2022
- Depertemen Pendidikan Dan Kebudayaan Nasional. “Kamus Besar Bahasa Indonesia”.(Jakarta: Balai Pustaka 1996) Hal. 747, (Di Akses Pada Minggu, 4 Desember 2022).
- Dewi Anggadini, Sri. "Mekanisme Pengawasan Dewan Pengawas Syariah dan Bank Indonesia terhadap Bank Syariah." Majalah Ilmiah UNIKOM (2014).
- Dewi, Dewi, Chalil Chalil, and Syamsul Bachri Daeng Parani. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt.Mandala Multi Finance Cabang Palu." Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT) 3.2 (2017): 151-158.
- Fisabilillah, Yakub, and Muhammad Roisul Basyar. "Manajemen Pelayanan Administrasi Kependudukan Di Kelurahan Kebraon Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya." Praja Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik (e-ISSN: 2797-0469) 3.02 (2023): 18-25.
- Hamdi, Muhammad Rafii Persepsi Nasabah Bank Konvensional Di

Banjarmasin Terhadap Bank Syariah. Skripsi, Ekonomi Dan Bisnis Islam.

Hartini, Sri. "Hukum Islam Bagi Masyarakat Dalam Hubungan Akad Antara Nasabah Dengan Bank Syariah." *YUSTISI* 2.2 (2015): 46.

Haryanto, M. M., and D. R. Rudy. "Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)." (2020).

Karmayani, K., Nurzianti, R., & Pasarela, H..”Tingkat literasi perbankan syariah di kalangan mahasiswa”. *Jurnal Inovasi Penelitian*, (2023): 3(9), 7539- 7550.

Khaliq, Restu. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan." *Relevance: Journal of Management and Business* 2.1 (2019): hal 180.

Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran “Analisis Perencanaan Implementasi Dan Pengendalian”, Alih Bahasa A.B Susanto, Jilid 1. Cakarta: Salemba Empat, 2000, Hlm. 340. (Di Akses Pada Minggu, 4 Desember 2022)

Marsya Surinabila, Wanda Diah Pratiwi, Rahmawati, Krisna Ayuningtyas, Sri Rahayu,Budiandru, Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Membuka Rekening Bank BSI Di Lingkup Mahasiswa UHAMK, *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, ,(2023): hal 2429,Vol.2, No.6.

Maulana, Reza, Yoki Firmansyah, and Hairil Azwan. "Sistem Informasi Pelayanan Donatur Pada Komunitas 1000 Guru Kalbar Berbasis Website." *Informatika* 11.2 (2019): 24-30.

Egit, “Operational Staff”, Wawancara, 30 Maret 2023

Nugraha, Rizal, Ambar Harsono, and Hari Adianto. “Usulan peningkatan kualitas pelayanan jasa pada bengkel “x” berdasarkan hasil matriks kepentingan- kinerja analisis.” *Reka Integra* 1.3 (2013):hal 223.

Pasal Ayat (1)Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang

Perbankan Syariah. Bahwa “Perbankan Syariah Adalah Segala Sesuatu Yang Menyangkut Tentang Bank Syariah Dan Unit Usaha Syariah, Mencakup Kelembagaan, Kegiatan Usaha, Serta Cara Dan Proses Dalam Melaksanakan Kegiatan Usahanya.

Pohan, Selamat. "Peranan Penggunaan Agunan Di Bank Islam Hubungannya Dengan Sistem Operasional Perbankan Syariah Di Medan." *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam* 8.2 (2017): 120-146.

Prof. Dr. Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D), (Bandung, 2017), Hal 2 Cetakan Ke-26, ISBN 979-843-64-0. (Diakses Pada 11 Febuari 2023)

PUTRI, Kadek Indri Novita Sari; NURCAYA, I Nyoman. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Nasabah D&I Skin Center Denpasar. *E-Jurnal Manajemen* , [SI], V.2, N. 8 Juli 2013. ISSN 2302-8912. (Di Akses Pada Minggu, 4 Desember 2022)

Risalatun, Nisa. Implementasi Pemberian Kupon Dalam Akad Ijarah Asset To Be Leased Pada Produk Sukuk Negara Ritel Sr-009 Perspektif Fiqih Muamalah (Studi Di Bank Syariah Indonesia Kc Bandar Lampung Kedaton). Diss. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022.

Rohaeni, Heni, and Nisa Marwa. "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah." *Jurnal Ecodemica* 2.2 (2018): 312- 318.

Ryandono, Muhamad Nafik Hadi, and Rofiul Wahyudi. *Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah dan Praktek*. UAD PRESS, 2021.

Sakti, Lanang, And Nadhira Wahyu Adityarani. "Tinjauan Hukum Penerapan Akad Ijarah Dan Inovasi Dari Akad Ijarah Dalam Perkembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia." *Jurnal Fundamental Justice* (2020): 39-50.

Setiawan, Ajis, Nurul Qomariah, and Haris Hermawan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia* 9.2 (2019): 114-126.

- Setiawan, Iwan. "Penerapan gadai emas pada bank syariah perspektif hukum ekonomi islam." *Al-Daulah: Jurnal Hukum Dan Perundangan Islam* 6.1 (2016).
- Sinaga, F. And Pantiyasa, IW (2020) "Pengaruh Service Quality Dan Sustainable Event Terhadap Kepuasan Pesreta Event Gathring Di Bali: IFBEC (Indonesian Food And Beverage Excutive Club/Asositaion) Bali", *Jurnal Ilmiah Hospitality Management* ,10(2), Hal.151-174.
- Siregar, Nurul Farizka, And Mustapa Khamal Rokan. "Strategi Service Exellent Pada Pendanaan Syariah Di Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Stabat." *Praja Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik* (E-ISSN: 2797-0469) 2.03 (2022): 57-69..
- Sugiarti, Dian, and Any Meilani. "Dimensi Carter Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia: Studi Komparatif Sebelum dan Setelah Merger." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7.3 (2021): 1696-1704.
- Sulastri, Uphe, Sissah Sissah, And Agustina Mutia. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Kuala Tungkal. Diss. Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2022.
- Supriyadi, Ahmad , "Bank Syariah dalam Perspektif Filosofis, Yuridis dan Sosiologis Bangsa Indonesia". *MALIA*, (2017), Vol. 1.
- Susanto, N. M. H., & Setyowati, R. D, "Analisis Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Soetta Ponorogo". *WADIAH*, (2023), 7 (1), 1-20.
- Sussanti, Sussanti. "Kualitas Pelayanan Pembuatan Surat Keterangan Pindah Kependudukan Di Kantor Kelurahan Tatura Utara Kecamatan Palu Selatan Kota Palu." *Jurnal Administrator* 3.2 (2021): 71-77.
- Sutan Remy Sjahdeini, S. H. Perbankan Syariah: Produk-produk dan aspek-aspek hukumnya. Kencana, 2018.

- Ulfa, A. (2021). "Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah Di Indonesia". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.7, No.2 (2021), 1101-1106, ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534.
- Unawaroh, M.. Pengaruh Tabungan Wadi'ah, Giro Wadi'ah Dan Beban Bonus Wadi'ah Terhadap Laba Bersih Bank Muamalat Periode 2013-2021 (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember). (2023)
- Undang-undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan Syariah. Diakses pada 1 April 2023.
- Undang-undang No. 6 Tahun 2011 tentang Perbankan Syariah.
- Wahyuningsih, Nining, and Nurul Janah. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat." *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah* 10.2 (2018): 295-314.
- Wibowo, M. (2010). Perilaku Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Kopwan Syariah. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, Vol.1, No. 1.
- Witara, Ketut. Cara singkat memahami sistem manajemen mutu iso 9001: 2015 dan implementasinya. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
- Wiyono, Wiwin Muchtar. Rekonstruksi Isi Akad Pembiayaan Mudharabah Pada Perbankan Syariahberbasis Nilai Keadilan. Diss. Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2020.
- Wulansari, A. S., Soelistyo, A., & Arifin, Z. Analisis Perbandingan Rasio Kesehatan Bank Terhadap Kinerja Keuangan ada Bank Konvensional Dan Bank Syariah *Journal Of Financial Economics & Investment*, (2023). 3(1), 24–33.