

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Etika Bisnis Islam**

##### 1. Pengertian Etika Bisnis

Etika bisnis adalah seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi untuk mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat atau sesuai dengan yang diharapkannya.

Dengan demikian, maka belajar etika bisnis berarti *learning what is right or wrong* yang dapat membekali seseorang untuk berbuat *the right thing* yang didasari oleh ilmu, kesadaran, dan kondisi yang berbasis moralitas. Namun terkadang etika bisnis dapat berarti juga etika manajerial (*menegement ethics*) atau etika organisasional yang disepakati oleh sebuah perusahaan.

Selain itu etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: KENCANA, 2006), Hlm 17

## 2. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Quran dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnisnya. Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih.

Etika atau akhlak mempunyai kedudukan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, baik sebagai individu anggota masyarakat maupun anggota suatu bangsa. Kemuliaan umat di muka bumi tergantung akhlak mereka, dan kerusakan di muka bumi tidak lain juga disebabkan oleh kebejatan akhlak manusia itu sendiri. Kehidupan manusia memerlukan moral, tanpa moral kehidupan manusia tidak mungkin berlangsung.

## 3. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami. Dijelaskan sebagai berikut<sup>12</sup> :

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.

---

<sup>12</sup> Erly Juliyani, *Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam*, Jurnal Ummul Qura Vol VII, No.1 Maret 2016. Diakses pada tanggal 20 Agustus 2019 pukul 20.08.

- b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk bernama etika bisnis.
- c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Quran dan Sunnah.

## **B. Etika Pelayanan**

### **1. Pengertian Etika**

Etika tidak lepas dari kata *ethos* dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*). Dalam kata lain seperti dalam permaknaan dan kamus Webster berarti “*the distinguishing character, sentiment, moral nature, or guiding beliefs of a person, group, or institution*” (karakter istimewa, sentimen, tabiat moral, atau keyakinan yang membimbing seseorang, kelompok atau institusi).

Sementara *ethics* yang menjadi padanan dan etika, secara etimologi berarti *the discipline dealing with what is good and bad and with moral duty and obligation, ‘a set of moral principles or values’, a*

*theory or system of moral values.* Defisi lain tentang etika mengatakan sebagai *philosophical inquiry into the nature and grounds of morality.*

Dalam makna yang lebih tegas, yaitu kutipan dalam buku Kuliah Etika mendefinisikan etika secara terminologis sebagai berikut: *the systematic study of the nature of value concepts, good, bad, ought, right, wrong, etc. And of the general principles which justify us in applying them to anything, also called moral philosophy.* Artinya, bahwa etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.

Etika bagi seseorang terwujud dalam kesadaran moral (*moral consciousness*) yang memuat keyakinan ‘benar dan tidak’ sesuatu. Perasaan yang muncul bahwa ia akan salah bila melakukan sesuatu yang diyakininya tidak benar berangkat dari norma-norma moral dan perasaan *self-respect* (menghargai diri) bila ia meninggalkannya. Tindakan yang diambil olehnya harus ia pertanggungjawabkan pada diri sendiri. Begitu juga dengan sikapnya terhadap orang lain bila pekerjaan tersebut mengganggu atau sebaliknya mendapatkan pujian. Etika adalah norma manusia harus berjalan, bersikap sesuai nilai atau norma yang ada.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*,.....Hlm 4-6

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa etika adalah perilaku seseorang dalam menentukan sikap baik maupun buruk dalam aktifitas kehidupan sehari-harinya. Bahwa ada dua macam etika yaitu<sup>14</sup> :

- a. Etika deskriptif adalah etika yang menelaah secara kritis dan rasional tentang sikap dan perilaku manusia, secara apa yang dikejar setiap orang dalam hidupnya sebagai sesuatu yang bernilai. Artinya etika deskriptif tersebut berbicara mengenai fakta secara apa adanya, yakni mengenai nilai dan perilaku manusia sebagai suatu fakta yang terkait dengan situasi dan realitas yang membudaya.
  - b. Etika normatif adalah etika yang menetapkan berbagai sikap dan perilaku yang ideal dan seharusnya dimiliki oleh manusia atau apa yang seharusnya dijalankan oleh manusia dan tindakan apa yang bernilai dalam hidup ini. Jadi etika normatif merupakan norma-norma yang dapat menuntun agar manusia bertindak secara baik dan menghindarkan hal-hal yang buruk, sesuai dengan kaidah atau norma yang disepakati dan berlaku dimasyarakat.
2. Faktor Pembentukan Etika

Etika baik atau akhlak mulia itu tidak dapat dan terbentuk dengan sendirinya, tetapi ada faktor-faktor lain. Selain faktor ibadah, seperti yang dikemukakan oleh ahli Etika Bisnis Islam dari Amerika, Rafiq Issa Beekun mengungkapkan bahwa perilaku etika individu dapat

---

<sup>14</sup> Desy Astrid Anindya, *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delituakecamatan Delitua*, Jurnal At-Tawassuth, Vol. II, No.2, 2017: 389 – 412. Di akses pada tanggal 13 Juni 2019 pukul 10.29.

dipengaruhi oleh 3 (tiga) faktor, yaitu: interpretasi terhadap hukum, faktor organisasi, dan faktor individu dan situasi.

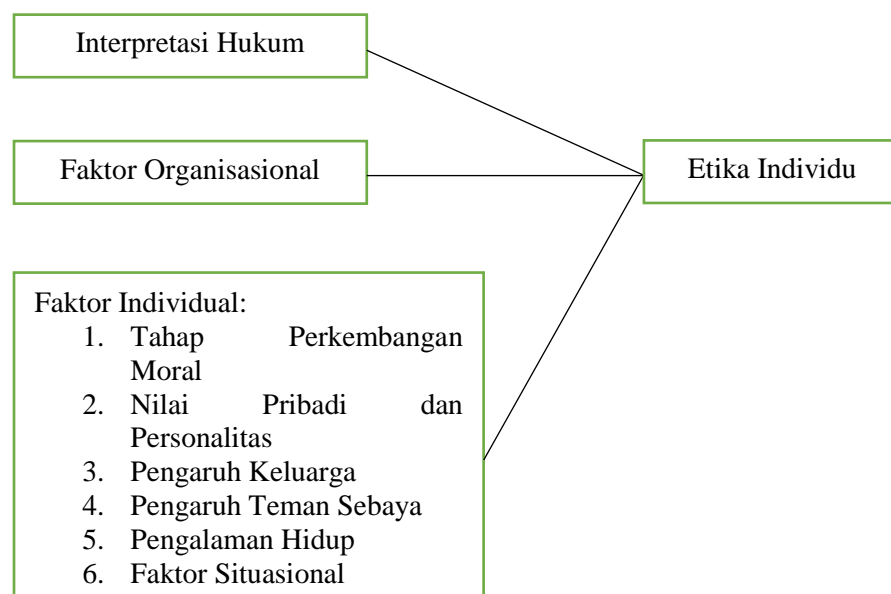
*Faktor Pertama*, adalah interpretasi terhadap hukum. Secara filosofi, sistem hukum dibentuk dengan tujuan untuk melindungi segenap jiwa dan raga manusia dari berbagai faktor yang dapat menghilangkan eksistensi manusia. Hukum akan hidup dan diyakini keberadaannya apabila dirasakan ada manfaatnya bagi manusia. Ketika hukum tersebut bertentangan dengan kepentingan manusia, maka ia dapat membahayakan eksistensinya dan tidak akan ditaati.

*Faktor Kedua*, adalah lingkungan atau organisasi dimana ia hidup. Tanpa masyarakat (lingkungan, orang tua, saudara, teman, guru, dan lainnya) kepribadian seorang individu tidak dapat berkembang, demikian pula halnya dengan aspek moral pada anak. Nilai-nilai moral yang dimiliki seorang anak lebih merupakan sesuatu yang diperoleh anak dari luar, ia akan merekam setiap aktivitas yang terjadi dilingkungannya yang lambat laun akan membentuk pola tingkah laku bagi kehidupannya di masa yang akan datang. Seorang karyawan akan terbentuk perilaku etisnya apabila organisasinya memang mempunyai ketentuan kode etik yang menjunjung tinggi etika bisnis.

*Faktor Ketiga*, adalah faktor individu. Hal-hal yang masuk ke dalam kategori ini antara lain: pengalaman batin seseorang yang juga merupakan faktor bagi terbentuknya perilaku etik bagi seseorang, misalkan seseorang anak yang terbiasa dengan suasana keluarga yang

harmonis akan membentuk perilakunya kelak menjadi seorang yang mencintai, peduli akan sesama, dan saling menghormati karena empatinya terbentuk oleh pengalaman hidupnya tersebut. Akan tetapi, sebaliknya apabila ia terbiasa dengan suasana yang tidak harmonis seperti orang tua yang sering bertengkar dan bagaimana perlakuan kasar ayahnya terhadap ibunya dapat menjadikan seorang anak laki-laki kelak sebagai seorang yang kasar (senang main pukul) atau bagi anak perempuan bahkan membenci ayahnya atau lebih ekstrem lagi ia akan membenci setiap laki-laki karena yang ada dalam benaknya adalah sosok laki-laki sebagai makhluk yang kasar dan tidak berbudi.<sup>15</sup> Faktor- faktor yang Mempengaruhi Perilaku Etis dalam Islam:

**Gambar 2.1**  
**Determinan Etika dalam islam<sup>16</sup>**



<sup>15</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, .....Hlm 59-62

<sup>16</sup>Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), Hlm. 5-13.

*Sumber: Rafik Issa Beekun, Etika Bisnis Islami,, 2004.*

- a. Interpretasi Hukum. Dalam masyarakat sekuler, interpretasi hukum didasarkan pada nilai-nilai dan standar kontemporer yang seringkali berbeda-beda, sementara dalam masyarakat islam nilai dan standar ini didasarkan pada syariat dan kumpulan fatwa fiqih.
- b. Faktor-faktor Organisasional. Organisasi juga dapat memberikan pengaruh terhadap cara berperilaku anggotanya, salah satu aspek kunci pengaruh organisasional adalah tingkat komitmen pemimpin terhadap nilai-nilai etis. Secara umum organisasi yang terlibat dalam bisnis yang halal dapat menerapkan perilaku etis melalui pengembangan kode etik islam.
- c. Faktor Individual
  - 1) Tahap perkembangan moral. Rasulullah SAW menyatakan bahwa setiap orang setidaknya menjalani dua tahap perkembangan moral, yaitu tahap minor atau tahap pra pubertas dan tahap kedewasaan. Hal ini nantinya akan mengarahkan pada perilaku dan interaksi etis seseorang ke tahap perkembangan jiwa yang menentukan ketaqwaannya sendiri, maka ia akan cenderung mudah atau malah sulit untuk berperilaku secara etis.
  - 2) Nilai-nilai pribadi dan kepribadian. Seseorang yang menekankan sifat jujur akan berperilaku baik dan sangat



berbeda dari orang yang tidak menghargai hak milik orang lain. Variabel kunci kepribadian yang mempengaruhi perilaku etis seorang individu adalah kemampuannya mengendalikan diri. Kemampuan ini akan mempengaruhi tingkat dimana ia memahami perilakunya sebagai sesuatu yang mempengaruhi kehidupannya.

- 3) Pengaruh keluarga. Implikasinya jika orang tua menginginkan anaknya mempunyai perilaku etis yang baik sesuai syariat, maka harus dibentuk dari kecil melalui contoh perilaku-perilaku yang baik dari orang tuanya.
- 4) Pengaruh teman sebaya. Jika seseorang mempunyai teman dengan perilaku yang baik, maka ia juga akan mengikutinya dengan mempunyai perilaku yang baik pula.
- 5) Pengalaman hidup. Baik positif maupun negatif, peristiwa-peristiwa penting akan mempengaruhi kehidupan seorang individu dan membentuk keyakinan dan perilaku etisnya.
- 6) Faktor situasional. Seseorang yang berperilaku tidak etis dalam situasi tertentu biasanya terhalang oleh suatu keadaan yang darurat.

### 3. Sumber-sumber Hukum Etika<sup>17</sup>

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ

---

<sup>17</sup> Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, (Jakarta: Al-Huda, 2005), Hlm. 670.

## وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهُ كَثِيرًا

Artinya: “*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah*”. (QS. Al-Ahzab: 21).

#### 4. Pelayanan Prima<sup>18</sup>

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Sementara pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah *excellent service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan. Instansi pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan. Pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau

---

<sup>18</sup> Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung : ALFABETA, 2012), Hlm 211

mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan), jadi pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan.

Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapaun pengertian mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya.

Keberhasilan bank dalam memberikan pelayanan prima kepada nasabah ditentukan oleh perilaku dan karakter petugas bank. Dalam persaingan yang semakin ketat dan era globalisasi dewasa ini, peranan petugas bank memegang peranan penting. Pelayanan adalah setiap kegiatan yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (nasabah).

Pelayanan dapat juga diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan manfaat bagi orang lain. Pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tak langsung.

Program pelayanan kepada pelanggan dengan bertitik tolak dari konsep kepedulian kepada konsumen terus dikembangkan sedemikian rupa, sehingga sekarang ini program layanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran untuk

memenangkan persaingan. Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pola layanan terbaik yang disebut sebagai pelayanan prima. Kata pelayanan prima dalam dunia bisnis biasa dikenal sebagai *service excellence*.

Pelayanan prima dapat diartikan sebagai kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka setia kepada perusahaan. Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyesuaian kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab dalam pelaksanaannya.

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan pada sektor swasta tentunya pelayanan selalu bertujuan atau berorientasi keuntungan perusahaan. Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan perusahaan kepada masyarakat sebagai pelanggan dan acuan untuk mengembangkan standar pelayanan.

#### 5. Konsep Pelayanan Prima

Pada awalnya konsep pelayanan prima timbul dari kreativitas para pelaku bisnis yang kemudian diikuti dengan organisasi nirlaba dan instansi pemerintah. Budaya pelayanan prima dapat dijadikan acuan

dalam berbagai aspek kehidupan. Ada enam faktor pelayanan prima, yaitu<sup>19</sup> :

a. *Ability* (kemampuan)

Suatu pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan penguasaan pengetahuan tentang bidang kerja yang ditekuni, pada konteks ini seluruh pegawai bank syariah harus memahami apa yang dimaksud dengan bank syariah serta seluruh produk bank syariah tersebut, melakukan komunikasi efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan sarana *public relation* sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan ke luar perusahaan.

b. *Attitude* (sikap)

Perilaku, sikap dan tingkah laku yang harus ditonjolkan oleh pegawai ketika menghadapi pelanggan. Seorang pegawai bank terutama yang berada di petugas pelayanan terdepan seperti *customer service* dan *teller* harus mampu menghadapi pelanggan dengan senyuman.

c. *Appearance* (penampilan)

---

<sup>19</sup> *Ibid* Hlm 215

Penampilan seorang pegawai bank baik yang bersifat fisik saja maupun non fisik mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas perusahaan oleh konsumen.

d. *Attetion* (perhatian)

Karyawan harus mampu memberikan kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.

e. *Action* (tindakan)

Karyawan harus mampu memberikan berbagai kegiatan nyata yang harus diberikan dalam memberikan pelayanan prima kepada konsumen.

f. *Accountability* (pertanggungjawaban)

Suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

6. Etika Pelayanan

Etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk yang dianut oleh masyarakat. Ada yang merupakan etiket artinya kumpulan tata cara dalam pergaulan. Kata etiket berasal dari Perancis (*etiquette*) yang berarti kartu undangan. Akhirnya perkataan *etiquette* diartikan sebagai ketentuan yang mengatur tindak dan gerak manusia dalam pergaulan di masyarakat, seperti penampilan, cara berbicara, cara

berpakaian, sopan santun dan lain-lain. Strategi pemasaran perbankan hendaklah diimplementasikan secara konsisten atau bijaksana, serta tetap berpegang teguh kepada ketentuan-ketentuan atau aturan main yang sudah ditetapkan oleh Bank Indonesia. Manajemen perbankan harus menganut sistem manajemen terpadu dan terbuka dan tidak merugikan kepada nasabah.

Etika perbankan adalah bagaimana proses aktivitas pemasaran kebijakan secara benar, adil, dan berpegang teguh kepada nilai-nilai dalam berbisnis. Proses pengambilan keputusan harusnya merupakan hasil dari *problem solving* dengan para stafnya dengan keahlian dan latar belakang yang berbeda. Dalam melakukan transaksi atau jasa bank berpegang pada prosedur atau mekanisme yang telah ditetapkan. Jauhkan unsur-unsur kepentingan pribadi atau kelompok, bank untung nasabah pun puas.

Etika pelayanan adalah perilaku petugas bank terutama petugas pelayanan (*customer service*) dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen/nasabah. Etika pelayanan bertitik tolak pada perilaku petugas bank dalam berbagai lini dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan memperhatikan mana yang baik mana yang buruk, mana yang benar mana yang salah.<sup>20</sup>

Ciri – ciri etika pelayanan perbankan yang prima adalah:

- a. Memiliki personil yang profesional dan bermoral

---

<sup>20</sup> *Ibid*, Hlm 208

Para manajer dan petugas bank harus memiliki kemampuan keterampilan aspek-aspek bisnis perbankan. Khususnya petugas yang bertugas melayani nasabah (*customer servive*) menguasai manfaat produk, mampu membuat nasabah mengerti dan tertarik untuk membelinya. Petugas bank harus pandai memikat, cepat tanggap, sehingga nasabah semakin tertarik, yang tak kalah pentingnya adalah etika pelayanan seperti ramah dan sopan santun yang menyenangkan nasabah. Di samping karyawan memiliki profesionalisme tinggi, juga harus bermoral dalam arti beriman dan jujur, serta mengetahui dan mengamalkan mana yang benar dan mana yang salah.

b. Memiliki sarana dan prasarana yang meyakinkan

Untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah, disamping faktor manusianya hendaklah harus didukung oleh sarana fisik tertentu dan segala perlengkapannya.

c. Responsive (Tanggap)

Petugas bank harus mau dan mampu melayani dengan tanggap dan cepat tanpa iming-iming tertentu. Karyawan harus tanggap menghadapi keadaan atau keluhan nasabah, mempunyai kepedulian terhadap kesulitan nasabah. Cepat artinya melayani nasabah dalam waktu yang singkat, tidak bertele-tele. Misalkan nasabah yang kelihatan kesulitan dalam menulis slip transaksi, maka petugas bank harus tanggap untuk membantunya.



d. Komunikatif

Dalam memberikan penjelasan dapat dimengerti oleh nasabah. Bicaralah yang jelas, lugas, mudah dipahami dan menyenangkan nasabah. Tanpa diminta petugas bank harus siap berkomunikasi dengan nasabah.

e. Memiliki perilaku dan penampilan simpatik

Perilaku simpatik yang harus ditunjukkan oleh petugas bank antara lain, tidak saling menyalahkan nasabah tidak suka berdebat, tidak cepat jengkel atau emosi dan memperhatikan air muka yang jernih dan tidak suka bicara kasar. Petugas bank harus mampu mempunyai tutur kata yang santun, sekalipun nasabah yang dihadapi adalah nasabah yang terlalu banyak permintaan atau terlalu banyak bertanya.

f. Memiliki penampilan dan bicara yang meyakinkan

Penampilan karyawan dengan sopan santunya berbicara dan dapat dipercaya. Sedikit kepercayaan adalah modal utama dalam menciptakan kepuasan nasabah. Cara berpakaian adalah salah satu aspek penampilan yang dapat menimbulkan kepercayaan dari nasabah. Seragam yang dikenakan oleh karyawan Bank Muamalat

Indonesia merupakan salah satu aspek penampilan yang mampu membedakan Bank Muamalat Indonesia dengan bank lainnya.<sup>21</sup>

### C. Penerapan Nilai Islam

#### 1. Pengertian Nilai

Nilai merupakan sesuatu yang abstrak, ideal, dan menyangkut persoalan keyakinan terhadap yang dikehendaki, dan memberikan corak pada pola pikiran, perasaan, dan perilaku. Dengan demikian, untuk melacak sebuah nilai harus melalui sebuah pemaknaan terhadap kenyataan lain berupa tindakan, tingkah laku, pola pikir, dan sikap seseorang atau sekelompok orang. Nilai merupakan tolok ukur bagi tingkah laku manusia dalam kehidupan individu dan sosial kemasyarakatan. Ia (nilai) mendandung potensi sebagai kontrol, pengendali, pengawas yang mengarahkan perkembangan masyarakat, bahkan mengandung potensi rohaniah untuk melestarikan eskistensi masyarakat.

Sebagai sebuah konsep abstrak, nilai selalu berkaitan erat dengan aktivitas sosial, politik, budaya, ekonomi maupun aktifitas lainnya. Dengan demikian, nilai sebagai sebuah pegangang yang membentuk pandangan dunia (*word view*) manusia dapat mengarahkan hidupnya dalam memenuhi hajatnya secara wajar, sesuai dengan fitrahnya tanpa

---

<sup>21</sup> Samhi Muawan Djamal, *Penerapan Nilai-Nilai Ajaran Islam Dalam Kehidupan Masyarakat Di Desa Garuntungan Kecamatan Kindang Kabupaten Bulukumba*, Jurnal Adabiyah Vol. 17 Nomor 2/2017, diakses pada tanggal 16 Juli 2019 pada pukul 10.52

menepikan apalagi menafikan hak-hak dan kewajiban sosial disamping hak dan kewajiban individual.

Secara definitik, nilai merupakan asumsi-asumsi abstrak dan sering tidak disadari tentang hal-hal yang benar dan hal-hal yang penting. Memandang nilai sebagai kesadaran yang secara relative berlangsung dengan disertai emosi terhadap objek, ide dan perorangan.

Secara bebas dapat diterjemahkan bahwa nilai merupakan kepercayaan yang menetap yang lebih disukai sebagai cara bertindak (*mode of conduct*) atau mencapai tujuan (hidup) baik secara individual atau sosial dari pada cara-cara yang sebaliknya atau yang bertentangan.<sup>22</sup>

## 2. Nilai-nilai Islam

Nilai-nilai islam merupakan sifat-sifat dari ajaran islam yang penting atau berguna bagi kemanusiaan yang tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan manusia serta manusia dengan alamnya. Nilai-nilai yang dimaksud tersebut adalah yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadist serta nilai-nilai islam ini sangat penting diterapkan dalam ekonomi dan bisnis islam.

Ekonomi yang diperlukan dalam konteks ini adalah paradigma yang melanggengkan survivalitas kearifan dan kebijakan lokal (*local wisdom*), paradigma ekonomi yang dapat mengembangkan pendekatan yang lebih memperhatikan moralitas manusia dan melahirkan

---

<sup>22</sup> Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2007), Hlm 70-72

“moralisasi sistem ekonomi”, rohaniyah dan jasmaniah dan paradigma yang mampu merekonstruksi bangunan keilmuan yang holistik yang bersumber dari wahyu (agama), akal dan alam (Muhammad, 2003).

Salah satu paradigma ekonomi yang memperoleh apresiasi secara luas dalam beberapa dasawarsa belakangan ini adalah paradigma islam. Paradigma ini muncul sebagai alat untuk menerobos sains (ilmu ekonomi) positivistik. Jika positivistik hanya mengenal realitas materi, maka paradigma islam mengenal realitas materi dan realitas lain (*the others*) yang melampaui materialisme yaitu realitas spiritual.

Dalam praktek ekonomi dan perbankan Islam, dua realitas (material dan spiritual) tersebut bersifat *mutually inclusive*, bersumber dari wahyu dan akal wahyu. Wahyu dalam islam merupakan sumber ilmu pengetahuan dan sekaligus penuntun (*guide*) dalam kehidupan manusia. Karena itu, wahyu merupakan emanasi kebenaran yang bersumber dari Kebenaran sejati. Ia (wahyu) mengandung penjelasan bagi maksud-maksud, prinsip-prinsip dan ketentuan-ketentuan hukum yang harus dipegang teguh untuk sampai kepada tujuan wujud, maksud-maksud perbuatan dan hubungan manusia.

Inti daripada apa yang diberikan wahyu adalah penjelasan untuk hubungan kemanusiaan kepada Allah, manusia dengan manusia dan manusia dengan alam. Sementara akal merupakan instrumen untuk mencapai pengetahuan, alat untuk mempersepsi, memahami,

mengamati, menerima, membedakan dan menimbang maslahat dan *mufasadat*.

Akal dipandang sebagai media manusia untuk melakukan tanggung jawab wujud dan perbuatan dalam dunia fisik dan kehidupan, pengarah dan pendorong untuk sampai pada pemahaman posisi dan tujuan kehidupan manusia (*maqasid al insan lil ayat*) serta untuk menggali pengetahuan metafisik dan penerimaan terhadap risalah wahyu.

Dengan sifat dan cara pandang yang demikian, paradigma Islam memiliki kekuatan dalam mentransformasi ekonomi dan akuntansi positivisme menjadi ekonomi dan akuntansi sebagai ilmu dan praktek yang memiliki warna lain. Ilmu ekonomi sebagai disiplin ilmu yang tidak semata-mata dipandang sebagai instrumen ilmu dan bisnis untuk tujuan realitas material, melainkan juga sebagai instrumen yang dapat digunakan untuk menstimulasi bangkit dan hidupnya kesadaran ke Tuhanan (kesadaran spiritual) dan kesadaran ekologis.

Paradigma islam sebagaimana dikemukakan diatas, tidak lagi menjadi sebuah wacana sebagaimana yang selama ini diperdebatkan banyak pihak. Dari kalangan sarjana Muslim berhaluan neomodernis seperti dipelopori Fazlur Rahman dan Parvez Hoodhboy menentang apresiasi gagasan islamisasi sains (ekonomi) yang dilakukan oleh Islail Raji al Faruqi dan para pendukungnya, Namun dalam kenyataannya kini ekonomi Islam eksis dan mampu menunjukkan eksistensi yang bagus di tengah-tengah percaturan ekonomi global.

Ilmu ekonomi islam bahkan dipandang mampu menunjukkan kekuatan tranformatifnya dalam mewarnai perkembangan realitas ekonomi moderen. Karena itu, tidak mengherankan jika ilmu dan praktek ekonomi islam memperoleh apresiasi yang semakin luas, tidak saja dari lingkungan masyarakat dan mayoritas masyarakatnya islam, tetapi juga di negara-negara yang masyarakat islamnya minoritas seperti di negara-negara Barat.<sup>23</sup>

Ekonomi islam didasarkan atas nilai-nilai universal, nilai-nilai tersebut diantara sebagai berikut:

a. Tauhid (keesaan Tuhan)

Tauhid merupakan fondasi ajaran islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa “Tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah”, dan tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya, selain dari pada Allah, karena Allah adalah pencipta alam semesta dan isinya sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu, Allah adalah pemilik hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk memiliki sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka.

Dalam islam, segala sesuatu yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia, tetapi memiliki tujuan. Tujuan diciptakannya manusia adalah untuk beribadah kepada-Nya. Karena itu segala aktivitas

---

<sup>23</sup> *Ibid*, Hlm 23-26

manusia dalam hubungannya dengan alam dan sumber daya manusia (mu'amalah) di bingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah. karena kepada-Nya manusia akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis.

b. 'Adl (keadilan)

Allah adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifat-Nya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara zalim. Manusia sebagai khalifah di muka bumi harus memelihara hukum Allah di bumi, dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat manfaat daripadanya secara adil dan baik. Dalam banyak ayat, Allah memerintahkan manusia untuk berbuat adil. Islam mendefinisikan adil sebagai “tidak menzalimi dan tidak dizalimi”. Implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan terkotak-kotak dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan menzalimi golongan yang lain, sehingga terjadi eksploitasi manusia terhadap manusia. Masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar daripada usaha yang dikeluarkannya karena kerakusannya.

c. Siddiq (jujur)

Sifat *siddiq* (benar, jujur) yang harus menjadi visi hidup setiap muslim karena hidup kita berasal dari Yang Maha Benar, maka kehidupan di dunia pun harus dijalani dengan benar, supaya kita dapat kembali pada pencipta kita, Yang Maha Benar. Dengan demikian, tujuan hidup muslim sudah terumus dengan baik dari konsep siddiq ini, muncullah konsep turunan khas ekonomi dan bisnis yang efektivitas (mencapai tujuan yang tepat, benar) dan efisiensi (melakukan kegiatan dengan benar, yakni menggunakan teknik dan metode yang tidak menyebabkan kemubaziran. Karena kalau mubazir berarti tidak benar).

d. Amanah (tanggung jawab)

Amanah (tanggung jawab, dapat dipercaya) menjadi misi hidup setiap muslim. Karena seorang muslim hanya dapat menjumpai Sang Maha Benar dalam keadaan ridha dan diridhai, yaitu manakala menepati amanat yang telah dipikulkan kepadanya. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap individu muslim. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggungjawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

e. Fathonah (kebijaksanaan)



Sifat fathonah dapat dipandang sebagai *strategi* hidup setiap muslim. Karena untuk mencapai Sang Maha Benar seorang muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh-Nya. Potensi yang paling berharga dan termahal yang hanya diberikan kepada manusia adalah akal (intelektualita). Implikasi ekonomi dan bisnis dari sifat ini adalah bahwa segala aktivitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdasan dan pengoptimalan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Jujur, benar, kredibel dan bertanggungjawab saja tidak cukup dalam berekonomi dan bisnis. Para pelaku harus pintar dan cerdik supaya usahanya efektif dan efisien, dan agar tidak menjadi korban penipuan.

f. Tabligh

Sifat tabligh (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) merupakan teknik hidup muslim karena setiap muslim mengembangkan tanggungjawab dakwah, yakni menyeru, mengajak, memberitahu. Sifat ini bila sudah mendarah daging pada setiap muslim, apalagi yang bergerak dalam ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar-pemasar yang tangguh dan lihai. Karena sifat tabligh merupakan prinsip-prinsip ilmu komunikasi (personal maupun massal), pemasaran, penjualan,

periklanan, pembentukan opini massa, *open management*, iklim keterbukaan dan lain-lain.<sup>24</sup>

#### **D. Kepuasan Anggota**

##### 1. Pengertian Kepuasan Anggota

Kepuasan pelanggan/anggota adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan, bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi setelah pembelian dimana produk yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Kepuasan pelanggan/anggota secara umum pada dasarnya tergambar pada dua bentuk pelayanan, yaitu *Material* dan *Immaterial*, *Material* tersebut bisa berbentuk seperti gedung yang megah, ruang tunggu yang bersih dan nyaman, penampilan pegawai yang baik, sarana dan prasarana yang lengkap. Sedangkan *Immaterial* dapat berbentuk seperti pelayanan yang hangat, merasa di hormati atau dihargai, dan merasa senang ataupun puas. Adapun beberapa jenis kepuasan anggota antara lain yaitu<sup>25</sup>:

- a. Puas dengan produk/ jasa, karena kualitasnya tinggi serta jangkauannya yang luas.

---

<sup>24</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2013), Hlm 25

<sup>25</sup> Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), Hlm 199-200

b. Puas dengan cara menjualnya:

- 1) Ramah, sopan dan akrab
- 2) Murah senyum
- 3) Menyenangkan

c. Puas dengan harganya:

- 1) Murah/mahal sesuai harapan
- 2) Bersaing

Kepuasan pelanggan/anggota terkait dengan kualitas pelayanan internal dan kepuasan pelayanan internal karyawan tentu akan mendorong kepuasan karyawan. Kepuasan karyawan akan mendorong bangkitnya loyalitas karyawan pada perusahaan. selanjutnya loyalitas karyawan akan menciptakan dan menentukan kepuasan pelanggan/anggota. Akhirnya kepuasan pelanggan ini akan menciptakan loyalitas pelanggan/anggota. Faktor lainnya adalah rintangan pengalihan dan keluhan pelanggan.

2. Cara Mengukur Kepuasan Anggota

Ada beberapa cara untuk mengukur kepuasan anggota:<sup>26</sup>

a. Sistem keluhan dan saran (*complaint and sugestion system*)

Perusahaan meminta keluhan dan saran dari pelanggan dengan membuka kotak saran baik melalui surat, telepon bebas pulsa, *customer hot line*, kartu komentar, kotak saran maupun berbagai sarana keluhan lainnya. Informasi ini dapat memungkinkan

---

<sup>26</sup> *Ibid*, Hlm 204

perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut, konsumen akan menilai kecepatan dan ketanggapan perusahaan dalam menangani kritik dan saran yang diberikan.

b. Survey kepuasan pelanggan (customer satisfaction surveys)

Perusahaan melakukan survei untuk mendeteksi komentar pelanggan, diharapkan dari survei ini didapatkan umpan balik yang positif dari konsumen. Survei ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi atau pelanggan diminta mengisi angket.

c. Analisa pelanggan yang lari (*lost customer analysis*)

Pelanggan yang hilang akan dihubungi, kemudian diminta alasan untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi. Misalkan ada nasabah yang menutup rekeningnya, maka bank harus menghubungi nasabah tersebut dan menanyakan alasan penutupan dan apabila terjadi masalah atau ketidakpuasan terhadap pelayanan bank maka harus dicarikan jalan keluar agar tidak ada lagi nasabah yang pindah atau menutup rekeningnya.

3. Strategi kepuasan anggota<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> *Ibid*, 206

a. *Relationship marketing strategy* (strategi pemasaran berkesinambungan)

Menjalin hubungan yang baik secara terus menerus (berkesinambungan) dengan nasabah, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi hubungan jangka panjang. Nasabah bukan hanya puas tetapi juga loyal pada bank kita. Oleh karena itu bank harus terus memelihara dan meningkatkan pelayanannya sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah. Bank harus mampu menjalin tali silaturahmi yang baik dengan nasabah, agar nasabah merasa bank sebagai rumah kedua mereka. Hal ini akan mampu meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank, atau menimbulkan *word of mouth* yang positif.

Misalkan pihak bank mencatat biodata diri nasabah, ketika nasabah tersebut berulang tahun diberikan ucapan selamat baik dengan karangan bunga maupun sekedar kartu ucapan selamat ulang tahun. Hal ini bertujuan untuk membangun hubungan kekeluargaan antara pihak lembaga dengan anggota.

b. Strategi pelayanan prima

Menawarkan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Usaha ini biasanya membentuk biaya yang cukup besar, tetapi juga memberikan dampak yang besar (positif) kepada nasabah. Contoh : BCA menyediakan jaringan ATM hingga ke pelosok Indonesia.

c. Strategi penanganan keluhan yang efisien dan efektif

Keluhan nasabah itu dapat berupa: nasabah tidak memperoleh apa yang dijanjikan bank, mendapat pelayanan yang kasar/kurang baik, tidak/kurang diacuhkan oleh petugas bank, tidak di dengar saran – sarannya, pelayanan lambat dan tidak akurat.

Cara menangani keluhan yang disampaikan oleh konsumen adalah: empati terhadap nasabah yang marah seperti dalam menghadapi nasabah yang emosi/marah petugas bank harus bersikap empati mendengarkan keluhan tersebut dengan penuh pengertian, tangani keluhan dengan cepat dan akurat yaitu setelah mendengarkan keluhan/masalah nasabah segera hadapi dengan cepat, ramah, meyakinkan, dan jelaskan cara penyelesaiannya.

## E. Penelitian Terdahulu

Penelitian Aras<sup>28</sup>, dengan judul *Pengaruh Etika Pelayanan Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Melalui Kualitas Pelayanan Pada Kantor Samsat di Kota Maros*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika pelayanan perspektif islam terhadap kualitas pelayanan wajib pajak, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak, untuk mengetahui etika pelayanan perspektif islam terhadap kepuasan wajib pajak melalui kualitas pelayanan dan untuk mengetahui etika pelayanan perspektif islam berpengaruh terhadap

---

<sup>28</sup> Andi Ahmad Aras, *Pengaruh Etika Pelayanan Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Melalui Kualitas Pelayanan Pada Kantor Samsat di Kota Maros*, (Makasar: Skripsi tidak diterbitkan, 2016), diakses tanggal 7 Februari 2019 pukul 11.37

kualitas pelayanan melalui kepuasan wajib pajak pada kantor samsat di kota maros. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Data penelitian ini diperoleh melalui observasi dan kuesioner yang disebarakan kepada responden sebanyak 103 orang responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur atau *path analisis* merupakan perluasan dari analisis regresi linier ganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan-hubungan kualitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara etika pelayanan perspektif islam terhadap kualitas pelayanan melalui kepuasan wajib pajak. dengan demikian etika pelayanan perspektif islam yang dimiliki dapat memberikan kualitas pelayanan sehingga akan timbul kepuasan wajib pajak itu sendiri. Persamaan dalam penelitian terletak pada variabel etika pelayanan (x1) sebagai variabel independen. Dengan metode kuantitatif dan menyebar kuesioner. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel dependen yaitu kepuasan wajib pajak melalui kualitas pelayanan pada kantor samsat dikota maros. Subyek dan obyek yang ditujupun berbeda.

Penelitian Yandie<sup>29</sup>, dengan judul *Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Palembang*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh etika dan pelayanan prima *customer service* terhadap

---

<sup>29</sup> Wijaya Lefi Yandie, *Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Palembang*, (Palembang : Skripsi tidak diterbitkan, 2017), diakses tanggal 6 Februari 2019 pukul 11.39.

tingkat kepuasan nasabah pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Palembang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer, yang artinya data yang diperoleh langsung dari responden. Dalam penelitian ini penyebaran kuisioner sebanyak 99 responden. Uji yang digunakan untuk menguji instrumen penelitian adalah berupa uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Dalam penelitian ini etika dan pelayanan prima *customer service* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. BNI Syariah KC Palembang. Persamaan penelitian ini adalah penggunaan variabel *tingkat kepuasan nasabah* (Y) sebagai variabel dependen, teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner dan penggunaan metode kuantitatif dengan jenis data primer, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel *etika* (x1) dan *pelayanan prima customer service* (x2) sebagai variabel independen.

Penelitian Aliah<sup>30</sup>, dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah KPR di BNI Syariah Cabang Semarang*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah terhadap kepuasan nasabah. Metodologi yang digunakan adalah analisis regresi, uji simultan, uji parsial, uji asumsi klasik, hipotesis dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan peneran prinsip syariah

---

<sup>30</sup> Himmatul Aliah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah KPR di BNI Syariah Cabang Semarang*, (Semarang : Skripsi tidak diterbitkan, 2011), diakses tanggal 7 Februari 2019 pukul 11.40



berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR di BNI Syariah cabang Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penerapan prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR, dimana F hitung 5,193 dimana lebih besar dari F tabel 3,285. Dengan ini variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 24,5%, sedangkan sisanya sebesar 76,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Persamaannya terletak pada variabel penerapan prinsip syariah/nilai islam (x1) sebagai variabel independen. Metodologi yang digunakan yaitu sama-sama analisis uji asumsi klasik dan hipotesis. Perbedaannya terletak pada Kepuasan Nasabah KPR di BNI Syariah Cabang Semarang sebagai variabel dependen. Subjek dan obyek yang berbeda.

Penelitian Kasmawati<sup>31</sup>, dengan judul *Pengaruh Etika Pelayanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Pada Kantor Samsat Di Kabupaten Wajo*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika pelayanan dalam perspektif islam terhadap kepuasan wajib pajak pada kantor Samsat di Kabupaten Wajo. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang berada di kantor Samsat Kabupaten Wajo. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui survey kuesioner secara langsung dengan menggunakan teknik accidental sampling yaitu pemilihan dimana wajib

---

<sup>31</sup> Kasmawati, *Pengaruh Etika Pelayanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Pada Kantor Samsat di Kabupaten Wajo*, (Makasar : Skripsi tidak diterbitkan, 2018), diakses tanggal 15 Maret 2019 pukul 11.43

pajak yang dipilih kebetulan dijumpai dilokasi penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa etika pelayanan dalam perspektif Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak pada kantor Samsat di Kabupaten Wajo. Persamaan penelitian ini adalah penggunaan variabel *etika pelayanan* (x1) sebagai variabel independen, penggunaan metode kuantitatif dengan jenis data primer dan teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner. Perbedaannya terletak pada subyek dan obyek yang berbeda, kepuasan wajib pajak pada kantor Samsat di Kabupaten Wajo pada variabel dependen.

Penelitian Prayogi<sup>32</sup>, dengan judul *Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kereta Penumpang Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pelayanan prima terhadap kepuasan pengguna jasa kereta penumpang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif , yang dalam populasinya sebanyak 696.480, penentuan sampel merujuk pada teori yang dikemukakan oleh Slovin dan Husein Umar,data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner langsung dengan responden , kemudian dianalisis secara deskriptif untuk tujuan tentang kepuasan pengguna jasa kereta penumpang dalam perpektif ekonomi Islam, sedangkan pengujian hipotesis mengenai pengguna jasa terhadap pelayanan prima

---

<sup>32</sup> Geni Prayogi, *Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kereta Penumpang Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*, (Lampung: Skripsi tidak diterbitkan, 2018) diakses pada tanggal 17 Juli pukul 07.05.

menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima berpengaruh nyata terhadap kepuasan pengguna jasa kereta api penumpang variable yang berpengaruh antara lain; karyawan berkomunikasi dengan baik, karyawan KAI dapat membuat pengguna jasa merasa aman, apakah karyawan PT.KAI bersikap sopan , Karyawan PT.KAI selalu memberikan perhatian atas kebutuhan pengguna jasa, karyawan PT.KAI memberikan tindakan yang cepat dan tanggap, Karyawan PT.KAI memberikan kemudahan prosedur pelayanan pada pengguna jasa. Persamaan penelitian ini terletak pada *variabel kepuasan nasabah* sebagai variabel dependennya, sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif, data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuosioner, populasi dalam penelitian sama yaitu kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel *pelayanan prima*. Sedangkan peneliti menggunakan variabel *etika pelayanan* sebagai variabel independennya.

Penelitian Husna<sup>33</sup>, dengan judul *Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Bni Syariah Banda Aceh Terhadap Semangat Kerja Karyawan*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penerapan indikator nilai-nilai Islam serta pengaruh yang akan timbul pada semangat kerja karyawan dengan adanya penerapan Nilai-nilai Islam pada Bank BNI Syariah Banda Aceh. Penulis menggunakan kuesioner/angket yang dibagikan dalam bentuk lembaran dan akan dijawab oleh 33 responden,

---

<sup>33</sup> Hania Husna, *Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Bni Syariah Banda Aceh Terhadap Semangat Kerja Karyawan*, (Banda Aceh: Skripsi tidak diterbitkan, 2018), diakses pada tanggal 17 Juli 2019 pukul 07.45

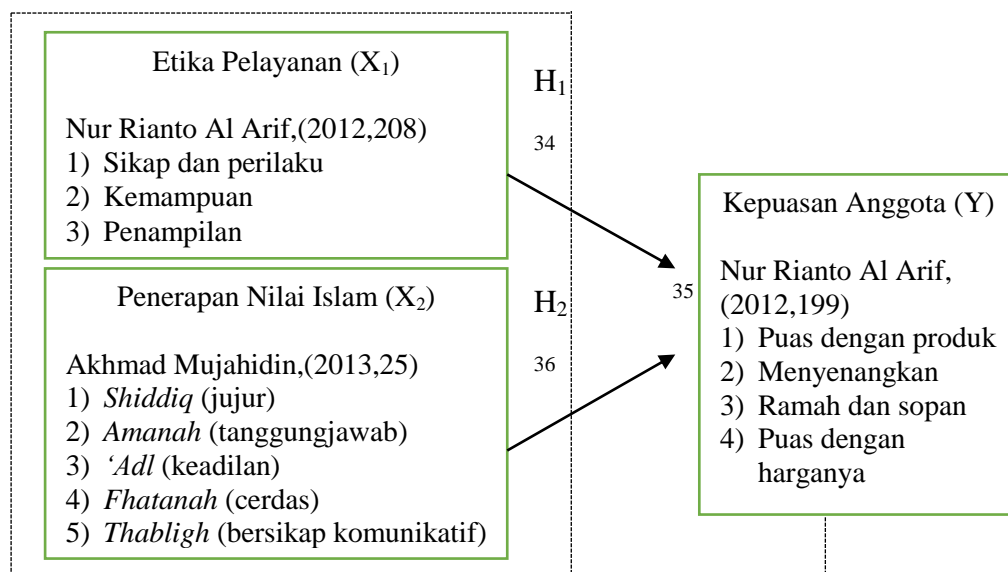
hasil tersebut digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini. Metode yang digunakan yaitu statistik deskriptif serta memakai teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan tingkat penerapan nilai-nilai Islam pada karyawan Bank BNI Syariah Banda Aceh sudah bagus akan penerapannya yaitu, terlihat pada tabel deskripsi jawaban responden dari ke 5 variabel independen. Dengan adanya penelitian ini dapat meningkatkan nilai-nilai Islam pada keseharian kerjanya agar menghasilkan kinerja yang terbaik untuk perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai islam pada bank BNI Syariah banda aceh berpengaruh positif dan signifikan terhadap semangat kerja karyawan. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel *penerapan nilai islam* dengan sebagai variabel independen, sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif, data yang digunakan yaitu kuesioner/angket. Populasi dalam penelitian ini sama yaitu nilai islam. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel semangat kerja karyawan, sedangkan peneliti menggunakan variabel kepuasan nasabah sebagai variabel dependennya.

## F. Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori yang dipaparkan diatas, maka kerangka pikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.2**

### **Kerangka Konseptual Pengaruh Etika Pelayanan dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan Kopwansyah Rohmah Pucung Kidul**



<sup>34</sup> Nur Rianto Al Arif. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syriaah*..... Hlm 208

<sup>35</sup> *Ibid*, Hlm 199

<sup>36</sup> Akhmad Mujahidin. *Ekonomi Islam*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013). Hlm 25

---

### H<sub>3</sub>

---

Berdasarkan kerangka konseptual pada gambar 2.2 peneliti ini difokuskan pada pembahasan untuk mengetahui apakah ada pengaruh etika pelayanan dan penerapan nilai-nilai islam terhadap kepuasan anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan Kopwansyah Rohmah Pucung kidul.

Keterangan :

1. Variabel dependen (terikat) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh independen, variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan anggota (Y).
2. Variabel independen (bebas) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel dependen, dalam penelitian ini variabel independen adalah:
  - a. Variabel Etika pelayanan (X<sub>1</sub>)
  - b. Variabel Penerapan nilai-nilai islam (X<sub>2</sub>)

### G. Hipotesis Penelitian

Hipotesa adalah dugaan sementara, penelitian yang menggunakan sampel diberlakukan kepada populasi, maka perlu kiranya mengadakan dugaan sementara yang disebut dengan hipotesa.<sup>37</sup> Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesisi 1

H<sub>0</sub> : Etika pelayanan tidak berpengaruh secara sigifikan terhadap kepuasan anggota memilih di BMT Istiqomah Tulungagung dan

---

<sup>37</sup> Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta: Alim's Publishaling, 2015), hal. 15.

KOPWANSYAH Rohmah Pucung Kidul, Boyolangu  
Tulungagung.

$H_1$  : Etika pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota memilih di BMT Istiqomah Tulungagung dan KOPWANSYAH Rohmah Pucung Kidul, Boyolangu Tulungagung.

## 2. Hipotesis 2

$H_0$  : Penerapan nilai islam tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota memilih di BMT Istiqomah Tulungagung dan KOPWANSYAH Rohmah Pucung Kidul, Boyolangu Tulungagung.

$H_1$  : Penerapan nilai islam tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota memilih di BMT Istiqomah Tulungagung dan KOPWANSYAH Rohmah Pucung Kidul, Boyolangu Tulungagung.

## 3. Hipotesis 3

$H_0$  : Etika pelayanan dan penerapan nilai islam secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota memilih di BMT Istiqomah Tulungagung dan KOPWANSYAH Rohmah Pucung Kidul, Boyolangu Tulungagung.

$H_1$  : Etika pelayanan dan penerapan nilai islam secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota memilih

di BMT Istiqomah Tulungagung dan KOPWANSYAH Rohmah  
Pucung Kidul, Boyolangu Tulungagung.