

BAB V

PEMBAHASAN

Bab ini akan menyajikan beberapa uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian serta teori yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya. Data-data dalam penelitian ini diperoleh ketika peneliti melakukan penelitian mengenai strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung), kemudian peneliti melakukan wawancara kepada Kepala Kantor Kas Bank Syariah serta dokumen-dokumen yang mendukung penelitian ini.

1. Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung)

Dalam bab pembahasan ini disajikan beberapa pembahasan yang sesuai dengan penelitian, sehingga pada uraian pembahasan ini penelitian mengintegrasikan hasil penelitian lapangan dengan teori yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Data-data yang diperoleh dari observasi dan wawancara secara mendalam yang telah dideskripsikan pada analisis kemudian diidentifikasi sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Dimana observasi dan wawancara yang dilakukan merupakan cara untuk mengumpulkan data mengenai Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung).

Pada saat penelitian, peneliti menemukan hasil dimana sebuah strategi kualitas pelayanan yang ada di Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung). Bahwasanya strategi yang digunakan yaitu menawarkan produk terhadap nasabah, melayani nasabah menggunakan Standar Operasional Prosedur agar terciptanya nasabah yang loyal. Sebagai lembaga yang beroperasi pada bidang jasa dan keuangan, Bank Syariah Indonesia tidak melulu memikirkan profit yang besar. Lain dari pada itu, bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah), selalu mengedepankan dan menjadikan nomor satu pelayanan bagian depan yaitu seperti *teller*, *customer service* dan *security* agar menciptakan kepuasan terhadap nasabah. Kepuasan dan loyal adalah kunci sukses dalam bisnis jasa perbankan syariah.

Standar pelayanan merupakan tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggaraan kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur.

Salah satu unsur yang menentukan keberhasilan sebuah bisnis adalah kualitas pelayanan. Pelayanan, menurut Stanton adalah kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat tak teraba, pemenuhan kebutuhan, dan tidak terikat penjualan produk atau jasa lain.

Sedangkan kualitas didefinisikan oleh Tjipto, menurut konteks, persepsi *customer*, dan kebutuhan, serta keinginan pelanggan. Kualitas bergantung pada kehendak dan kebutuhan *customer*. Kualitas bergantung pada kehendak dan kebutuhan *customer*, kualitas merupakan penilaian subyektif *customer*. Kualitas tidak dapat didefinisikan jika tidak dikaitkan dengan konteks tertentu, atribut tertentu, dan karakteristik sesuatu. Dengan demikian kualitas sangat bergantung pada sesuatu tersebut. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan atas atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima dan dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik, dan jika melampaui harapan maka sangat baik, sementara jika sebaliknya maka kualitas dipersepsikan buruk.

Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah segala usaha perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini adalah jasa yang disampaikan oleh pemilik jasa, baik berupa kemudahan, kecepatan, hubungan kemampuan, maupun keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.⁵⁵

⁵⁵ Sunardi, Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank, *Islaminomic Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*

Didalam standar pelayanan dalam lembaga biasanya menggunakan Standar Operasional Prosedur (SOP), SOP merupakan dokumen yang menjabarkan aktivitas operasional yang dilaksanakan sehari-hari, dengan tujuan agar pekerjaan tersebut dilaksanakan secara benar, tepat dan konsisten, untuk menghasilkan produk sesuai standar yang telah ditetapkan sebelumnya.⁵⁶

Penyusunan Standar Operasional Prosedur atau SOP bagi perusahaan sangatlah direkomendasikan, adanya SOP dapat mempermudah koordinasi aktivitas serta meningkatkan efisiensi proses kerja pada setiap sistem perusahaan. Efisiensi yang paling diharapkan adalah dari segi waktu dan kualitas kerja. Efisiensi dari segi waktu maksudnya, semakin cepat pekerjaan dapat diselesaikan, maka akan semakin banyak volume pekerjaan yang dapat diselesaikan. Sedangkan efektifitas kualitas kerja akan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan serta kualitas produk yang dihasilkan.⁵⁷ Secara umum standar operasional prosedur dapat memberikan kemudahan kepada perusahaan untuk menjalankan operasional, selain itu pula dapat dijadikan acuan kerja oleh karyawan untuk menjadi sumberdaya insani yang profesional, handal, sehingga mampu mewujudkan visi dan misi perusahaan.

⁵⁶ Linggapan. Definisi Standar Operasional Prosedur. Manado: Gramedia, 2010, hal. 32

⁵⁷ Endah Nur Fatimah, dkk. Strategi Pintar Menyusun SOP. Yogyakarta: Pustaka Baru

1. Tujuan penyusunan SOP

- b. Menjaga konsistensi kerja setiap karyawan, tim, dan semua unit kerja perusahaan.
- c. Memperjelas alur tugas, wewenang, serta tanggung jawab setiap unit kerja.
- d. Mempermudah proses pemberian tugas serta tanggung jawab setiap unit kerja.
- e. Menghindari kesalahan-kesalahan proses kerja.
- f. Mempermudah proses monitoring dan fungsi kontrol dari setiap proses kerja.

2. Prinsip dasar penyusunan SOP

- a. Prosedur kerja harus sederhana sehingga mengurangi beban pengawasan
- b. Berusaha mendapatkan arus pekerjaan yang sebaik-baiknya
- c. Prosedur harus fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kondisi yang berubah
- d. Setiap pekerjaan yang diselesaikan harus dilaporkan dengan memperhatikan tujuan
- e. Pengguna urutan pelaksanaan pekerjaan yang sebaik-baiknya

3. Manfaat SOP

- a. Menjadi acuan dalam melakukan penilaian terhadap kualitas layanan

- b. Sebagai sarana untuk mengkomunikasikan pelaksanaan suatu pekerjaan
- c. Memudahkan tahap pelayanan yang diberikan kepada masyarakat sebagai konsumen
- d. Membentuk dalam melakukan evaluasi dan penilaian terhadap setiap proses operasional perusahaan
- e. Mempertahankan kualitas perusahaan melalui konsistensi kerja karena perusahaan telah memiliki sistem kerja yang sudah jelas dan terstruktur secara sistematis

Adapun Standar Operasional Prosedur yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center antara lain:

1. *Security*

a. Sikap

Sikap *security* luar berdiri tegap, senyum, posisi dekat dengan teras kantor, membantu nasabah yang memerlukan bantuan, sopan, antusias, mengawasi area parkir, teras, gedung dan ATM, menunjukan dan mengarahkan ke *Customer service* apabila mengalami permasalahan dengan ATM atau mesin ATM, satpam dalam *banking hall* berdiri tegap, tersenyum, tutur kata, intonasi ekspresi wajah (*Smiling face*) dan posisi dekat teras kantor, membantu nasabah yang memerlukan bantuan, berada di dekat nomor antrian, berada di kursi tunggu nasabah dan area antrian *customer service* dan *teller*, membuka pintu untuk nasabah dengan

sopan, membantu memberikan nomer antrian, mengarahkan atau menjelaskan tempat yang dituju, mengawasi banking hall, membuka pintu nasabah yang telah selesai dari *banking hall*.

Dalam konsep sikap, *security* Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center sudah sesuai dengan Standar Operasional Prosedur yang telah ditetapkan yaitu melayani nasabah dengan membukakan pintu lalu memberikan nomor antrian, mengarahkan nasabah sesuai dengan kebutuhan nasabah, ketika memberikan barang kepada nasabah menggunakan dua tangan dan mengawasi keadaan Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center.

b. Standar Penampilan satpam

Rambut tertata rapi (tidak lebih dari 5 cm) tidak diwarnai, Atribut memakai borgol dan pentungan / sangkur, Senjata Tidak terlalu ketat, baju dalaman tidak terlihat dan rapi, Pakaian Menggunakan badge, dasi dan Id Card sesuai ketentuan, Badge, dasi & Id Menjaga kebersihan badan (tidak bau badan), Card Kebersihan memakai KOPEL/ikat pinggang berwarna hitam dengan kepala gesper dari logam berwarna kuning, sepatu PDH hitam

Rambut : Tertata rapi (tidak lebih dari 5 cm) tidak diwarnai

Atribut : Borgol dan Pentungan / sangkur

Senjata : Tidak terlalu ketat, baju dalaman tidak terlihat dan rapi

Pakaian: Menggunakan badge, dasi dan Id Card sesuai ketentuan

Badge, dasi & Id : Menjaga kebersihan badan (tidak bau badan)

Card Kebersihan : KOPEL/ikat pinggang berwarna hitam dengan kepala gesper dari logam berwarna kuning, sepatu PDH hitam

c. *Skill*

Security dalam saat menyambut nasabah dengan salam, membukakan pintu, mempersilahkan masuk, security dalam menawarkan bantuan, memberikan nomer antrian, mengarahkan nasabah secara jelas, satpam luar mengawasi antrian ATM, satpam dalam membukakan pintu saat nasabah meninggalkan bank, mengucapkan salam terima kasih.

Dalam konsep *Skill security* Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center menurut saya sudah sesuai dengan standar layanan, saat ada nasabah atau bukan nasabah pun tetap membukakan pintu, mengucapkan salam, menanyakan ada keperluan apa, dan mengarahkan apa yang dibutuhkan nasabah, juga mengamankan daerah parkir dan apabila telah selesai *security* membukakan pintu sambil mengucapkan salam dan terimakasih.

2. *Customer service*

a. Sikap

Customer Service dalam konsep Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center sikap sesuai dengan Standar Operasional (SOP) yang sudah ditetapkan oleh pusat diantaranya

yaitu waktu tunggu ± 1 menit, kemudian waktu untuk pembukaan rekening ± 25 menit. *Customer service* harus tersenyum saat melayani nasabah, mengucapkan salam, mempersilahkan duduk kepada nasabah, memperkenalkan diri, menawarkan bantuan kepada nasabah, lalu *customer service* memastikan kebutuhan nasabah telah terpenuhi, setelah semua prosedur tersebut dilakukan lalu diakhiri dengan mengucapkan terimakasih, salam, kemudian *customer service* berdiri setelah nasabah berdiri.

b. Penampilan

Customer service dalam konsep penampilan menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang sudah ditetapkan, diantaranya yaitu meja tempat kerja harus rapi dan bersih, memakai *ID Card* sesuai dengan papan nama yang terletak di meja *Customer service* dan tidak boleh *ID Card* nya kebalik, menggunakan PIN ketentuan unit pelayanan, serta menggunakan pakaian sesuai dengan ketentuan.

c. Skill

Kemampuan *Customer service* saat melayani nasabah sangatlah penting dan ada standarnya seperti, *Customer service* menanggapi permintaan buku rekening nasabah, menjelaskan produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KK

Tulungagung Trade Center, membangun hubungan baik kepada nasabah.

Dalam konsep *skill, customer service* Bank Syariah Indonesia sesuai dengan standar operasional prosedur yang telah ditetapkan oleh pusat. *Customer service* mampu memenuhi kebutuhan nasabah dan dapat menjelaskan produk-produk Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center dengan baik dan benar.

3. *Teller*

a. Sikap

Teller sama halnya yang dilakukan oleh *Customer Service*, dalam konsep sikap di Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center *Teller* selalu tersenyum, cepat antusias tepat akurat dan teliti, selalu memberikan slip / KTP / kartu ATM dan barang lainnya dengan dua tangan, melayani nasabah sesuai dengan script dan standar layanan, selalu izin menyatakan maksud dan tujuan serta mengucapkan terimakasih saat melakukan dan selesai interupsi, selalu meminta izin nasabah saat hendak melakukan perhitungan uang saat transaksi, selalu memperlihatkan perhitungan uang kepada nasabah, melakukan konfirmasi terkait transaksi nasabah, saat di awal sebelum proses transaksi nasabah, saat di awal sebelum proses transaksi dan setelah selesai transaksi.

b. Penampilan

Konsep penampilan *Teller* yaitu tempat kerja meja rapi dan bersih, harus memakai *ID Card* sesuai dengan papan nama, menggunakan PIN ketentuan unit pelayanan, menggunakan pakaian sesuai dengan ketentuan. Penampilan *Teller* Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center sudah sesuai dengan Standar Operasional Prosedur yang telah ditetapkan.

c. *Skill*

Kemampuan *Teller* saat melayani sangat penting dan ada standarnya, menggunakan dua tangan saat mengambil uang atau kertas pembayaran, mengajak nasabah untuk menghitung uang bersama-sama. *Skill* ialah kemampuan seseorang dalam melaksanakan tugasnya. Kemampuan *tellerr* sangat penting dalam melayani nasabahnya.

Selain menawarkan produk-produk dan menggunakan Standar Operasional Prosedur Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung) untuk meningkatkan strategi yang digunakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*Reliability*)

Reliabilitas, berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat tanpa membuat kesalahan dan menyampaikan layanan secara benar.

2. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan ketersediaan dan kemampuan penyedia layanan (karyawan) untuk membantu para nasabah dan merespon permintaan mereka dengan segera, serta menginformasikan layanan dengan jelas. Strategi yang digunakan oleh petugas *frontliner* Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung) bagian ini yaitu memberikan sambutan dengan senyum, salam, sapa sampai akhir layanan (*Greeting*) dan membangun hubungan yang baik dengan nasabah, menciptakan kenyamanan, menginformasikan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh nasabah (*Relationship*). Hal ini dibuktikan oleh petugas *frontliner*.

3. Jaminan (*assurance*)

Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan nasabah (*Confidence*), sehingga dapat menciptakan kenyamanan bagi para nasabah. Petugas *frontliner* Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung) memberikan perhatian pelayanan kepada nasabah dengan sepenuh hati, ikhlas dan antusias (*Attention*), memberikan rasa aman dan bangun rasa kepercayaan agar nasabah menjadi loyal terhadap bank (*trust*) serta melakukan *intimacy* saat mengawali atau selama, mengakhiri layanan bisa berupa:

- a. Terimakasih bapak atau ibu telah datang ke Bank Syariah Indonesia.
- b. Silahkan menikmati permennya Bapak atau Ibu....
- c. Hati-hati di jalan Bapak atau Ibu
- d. Dan lain sebagainya

4. Empati (*Empathy*)

Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para nasabah dan bertindak demi kepentingan nasabah, serta memberikan perhatian personal kepada para nasabah. Petugas *frontliner* Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung) dituntut untuk memberikan rasa empati dan kepedulian terhadap keluhan atau masalah yang disampaikan oleh nasabah serta selesaikan keluhan atau masalah nasabah dengan cara memberikan solusi sesuai dengan keluhan atau masalah yang disampaikan oleh nasabah (*Service Recovery*).

5. Bukti fisik (*tangibles*)

Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik, fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan, sumber daya manusia, dan sistem informasi komunikasi perusahaan.

2. Indikator-indikator Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung)

Hasil dari penelitian mengenai indikator loyalitasnya nasabah Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah

Tulungagung). Loyalitas nasabah pada dasarnya diukur bukan dari satu sisi saja, banyak faktor yang dipertimbangkan untuk menjadi kesimpulan bahwa nasabah bisa loyal terhadap Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung). Nasabah yang sudah masuk kriteria sebagai nasabah yang loyal bisa diprioritaskan di bank syariah agar nasabah tidak berpindah ke bank syariah lainnya. Penerapan loyalitas nasabah terfokuskan pada produk tabungannya. Sehingga minat tertinggi nasabah Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung) terletak pada tabungan faedah dan tabungan haji. Dengan minat nasabah yang tinggi pada produk tabungan, membuat Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung) dipercaya nasabah dan dapat menggiring kepada nasabah yang loyal dan puas kepada Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung). Peranan penting loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung) sangat penting karena dapat meningkatkan stabilitas keuangan perbankan syariah sendiri dan dapat menarik masyarakat lainnya agar bisa bergabung (menabung atau pinjaman) dengan Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung).

- 1) Sering datang ke di Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung) untuk bertransaksi menabung atau yang lainnya.

- 2) Pembelian produk atau pengguna jasa berulang di Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung)

Gambaran kesetiaan terhadap gerakan atau bisa individu bisa disebut dengan loyalitas. Loyalitas menggambarkan perwujudan kesetiaan pelanggan menggunakan secara jangka panjang dalam menggunakan produk maupun lainnya.⁵⁸

Standard loyalitas nasabah yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

- e) pembelian secara teratur tidak berpindah tempat.
- f) Pembelian terhadap produk maupun jasa.
- g) Menawarkan produk yang lainnya.
- h) Kualitas produk sejenis bisa bersaing dari pesaing.⁵⁹

Loyalitas nasabah yang mempengaruhi adalah kualitas jasa dan kualitas pelayanan. Dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *intransigible*, *variabel*, *inseparable*, dan *perishable*, konsumen umumnya menggunakan beberapa faktor berikut:

- f) Bukti fisik (*tangible*), kualitas fisik, SDM dan fasilitas komunikasi

⁵⁸ (Christopher Lovelock, Pemasaran Jasa Manusia. Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia (Jakarta : Erlangga, 2010). Jilid 2 hal. 76)

⁵⁹ Etta Mamang Sangadj & Sopian, Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian (Yogyakarta: Andi, 2013) hal. 105)

- g) Kehandalan (*reliability*), yakni pelayanan yang membantu pelanggan dengan respon yang ahli.
- h) Daya tanggap (*responsibility*), yakni pelayanan yang membantu pelanggan dengan respon yang cepat
- i) Jaminan (*assurance*), pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para pegawai bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.
- j) Empati (*empathy*), perhatian terhadap pelanggan.

Jumlah nasabah yang ada di di Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung) dari tahun 2017 – 2020 semakin meningkat secara signifikan.

Tabel 5.1

Tahun	Jumlah Nasabah
2017	9.915
2018	11.866
2019	13.788
2020	15.137

3. Preferensi Pelayanan yang Diberikan untuk Kepuasan Nasabah Sehingga Terciptannya Nasabah yang Loyal Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung)

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mewawancarai 2 nasabah pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah Tulungagung) khususnya pada karyawan security, teller dan CS menganalisa bahwa kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diterima memuaskan. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan dapat dikatakan baik. Dari pelayanan pertama, penerimaan *security* yang ramah dan santun ketika memberikan penjelasan dalam mengarahkan nasabah kemana tempat yang akan dituju. Kemudian *Teller* ketika melayani nasabah sesuai dengan urutan kedatangannya tanpa membedakan, keramahan dan kesopanan yang diberikan kepada nasabah membuat nasabah semakin terkesan, bahkan menurut nasabah banyak memberi keuntungan yang didapatkan terlebih sistemnya tidak mengandung riba melainkan menggunakan sistem bagi hasil. Kemudian sikap *Customer Service* yang ramah santun dan menjelaskan serta dapat menjawab pertanyaan nasabah terkait informasi yang dibutuhkan oleh nasabah dianggap sudah baik.

Loyalitas nasabah yang mempengaruhi adalah kualitas jasa dan kualitas pelayanan. Dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *intragible*, *variabel*, *inseparable*, dan *perishable*, konsumen umumnya menggunakan beberapa faktor berikut:

- a) Bukti fisik (*tangible*), kualitas fisik, SDM dan fasilitas komunikasi
- b) Keandalan (*reliability*), yakni pelayanan yang membantu pelanggan dengan respon yang ahli.

- c) Daya tanggap (*responsibility*), yakni pelayanan yang membantu pelanggan dengan respon yang cepat
- d) Jaminan (*assurance*), pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para pegawai bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.
- e) Empati (*empathy*), perhatian terhadap pelanggan.⁶⁰

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan (*Service Quality*) merupakan konsepsi yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud (*intangibility*), bervariasi (*Variablity*), tidak tahan lama (*perishability*), serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (*inseparability*). Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa, sedangkan harapan terhadap kualitas pelayanan didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan acuan atau standar dalam menilai produk tersebut.⁶¹

Terdapat dua elemen penting disaat nasabah datang langsung ke suatu lembaga keuangan untuk melakukan transaksi baik itu pembiayaan maupun tabungan yaitu:

1. Customer Service

Customer Service merupakan sebuah unit kegiatan yang bertugas melayani nasabah atau calon nasabah baru.

2. Teller

⁶⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi, 2015, hal. 77

⁶¹ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset. Edisi Ke-2, 2007 hal. 61

Teller merupakan sebuah unit kegiatan yang bertugas melakukan transaksi langsung dengan nasabah dalam bentuk penerimaan atau penarikan langsung dengan nasabah tunai atau non tunai dan melakukan pembukuan.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Sebagai pihak yang membeli dan mengonsumsi jasa, nasabah yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan biasanya menilai kualitas jasa berdasarkan dimensi kualitasnya.

Lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, yaitu:

a. Bukti langsung (*tangibles*)

Yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

b. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang harus sesuai dengan harapan pengguna berarti ketepatan waktu.

c. Daya tanggap (*responsiveness*)

Yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap dan kesediaan penyedia jasa terutama sifatnya untuk membantu konsumen serta memberikan pelayanan yang tepat sesuai kebutuhan konsumen. Dimensi ini menekankan pada sikap penyedia jasa yang penuh

perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah konsumen.

d. Jaminan (*assurance*)

Yaitu kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri konsumen bahwa pihak penyedia jasa terutama karyawannya mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan.

e. Empati (*emphaty*)

Yaitu perhatian secara individual terhadap pelanggan seperti kemudahan untuk berkomunikasi yang baik dengan para karyawan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Standar Pelayanan

Standar pelayanan merupakan tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggaraan kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur.

Didalam standar pelayanan dalam lembaga biasanya menggunakan Standar Operasional Prosedur (SOP), SOP merupakan dokumen yang menjabarkan aktivitas operasional yang dilaksanakan sehari-hari, dengan tujuan agar pekerjaan tersebut dilaksanakan secara benar, tepat dan

konsisten, untuk menghasilkan produk sesuai standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dasar dalam penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) memuat hal penting terkait dengan penerepannya yaitu:

- a. Supervisi/ Monitoring adalah aktifitas yang ditujukan untuk memberikan informasi tentang sebab dan akibat dari suatu kebijakan yang sedang dilaksanakan Monitoring diperlukan agar kesalahan awal dapat segera diketahui dan dapat dilakukan tindakan perbaikan sehingga mengurangi resiko yang besar.
- b. Pelatihan (*Training*) adalah proses mengejar keterampilan yang dibutuhkan karyawan baru dan lama untuk melakukan pekerjaan lebih maksimal.

Etika Pelayanan dalam Islam

Etika dalam Islam memiliki 2 pengertian yaitu pertama etika sebagaimana moralitas, berkaitan nilai dan norma-norma yang konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dan seluruh kehidupan.

Etika atau etis berasal dari kata Yunani yaitu *ethos* artinya kebiasaan. Ia membicarakan tentang kebiasaan (kehidupan) tetapi bukan menurut arti adat, melainkan tata adab, yaitu berdasarkan intisari atau sifat dasar manusia mengenai baik dan buruk, jadi demikian etika adalah teori tentang perbuatan manusia ditimbang menurut baik dan buruk.⁶²

⁶² Mudiar Achmad, *Etika Dalam Islam*, (Semarang: Ikhlas 2005), Cet. Ke-1 hal. 1

Etika juga dapat diartikan serangkaian tindakan berdasarkan kebiasaan yang mengarah kepada perbuatan benar dan salah. Sebagai penjual jasa masyarakat membutuhkan pelayanan dan perlakuan yang menyejukkan hati mereka melalui sikap ramah dan sopan para karyawan. Sedangkan etika berarti kesantunan yaitu sikap lahir dan bathin, prinsip hidup, pandangan moral serta bisikan hati nurani.

Terdapat enam karakteristik pelayanan dalam islam yang dapat dijadikan sebagai bahan acuan, antara lain:

a. Bersikap jujur

Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat serta pernah ingkar janji. Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an Surat Asy-Syu'ara 181-183.

Artinya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan: Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.

b. Bertanggung jawab dan terpercaya (*Al-Amanah*) \

yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.

c. Menepati janji

Menepati janji dan tidak curang yaitu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.

d. Melayani dengan rendah hati (*khidmah*)

Yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.

e. Tidak menipu (*Al-Kadzib*)

yaitu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.

f. Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.⁶³

Abdalla Hanafy dan Hamid Salam, masing adalah guru besar marketing dan *International Businnes* di St. Cloud State University. Merumuskan etika pelayanan Islam sebagai berikut:⁶⁴

1. Etika untu selalu menyampaikan yang benar.

⁶³ Rafidah, Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah, *Nalar Fiqh*, Vol. 10, No. 2, Desember 2014, hal. 122-123

⁶⁴ Adiwarman Aswar Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001) hal. 166

2. Etika untuk selalu dapat dipercaya
3. Etika untuk selalu mengerjakan sesuatu dengan ikhlas.
4. Etika persaudaraan.
5. Penguasaan ilmu pengetahuan dan
6. Etika keadilan

Jadi siapa pun dia, bila melaksanakan etika bisnis niscaya akan meraih sukses dalam bisnis. Sebaliknya, walaupun ia seorang muslim dan berbisnis berlabel Islam, tapi meninggalkan etika bisnis, niscaya ia sulit mengembangkan bisnisnya.