

BAB II

KAJIAN TEORITIS

Kajian teoritis merupakan gambaran teori yang akan digunakan dalam penelitian ini. Dengan kajian pustaka ini pula, diharapkan peneliti mampu menggambarkan keterkaitan antar teori-teori yang digunakan dengan keadaan di lapang dalam rangka menjawab tujuan-tujuan penelitian.

A. Definisi Konseptual

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas di dalam Kamus Lengkap Bahasa Indonesia adalah taraf atau derajat dari kecerdasan, kepandaian, dan sebagainya.

Konsep kualitas padadasarnya bersifat relatif, yaitu bergantung pada perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang harusnya konsisten satu sama lain, yaitu persepsi konsumen, produk (jasa), dan proses.¹⁸

Kualitas dapat dairtikan suatu cara sederhana untukmeraih tujuan yang diinginkan, dengan cara yang paling efisisen dan efektif, dengan penekanan untuk memuaskan pembeli atau konsumen (nasabah). Kualitas tidak harus berupa layanan atau barang-barang yang mahal. Namun, kualitas merupakan sebuah

¹⁸ Rambut Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hal.

layanan atau produk yang memadai, mudah dijangkau, efisien, efektif, dan aman sehingga harus terus menerus dievaluasi dan ditingkatkan.¹⁹

Pelayanan adalah upaya untuk memenuhi harapan pelanggan dan sikap yang dapat mengakibatkan rasa puas. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.²⁰

Menurut Parasuraman *et al.* Kualitas pelayanan (*Service quality*) dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan nyata yang mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan/diinginkan (*expected service*). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kurang dari apa yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan tersebut memuaskan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

¹⁹ Susty Herlambang, *Manajemen Pelayanan Kesehatan rumah Sakit*, (Yogyakarta: Gosyen Publik, 2016), hal. 6

²⁰ M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabeta, 2010), hal.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Kualitas pelayanan terutama yang diberikan oleh seluruh staf yang ada pada perusahaan menunjukkan dedikasi yang tinggi dari seluruh staf sesuai arahan yang diberikan oleh pemimpin perusahaan. Total kualitas pelayanan bagi keseluruhan manajemen perusahaan mulai dari seluruh atribut produk jasa sampai dengan purna jual telah mendapat perhatian prima dari perusahaan. Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Harapan para pelanggan didasarkan pada informasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lampau, dan komunikasi eksternal (iklan dan berbagai bentuk promosi perusahaan lainnya).²¹

b. Pelayanan Prima

Pelayanan prima atau service excellence merupakan sebuah bentuk keharusan atau tuntutan dalam industry jasa maupun dagang ketika menghadapi konsumen atau pelanggan. Didunia bisnis persaingan sangat ketat, hal ini yang kemudian mengakibatkan para penjual harus memberikan servis yang memuaskan kepada para pelanggannya. Karena jika tidak

memberikan pelayanan yang baik maka para pelanggannya akan beralih ke yang lainnya.

Dalam melayani seorang nasabah, petugas bank harus memberikan pelayanan prima kepada nasabahnya. Pelayanan prima dapat diartikan sebagai kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan agar mereka setia pada perusahaan tersebut.²²

Pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kinerja yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Ada beberapa faktor pendukung yang dapat mempengaruhi pelayanan yang baik. Pertama, faktor manusia yang memberi pelayanan tersebut, yang melayani pelanggan harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Kedua, pelayanan yang baik juga diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakuratan pekerjaan.

Ciri-ciri pelayanan perbankan yang baik adalah:

- 1) Tersedianya karyawan yang baik
- 2) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
- 3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah dari awal hingga selesai

- 4) Mampu berkomunikasi dengan baik
- 5) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
- 6) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- 7) Berusaha memahami kebutuhan nasabah
- 8) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.²³

2. Kepuasan

a. Pengertian Kepuasan

Kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa lain “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat). Secara sederhana dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.²⁴

Menurut Kotler kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.²⁵ Menurut Oliver kepuasan berarti “cukup” atau “cukup untuk kelebihan”. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai respon pemenuhan pelanggan. Ini juga telah digambarkan sebagai sebuah proses oleh Rust dkk dan teori proses yang paling banyak diadopsi

²³ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 38

²⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Jawa Tengah; Banyumedia Publishing, 2007), hal. 349

adalah diskonfirmasi harapan dimana kepuasan dilihat dari sebagian besar yang didasarkan pada pemenuhan atau melebihi harapan.²⁶

Dalam ilmu ekoomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut qana'ah. Kepuasan dalam Islam merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniyah. Kepuasan dalam Islam mendorong konsumen muslim bersikap adil. Konsep Kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur. Sedangkan konsep kerja dalam Islam dianggap sebagai salah satu jenis ibadah. Seorang muslim haruslah mendahulukan orang lain dan memastikan bahwa apapun yang ia buat tidak akan menimbulkan kerugian bagi orang lain, bahkan seharusnya memberikan manfaat bagi orang lain. Dalam penelitian ini nasabah didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman dari pihak bank.²⁷

b. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan

Berikut terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah:

1) Kualitas Produk

²⁶ Ambardi Juniawan, "Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Pada Bank Umum Syariah Di Jakarta", *Jurnal Liquidity* Vol. 3, No. 1, Jakarta, 2014, hal. 52

²⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta,

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas pada seseorang jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ini adalah dimensi yang global dan paling tidak ada 5 elemen dari kualitas produk yaitu *performance, durability, feature, consistency, dan design*.

2) Sistem Pelayanan Yang Baik

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan. Service quality sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak mengherankan kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit di tiru.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk atau merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat merasa puas.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

5) Biaya dan Kemudahan Mendapatkan Produk

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.²⁸

6) Pengukuran Kepuasan

Mengukur kepuasan konsumen bagi perusahaan sangatlah penting karena sangat terkait keberhasilan perusahaan di masa mendatang. Oleh sebab itu dibutuhkan metode pengukuran yang tepat sehingga dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan data yang akurat.

Menurut *Kotler* dan *Keller* untuk mengukur kepuasan pelanggan ada empat metode yaitu sebagai berikut:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berpusat pada pelanggan hendaknya memberi kesempatan kepada pelanggannya untuk menyampaikan keluhan, kritik, dan saran kepada perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai media seperti kotak saran, telepon layanan konsumen, dan kartu komentar.

²⁸ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal. 158

Dari informasi tersebut, perusahaan dapat dengan cepat memperbaiki masalah-masalah yang ada sehingga tidak lagi mengganggu kenyamanan pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan.

2) *Ghost* atau *Mystery Shopping*

Dapat dijalankan dengan cara memperkerjakan beberapa orang yang berfungsi sebagai pelanggan potensial perusahaan dan pesaing. Tujuannya untuk menggali informasi mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri dan perusahaan pesaing.

3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan sewajarnya dapat menghubungi dan menanyakan kepada pelanggan yang telah berhenti membeli produk atau jasa dan beralih kepada pesaing, agar perusahaan dalam mengetahui permasalahan dan dapat segera memperbaikinya.

4) Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar perusahaan melakukan penelitian melalui survei untuk mengukur kepuasan pelanggan. Dengan metode ini, perusahaan dapat memperoleh tanggapan dan umpan balik dari pelanggan.

3. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank berasal dari kata *banque* (bahasa Perancis) dan dari kata *banco* (bahasa Italia) yang berarti peti/lemari, yang menjelaskan fungsi dari bank komersial yaitu: *Pertama*, menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman. *Kedua*, menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa.

Bank syariah terdiri dari dua kata, yaitu Bank dan Syariah. Kata Bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berkelibahan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.²⁹

Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.³⁰

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, perbankan syariah adalah segala sesuatu yang tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan

²⁹ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah Cetakan Kedua*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hal. 1

³⁰ Drs.Suharso dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*, (Semarang: CV. Widya Karya), hal. 75

usahanya. Sedangkan bank syariah sendiri adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah ini dijelaskan bahwa perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat.³¹

Bank syariah juga disebut sebagai bank Islam yaitu bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadist. Ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.³² Dalam tata cara bermuamalat itu di jauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur riba, untuk diisi dengan kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan atau praktik-praktik usaha yang dilakukan di zaman Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya, tetapi tidak dilarang oleh beliau.

Ketentuan dasar ekonomi Islam diantaranya adalah larangan riba. Untuk penerapan dalam transaksi khususnya

³¹ Undang-Undang Republik Indonesia 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

³² Karnaen Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Islam*, (Yogyakarta:Dana Bhakti Wakaf, 1992), hal. 2

perbankan agar terhindar dari riba. Pengertian riba sendiri yaitu memakan harta sesama manusia dengan jalan yang batil.³³

b. Fungsi Bank Syariah

Peran dan fungsi bank syariah, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Sebagai tempat penghimpun dana dari masyarakat atau dunia usaha dalam bentuk tabungan, serta menyalurkannya kepada sektor riil yang membutuhkan,
- 2) Sebagai tempat investasi bagi dunia usaha dengan menggunakan alat-alat investasi yang sesuai dengan syariah.
- 3) Menawarkan berbagai jasa keuangan berdasarkan upah dalam sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan .
- 4) Memberikan jasa sosial seperti pinjaman kebajikan, zakat, dan dana sosial lainnya yang sesuai dengan ajaran Islam.³⁴

c. Jenis Bank Syariah

1) Bank Umum Syariah (BUS)

Kegiatan usaha atau jumlah produknya yang dilakukan oleh Bank Umum Syariah (BUS) sebagaimana ditentukan dalam Pasal 19 dan 20 UU Perbankan Syariah tersebut, skalanya lebih besar dan lebih luas dibandingkan dengan kegiatan usaha yang boleh dilakukan oleh BPRS.

2) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

³³ Syarif Arbi, *Mengenal Bank dan Lembaga Keuangan Narkoba*, (Jakarta: Djambatan, 2013), hal. 212-213

³⁴ M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah*, (Jakarta: GemaInsani, 2001), hal. 34

Kegiatan usahanya atau jumlah produknya yang dilakukan oleh BPRS biasanya dalam jumlah sedang-sedang saja atau lebih kecil dibandingkan dengan BUS.

d. Prinsip Bank Syariah

Menurut Veithzal dalam menjalankan aktivitasnya, bank syariah menganut prinsip-prinsip:

- 1) Prinsip keadilan, prinsip tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dan nasabah.
- 2) Prinsip kemitraan, bank syariah menempatkan nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank yang sederajat sebagai mitra usaha. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, risiko dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank.
- 3) Prinsip ketentraman, produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Dengan demikian, nasabah akan merasakan ketentraman lahir maupun batin.
- 4) Prinsip transparan atau keterbukaan, melalui laporan keuangan bank yang terbuka secara berkeseimbangan, nasabah dapat mengetahui tingkat keamanan dan kualitas manajemen bank.

- 5) Prinsip Universalitas, bank dalam mendukung operasionalnya tidak membeda-bedakan suku, agama, ras, golongan, agama dalam masyarakat dengan prinsip Islam.
- 6) Tidak ada riba (*non-usurious*)
- 7) Laba yang wajar (*legitimate profit*)

Pelaksanaan prinsip-prinsip di atas yang merupakan pembeda utama antara bank syariah dengan bank konvensional. Dengan demikian, dalam operasinya bank syariah mengikuti aturan dan norma Islam, seperti yang dijelaskan diatas, yaitu:

- 1) Bebas dari bunga (*riba*);
- 2) Bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (*masyir*);
- 3) Bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*);
- 4) Bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah (*bathil*);
- 5) Hanya membiayai kegiatan usaha yang halal.³⁵

4. Dimensi CARTER

Salah satu model pengukuran kualitas pelayanan adalah dengan menggunakan dimensi CARTER (*Compliance, Assurance, Realibility, Tangibles, Empathy dan Responsiveness*) yang telah dikemukakan oleh Othman dan Owen pada salah satu penelitiannya di KFH (Kuwait Finance House) pada tahun 2001.

³⁵ Veithzal Rivai, et al, *Bank And Financial Institution Management*, ed. 1, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 759-760

Penelitian Othman dan Owen ini memodifikasi dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithnal dan Berry pada tahun 1985 yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis industri jasa. Sebelum mengelompokkan ke dalam lima dimensi, peneliti berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa, yaitu *access, communication, competence, courtesy, credibility, reliability, responsiveness, security, understanding, dan tangibles*. Selanjutnya, Parasuraman pada tahun 1988 melakukan kembali penelitian pada kelompok fokus, baik pengguna maupun penyedia jasa. Akhirnya ditemukan hasil bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara *communication, competence, courtesy, credibility, dan security* yang kemudian dikelompokkan menjadi satu dimensi, yaitu *assurance*. Demikian pula halnya mereka yang mengemukakan hubungan yang sangat kuat diantara *access* dan *understanding*, yang kemudian digabung menjadi satu dimensi, yaitu *empathy*. Akhirnya Parasuraman pada tahun 1998 mengemukakan lima dimensi pelayanan, yaitu berwujud (*tangibles*), reliabilitas, ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), empati (*emphaty*).³⁶

Othman dan Owen memodifikasi dimensi pelayanan (SERVQUAL) oleh Parasuraman itu dengan menambahkan satu dimensi lagi. Satu dimensi yang akan ditambahkan yaitu dimensi *compliance* yang

³⁶ Farid Jasfar, Manajemen Jasa, (Jakarta: Ghalia Indonesia, Cet. Ke-1, 2005), hal. 51

dikenal dengan *Compliance with Islamic law* (kepatuhan terhadap hukum Islam), *which means the ability to fulfill with Islamic law and operate under the principles of Islamic banking and economy.* Kepatuhan, yang berarti kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip perbankan Islam dan ekonomi.³⁷

Othman dan Owen melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan pada perbankan syariah yang dipublikasikan dengan judul “*Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House International*”, dimuat pada *Journal of Islamic Financial Services*”. Dalam penelitian yang digunakan model CARTER untuk mengukur kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dalam model CARTER ini diukur dari enam dimensi, yakni dimensi:

a. *Compliance* (Kepatuhan)

Compliance (Kepatuhan) adalah kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi dibawah prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam. Dalam melaksanakan tugasnya bank syariah tidak boleh menyeleweng dari ajaran Islam (batil) namun harus selalu tolong menolong agar tercipta kemaslahatan. Sebagaimana firman Allah dalam QS. An-Nisa ayat 29:

³⁷ Abdul Qawi Othman dan Lyn Owen, “*Adopting And Measuring Customer Service Quality In Islamic Banks: A Case Study N Kuwait Finance House*”, *International Journal Of Islamic Service*, Vol.3 No.1, 2001, hal. 10

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَكُوْنُوْا كَالَّذِيْنَ بَاعُوْا نَفْسَهُمْ سَعِيْۙ
ۙاَۤاِۙۤa

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”³⁸

b. Assurance (Jaminan)

Assurance (Jaminan) adalah kemampuan penyedia jasa dalam hal ini perbankan Islam untuk meyakinkan kepada nasabahnya. Indikator dari secara lisan maupun tertulis kepada nasabah, sopan santun pegawai, penguasaan pegawai atas produk dan jasa yang ditawarkan, kinerja dari fasilitas yang meyakinkan, serta penyediaan fasilitas yang memudahkan nasabah mengakses bank.³⁹

Dalam pelayanan untuk nasabah, pegawai harus menjaga keramahtamahan dan kesopanan. Seringkali orang tertarik membeli suatu produk karena keramahtamahan yang diperlihatkan oleh penjual. Keramahtamahan ini terkait dengan sikap terhadap orang lain. Menjaga kata-kata dari ucapan dan ungkapan yang buruk dan menyakiti perasaan orang lain. Menjaga perbuatan dan sikap yang

³⁸ Kementerian Agama RI. *Syamil Quran Bukhara (tajwid dan terjemah) Akhmiyah*, (Jakarta: Sygma Exa Grafika, 2010), hal. 83

³⁹ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*, (Jakarta: PRENAMEDIA GROUP, 2017), hal. 208

menyakiti orang lain, termasuk menunjukkan wajah ceria di hadapan siapa pun.⁴⁰

Dalam Islam memberikan pelayanan harus bersikap lemah lembut, hal tersebut dijelaskan di dalam Al-Qur'an Surat Al-Imran ayat 159:

أَمْ يَدْعُونَ إِلَىٰ لَهْفٍ عَلَيْهِمْ وَإِن يَدْعُوا إِلَىٰ لَهْفٍ عَلَيْهِمْ وَإِن يَدْعُوا إِلَىٰ لَهْفٍ عَلَيْهِمْ وَإِن يَدْعُوا إِلَىٰ لَهْفٍ عَلَيْهِمْ

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

c. *Reliability* (Keandalan)

Reliability (Keandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

Reliability dinilai dari kemampuan bank dalam memberikan layanan yang konsisten, konsisten dengan yang dijanjikan kepada nasabah, misalnya dalam hal pemenuhan

⁴⁰ Dede Rodin, *Tafsir Ayat Ekonomi*, (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, Cet. Ke-1, 2015), hal. 173

terhadap jam operasi, konsistensi pegawai dalam melayani, penyediaan produk yang sesuai dengan janji, dan lain-lain. Sebagai firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl ayat 91:

بِعَهْدِكُمْ بِهٖ ۙ لَآ اِثْمَ ۙ بِهٖ ۙ

“Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.”

d. *Tangibles* (Wujud Fisik)

Tangibles (Wujud Fisik) adalah kemunculan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan komunikasi.⁴¹ Dimensi ini berkenaan dengan hal-hal fisik yang dapat dengan mudah dilihat oleh nasabah. Indikator dari dimensi wujud fisik ini adalah penampilan gedung atau kantor, kebersihan ruangan, penampilan pegawai, lokasi bank dan lain-lain yang sifatnya fisik.

Penting bagi para pelaku lembaga keuangan syariah untuk menjalankan operasional perusahaannya memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawan dalam hal berpakaian, berperilaku atau beretika. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-A’Raf ayat 26:

لَا يَأْتِي ۙ بِهٖ ۙ لَآ اِثْمَ ۙ بِهٖ ۙ

⁴¹ Othman, “Adopting..., hal. 10-11

“Hai anak Adam. Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan dan pakain takwah itulah yang paling baik yang demikian itu adalah sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat.”

e. *Emphaty* (Kepedulian)

Emphaty (Kepedulian) adalah kemampuan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan. Indikator dari *emphaty* adalah keinginan untuk memahami kebutuhan nasabah, pengembangan produk yang sesuai dengan keinginan nasabah, perhatian terhadap nasabah, kecepatan dalam melayani.

Allah menyerukan kepada manusia untuk selalu berlaku adil dan berbuat baik kepada orang lain. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl ayat 90:

وَأْمُرْ بِالْعَدْلِ وَالْإِخْتِافِ إِلَىٰ رَبِّكَ وَأَنَّكَ إِلَىٰ رَبِّكَ الْعَاثِرُونَ
وَأَنَّكَ إِلَىٰ رَبِّكَ الْعَاثِرُونَ
وَأَنَّكَ إِلَىٰ رَبِّكَ الْعَاثِرُونَ

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”

f. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Responsiveness (Ketanggapan) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat. Kesiediaan bank memberikan tanggapan secara cepat kepada nasabah dalam menindaklanjuti keluhan dengan memberikan informasi yang jelas.

Islam menganjurkan untuk bekerja dengan cepat dan tanggap sehingga tidak menyia-nyiakan amanat yang ditanggungnya. Sebagaimana firman Allah QS. Al-Isra ayat 34:

اَلْأَيْدِي أَلَيْسَ فِي الْيَتَامَىٰ وَالسَّارِقِينَ وَالَّذِينَ إِذَا أَتَاهُم مَّا مَلَكَتْ أَيْدِيهِم مَّا جَاءَهُمْ بِالْحَقِّ لَئِن لَّمْ يَآخُذُوا بِالْعَهْدِ

“Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji, sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawabannya.”

B. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini, berikut penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian. Penelitian terdahulu merupakan bagian yang penting dalam sebuah karya ilmiah, dengan tinjauan penelitian terdahulu dimaksudkan terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan seperti plagiarisme. Tujuan utamanya adalah untuk menginformasikan kepada pembaca hasil-hasil penelitian lain yang berkaitan erat dengan penelitian yang dilakukan saat itu, menghubungkan penelitian dengan literatur-literatur yang ada, dan mengisi celah-celah dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Peneliti menuliskan beberapa penelitian terdahulu dalam tabel sebagai berikut:

1. Ramadani, dkk.⁴²

⁴² Orin Verawati Ramadani, Abdul Rahman Kadir, Abdullah Sanusi, *Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BMT Barokatul Ummah Di Kabupaten Merauke*, Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship (HJABE), Vol. 2 No. 3, Juli 2019, hal.65-75

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua aspek dimensi Assurance, Reliability, Tangible, dan Responsiveness telah dijalankan dengan baik, dan mempunyai pengaruh positif dan signifikan kepada kepuasan nasabah pada BMT Barokatul Ummah. Dalam penelitian Ramadani, penggunaan Model Charter untuk mengukur kepuasan nasabah pada BMT Barokatul. Jelas BMT atau *baitul maal* sejenis koperasi ini berbeda dengan Sistem Operasi Bank yang dipilih sebagai objek penelitian oleh peneliti di sini. Namun, pengukuran kepuasan nasabah dengan Model Charter ini sama dengan penelitian ini yakni menggunakan model yang diperkenalkan oleh Othman and Owen.⁴³

2. Restu Khaliq⁴⁴

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan CARTER yang terdiri dari compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, responsiveness terhadap kepuasan nasabah pada bank Syariah Mandiri Banjarmasin. Baik penelitian sebelumnya dan penelitian saat ini peneliti lakukan, keduanya sama menggunakan Model Charter untuk mengukur kepuasan nasabah terhadap bank, khususnya bank berbasis syariah seperti Mandiri dan BNI. Berangkat dari penelitian ini pula, peneliti hanya mampu memilih 20 responden langsung dengan random sampling

⁴³ Othman, A., Owen, L., 2001, The Multi Dimensionality of Carter Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry: A Study in Kuwait Finance House. International Journal of Islamic Financial Services Vol. 3. No. 4.

⁴⁴ , Restu Khaliq, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan*, Relevance: UIN Antasari Banjarmasin, Vol 2, No. 1, Juni 2019, hal. 177-188.

mengingat pembatasan dari pihak bank dikarenakan pandemi kendati nasabah pada bank pilihan banyak. Dari data yang terhimpun yakni tahun 2019 saja, nasabah yang tercatat di BNI Syariah kcp Mojekerto sebanyak 1718 nasabah. Oleh karenanya, 100 nasabah sebagai responden dirasa cukup merepresentasikan kepuasan nasabah terhadap pelayanan Bank. Dilihat dari model Charter ini.

3. Abu Amar Fauzi⁴⁵

Penelitian ini diarahkan untuk mengeksplorasi persepsi nasabah terhadap kualitas layanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah di Indonesia. Structural Equation Model (SEM) berdasarkan teknik regresi nonlinier partial least square (PLS) pada aplikasi WarpPLS 5.0 digunakan untuk menganalisis data yang didapatkan dari survei terhadap 97 nasabah Bank Muamalat Indonesia di Surabaya. Dalam penelitiannya, Model Charter digunakan untuk mengukur masing-masing dimensi tertinggi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam bermitra dengan bank. Namun dalam penelitian terbaru ini selain mengukur dimensi mana yang paling berpengaruh, peneliti mencoba menganalisis dimensi apa saja yang perlu diperbaiki dan dikembangkan di Bank yang diteliti untuk mencapai kepuasan nasabah yang bermitra.

⁴⁵ Abu Amar Fauzi, *Mengukur Pengaruh Kualitas Layanan Model CARTER terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah Indonesia*, Journal of Business and Banking STIE Perbanas Surabaya Vol. 6 No. 2, November 2016 – April 2017, hal. 301-314

4. Putri Dwi Cahyani⁴⁶

Kesimpulan dari penelitian ini mengenai kepuasan pelanggan tentang kualitas pelayanan di bank syariah telah di atas moderat (cukup tinggi). Faktor yang memberikan efek besar bagi kepuasan pelanggan di perbankan syariah adalah faktor responsiveness, compliance, dan empathy. Dengan analisis varians disimpulkan bahwa kualitas setiap bank syariah tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Perbedaan mungkin akan sulit ditemukan antara penelitian milik Cahyani dengan penelitian ini. Sebab keduanya sama sama menggunakan model Charter untuk mengukur kepuasan nasabah bermitra dengan Bank berbasis syariah. Perbedaan paling kentara adalah pemilihan jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini.

5. Ambardi Juniawan⁴⁷

Penelitian ini menggunakan Multiple Analisis regresi, menghasilkan empat dimensi kualitas layanan, yaitu jaminan, kehandalan, berwujud dan empati. Dimensi ini dapat memengaruhi pelanggan yang positif kepuasan. Dimensi lain seperti kepatuhan tidak dapat memberikan pengaruh positif pada pelanggan kepuasan. Jika pada penelitian Juniawan, menggunakan analisis regresi multiple, pada penelitian kali ini dipilihlah Structural Equation Model (SEM) yakni

⁴⁶ Putri Dwi Cahyani, *Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta*, Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 6 No. 2, Oktober 2016, hal. 151-162.

⁴⁷ Ambardi Juniawan, *Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah Pada Bank CARTER (Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, dan Responsiveness)*, Jurnal Liquidity: STIE Ahmad Dahlan Jakarta, Vol. 3, No. 1, Januari –Juni 2014, hal. 51-59.

berdasarkan teknik regresi nonlinier partial least square (PLS) pada aplikasi WarpPLS 5.0 untuk menganalisis data yang didapatkan dari survei terhadap 100 nasabah sebagai responden.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

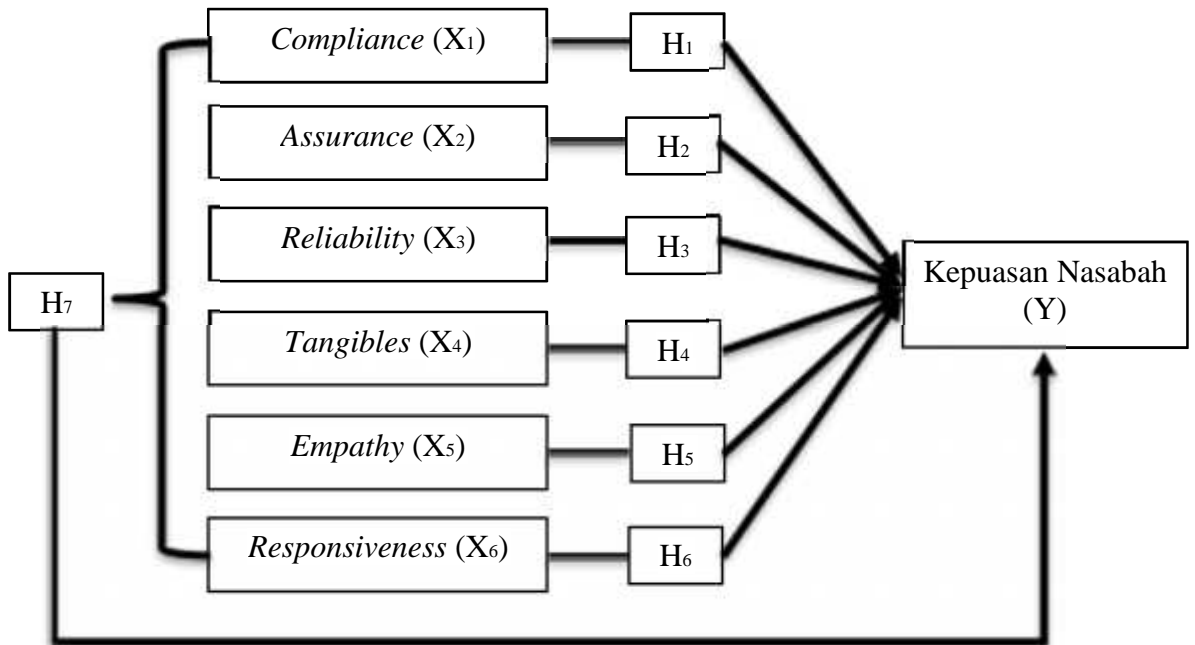
No	Nama dan judul penelitian	Metode penelitian	Persamaan penelitian	Perbedaan penelitian
1.	Ramadani, dkk Analisis Pengaruh Shariah Compliance Dan Assurance Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Barokatul Umah Di Kabupaten Merauke	Penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu sample random smapling	1. Menggunakan metode CARTER 2. Menggunakan penelitian kuantitatif	1. Hanya menggunakan variabel <i>compliance</i> dan <i>assurance</i> 2. Objek penelitian
2.	Restu Khaliq Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan	Penelitian kuantitatif yang menggunakan teknik random sampling. Metode penelitian menggunakan <i>Partial Least Square (LPS)</i>	1. Menggunakan metode CARTER 2. Menggunakan penelitian kuantitatif	1. Objek penelitian 2. Jumlah responden
3.	Abu Amar Fauzi Mengukur Pengaruh Kualitas Layanan Model CARTER terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah Indonesia	Penelitian kuantitatif yang menggunakan dua teknik yaitu <i>judgment sampling</i> dan <i>snowball sampling</i> . <i>Structural Equation Model (SEM)</i> berdasarkan teknik regresi nonlinier partial least square (PLS) pada aplikasi WarpPLS 5.0	1. Menggunakan metode CARTER 2. Menggunakan penelitian kuantitatif	1. Menggunakan teknik <i>judgment sampling</i> dan <i>snowball sampling</i> 2. <i>Structural Equation Model (SEM)</i> berdasarkan teknik regresi nonlinier partial least square (PLS) pada aplikasi WarpPLS 5.0 3. Objek penelitian
4.	Putri Dwi Cahyani Tingkat Kepuasan	Menggunakan penelitian kuantitatif.	1. Menggunakan metode CARTER	1. Objek penelitian 2. Pengambilan

	Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta	Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dan convenience sampling. Menggunakan analisa jalur	2. Menggunakan penelitian kuantitatif	sampel menggunakan metode purposive sampling dan convenience sampling. 3. Menggunakan analisa jalur
5.	Ambaradi Juniawan <i>Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah Pada Bank CARTER (Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, dan Responsiveness)</i>	Penelitian ini menggunakan Multiple Analisis regresi. Structural Equation Model (SEM) yakni berdasarkan teknik regresi nonlinier partial least square (PLS) pada aplikasi WarpPLS 5.0	1. Menggunakan metode CARTER 2. Menggunakan penelitian kuantitatif	1. Objek penelitian 2. menggunakan Multiple Analisis regresi 3. Structural Equation Model (SEM) yakni berdasarkan teknik regresi nonlinier partial least square (PLS) 4. Responden 100

C. Kerangka Teori

Kerangka teori dari penelitian ini mengacu pada penelitian Othman dan Owen, enam variabel pengukuran kualitas pelayanan yaitu menggunakan model CARTER yaitu *Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy* dan *Responsiveness*.

Gambar 2.1
Kerangka Teoritis



Dari penyusunan kerangka teoritis diatas dapat dijelaskan bahwa Kualitas pelayanan memiliki 7 dimensi, yaitu *Compliance* sebagai variabel X1, *Assurance* sebagai varibael X2, *Reliability* sebagai variabel X3, *Tangibles* sebagai variabel X4, *Empathy* sebagai variabel X5, *Responsiveness* sebagai X6 dan *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangibles*, *Empathy* dan *Responsiveness* sebagai X7. Sedangkan kepuasan nasabah penabung sebagai variabel Y.

Kualitas pelayanan dapat menjadi alat ukur untuk mengukur kepuasan nasabah dan seberapa tingkat pelayanan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah serta sesuai dengan yang menjadi harapan nasabah.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.⁴⁸

Adapun hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Hubungan *Compliance* (Kepatuhan) dengan Kepuasan Nasabah

Hubungan *Compliance* dengan Kepuasan nasabah adalah *Compliance* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik penerapan *compliance* maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

H1 = *Compliance* (Kepatuhan) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hasanah.

2. Hubungan *Assurance* (Jaminan) dengan Kepuasan Nasabah

Hubungan *Assurance* dengan Kepuasan nasabah adalah *Assurance* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik penerapan *assurance* maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

H2 = *Assurance* (Jaminan) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hasanah.

3. Hubungan *Reliability* (Kendalan) dengan Kepuasan Nasabah

Hubungan *Reliability* dengan Kepuasan nasabah adalah *Reliability* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin

⁴⁸ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi, (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2012), hal. 143

baik penerapan *reliability* maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

H3 = *Reliability* (Kendalan) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hasanah.

4. Hubungan *Tangibles* (Wujud Fisik) dengan Kepuasan Nasabah

Hubungan *Tangibles* dengan Kepuasan nasabah adalah *Tangibles* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Jadi semakin baik penerapan *tangibles* maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

H4 = *Tangibles* (Wujud Fisik) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hasanah.

5. Hubungan *Empathy* (Kepedulian) dengan Kepuasan Nasabah

Hubungan *Empathy* dengan Kepuasan nasabah adalah *Empathy* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Jadi semakin baik penerapan *empathy* maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

H5 = *Empathy* (Kepedulian) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hasanah

6. Hubungan *Responsiveness* (Daya Tanggap) dengan Kepuasan Nasabah

Hubungan *Responsiveness* dengan Kepuasan nasabah adalah *Responsiveness* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik penerapan *responsiveness* maka semakin tinggi penengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

H6 = *Responsiveness* (Daya Tanggap) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hasanah.

7. Hubungan *Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy* dan *Responsiveness* (CARTER) dengan kepuasan nasabah

Hubungan CARTER dengan kepuasan nasabah adalah CARTER mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Semakin baik penerapan CARTER maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

H7 = *Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy* dan *Responsiveness* (CARTER) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hasanah.