

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Sistem Operasional Perbankan Syariah

Dasar beroperasinya bank Islam yaitu yang paling menonjol adalah tidak mengenal konsep bunga uang dan yang tidak kalah pentingnya adalah untuk tujuan komersial Islam tidak mengenal peminjaman uang tetapi adalah kemitraan / kerjasama (mudharabah dan musyarakah) dengan prinsip bagi hasil, sedang peminjaman uang hanya dimungkinkan untuk tujuan sosial tanpa adanya imbalan apapun.

Didalam menjalankan operasinya fungsi bank Islam akan terdiri dari:

1. Sebagai penerima amanah untuk melakukan investasi atas dana-dana yang dipercayakan oleh pemegang rekening investasi / depositan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kebijakan investasi bank.
2. Sebagai pengelola investasi atas dana yang dimiliki oleh pemilik dana / sahibul mal sesuai dengan arahan investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana (dalam hal ini bank bertindak sebagai manajer investasi).
3. Sebagai penyedia jasa lalu lintas pembayaran dan jasa-jasa lainnya sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
4. Sebagai pengelola fungsi sosial seperti pengelolaan dana zakat dan penerimaan serta penyaluran dana kebajikan (fungsi optional)

Dari fungsi tersebut maka produk bank Islam akan terdiri dari :

1. Prinsip mudharabah yaitu perjanjian antara dua pihak dimana pihak pertama sebagai pemilik dana / sahibul mal dan pihak kedua sebagai pengelola dana / mudharib untuk mengelola suatu kegiatan ekonomi dengan menyepakati nisbah bagi hasil atas keuntungan yang akan diperoleh sedangkan kerugian yang timbul adalah resiko pemilik dana sepanjang tidak terdapat bukti bahwa mudharib melakukan kecurangan atau tindakan yang tidak amanah. Berdasarkan kewenangan yang diberikan kepada mudharib maka mudharabah dibedakan menjadi mudharabah mutlaqah dimana mudharib diberikan kewenangan sepenuhnya untuk menentukan pilihan investasi yang dikehendaki, sedangkan jenis yang lain adalah mudharabah muqayyaddah dimana arahan investasi ditentukan oleh pemilik dana sedangkan mudharib bertindak sebagai pelaksana/pengelola.
2. Prinsip Musyarakah yaitu perjanjian antara pihak-pihak untuk menyertakan modal dalam suatu kegiatan ekonomi dengan pembagian keuntungan atau kerugian sesuai nisbah yang disepakati. Musyarakah dapat bersifat tetap atau bersifat temporer dengan penurunan secara periodik atau sekaligus diakhir masa proyek.
3. Prinsip Wadiah adalah titipan dimana pihak pertama menitipkan dana atau benda kepada pihak kedua selaku penerima titipan dengan konsekuensi titipan tersebut sewaktu-waktu dapat diambil kembali, dimana penitip dapat dikenakan biaya penitipan. Berdasarkan kewenangan yang diberikan maka wadiah dibedakan menjadi wadiah ya dhamanah yang berarti

penerima titipan berhak mempergunakan dana/barang titipan untuk didayagunakan tanpa ada kewajiban penerima titipan untuk memberikan imbalan kepada penitip dengan tetap pada kesepakatan dapat diambil setiap saat diperlukan, sedang disisi lain wadiah amanah tidak memberikan kewenangan kepada penerima titipan untuk mendayagunakan barang/dana yang dititipkan.

4. Prinsip Jual Beli (Al Buyu') yaitu terdiri dari :

- a. Murabahah yaitu akad jual beli antara dua belah pihak dimana pembeli dan penjual menyepakati harga jual yang terdiri dari harga beli ditambah ongkos pembelian dan keuntungan bagi penjual. Murabahah dapat dilakukan secara tunai bisa juga secara bayar tangguh atau bayar dengan angsuran.
- b. Salam yaitu pembelian barang dengan pembayaran dimuka dan barang diserahkan kemudian.
- c. Ishtisna' yaitu pembelian barang melalui pesanan dan diperlukan proses untuk pembuatannya sesuai dengan pesanan pembeli dan pembayaran dilakukan dimuka sekaligus atau secara bertahap.

5. Jasa-Jasa terdiri dari :

- a. Ijarah yaitu kegiatan penyewaan suatu barang dengan imbalan pendapatan sewa, bila terdapat kesepakatan pengalihan pemilikan pada akhir masa sewa disebut Ijarah mumtahiya bi tamlik(sama dengan operating lease).

- b. Wakalah yaitu pihak pertama memberikan kuasa kepada pihak kedua (sebagai wakil) untuk urusan tertentu dimana pihak kedua mendapat imbalan berupa fee atau komisi.
 - c. Kafalah yaitu pihak pertama bersedia menjadi penanggung atas kegiatan yang dilakukan oleh pihak kedua sepanjang sesuai dengan yang diperjanjikan dimana pihak pertama menerima imbalan berupa fee atau komisi (garansi).
 - d. Sharf yaitu pertukaran /jual beli mata uang yang berbeda dengan penyerahan segera /spot berdasarkan kesepakatan harga sesuai dengan harga pasar pada saat pertukaran
6. Prinsip Kebajikan yaitu penerimaan dan penyaluran dana kebajikan dalam bentuk zakat infaq shodaqah dan lainnya serta penyaluran alqardul hasan yaitu penyaluran dan dalam bentuk pinjaman untuk tujuan menolong golongan miskin dengan penggunaan produktif tanpa diminta imbalan kecuali pengembalian pokok hutang.

B. Teori Kualitas Pelayanan

1. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen.¹⁴ Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan

¹⁴ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Milenium.(Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002), hal.38

memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Dalam pengertian lain kualitas ialah mutu pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen.¹⁵

Berdasarkan beberapa definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan tamu restoran atau melebihi ekspektasi tamu.

¹⁵ Mustagfirin, A. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan frontliner terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Demak* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).

2. Dimensi Pokok Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan sebagai berikut:

- a. Responsiveness (Ketanggapan), yaitu sebuah kemampuan untuk menolong pelanggan dari ketersediaan untuk melayani pelanggan atau nasabah dengan cara yang baik.
- b. Reability (Keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijadikan dengan segera, akurat begitupun juga memuskan.
- c. Empaty (Empati), yaitu rasa peduli untuk memeberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan serta kemudahan untuk dihubungi dalam melakukan pelayanan.
- d. Assurance (Jaminan) yaitu pengetahuan, tentang kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercayai sehingga pelanggan terbebas dari resiko.
- e. Tangible (Bukti Langsung), yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. Karena kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa juga ditentukan oleh kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa tidak

mengharapkan pelanggan menggunakan jasa tersebut terlebih dahulu untuk memberikan penilaian.¹⁶

Berdasarkan kelima dimensi kualitas layanan tersebut, maka kepuasan pelanggan dapat diukur, dipahami dan dijadikan sebagai suatu hasil yang baik untuk kepentingan peningkatan kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan yang baru pertama kali maupun pelanggan yang sudah berulang-ulang menggunakan jasa tersebut.

Gummesson yang dikutip oleh Tjiptono mengidentifikasi sumber kualitas yang menentukan kualitas pelayanan yaitu:

a. *Production Quality*

Menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh kerjasama antara departemen produksi/operasi dan departemen pemasaran.

b. *Delivery Quality*

Menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat ditentukan oleh janji perusahaan terhadap konsumen.

c. *Desain Quality*

Menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ditentukan sejak pertama kali jasa tersebut dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

d. *Relationship Quality*

¹⁶ Fandi Tjiptono, *Service, quality and Satisfactio*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hal.111.

Menyatakan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh relasi profesional dan sosial antara perusahaan dan *stakeholder* (konsumen, pemasok, perantara, pemerintah, dan karyawan).

3. Konsep Kualitas Pelayanan

Komponen jasa atau layanan memainkan peran strategik dalam setiap bisnis. Pembelian sebuah barang sering dibarengi dengan unsur jasa/layanan. Demikian pula sebaliknya, suatu jasa sering diperluas dengan cara memasukan atau menambahkan produk fisik pada penawaran jasa tersebut. Umumnya pelayanan lebih bersifat *intangibles*, tidak dapat dilihat dan diraba sehingga pengguna hanya bisa dirasakan melalui pengalaman langsung.¹⁷ Namun pelayanan mencakup hal – hal yang *tangibles*, yang bisa dilihat dan diraba, berupa dimensi fisik dari pelayanan itu sendiri. Suatu perusahaan dapat dikatakan meraih sukses ketika dilihat dari faktor pelayanan pelanggan, oleh karena itu pelayanan yang baik sangat mempengaruhi banyaknya jumlah pelanggan dalam suatu perusahaan.

C. Teori Kartu Shar-E Sahabat

Kartu debit adalah kartu pembayaran yang merupakan gabungan antara kartu ATM dan kartu debit, sehingga memiliki lebih banyak fungsi dibanding kartu ATM biasa. Kartu ATM, kartu debit dan kartu kredit dikelompokkan sebagai alat pembayaran dengan menggunakan kartu tau

¹⁷ Hessel Nogi S. Tangkilisan, M.Si, *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2007), hal 208

APMK. Sementara itu, kartu prebayar kinitidak lag digolongkan sebagai APMK melainkan uang elektronik (*e-money*). Saat ini, penyelenggaraan APMK diatur dalam PBI Nomor 11/11/PBI/2009 jo. PBI Nomor 14/12/PBI/2012 tentang Penyelenggaraan Kegiatan APMK.

Kartu debit adalah jenis APMK yang dapat digunakan untukmelakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelian, yakni kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada bank atau lembaga selain bank (LBS) yang berwenang untuk menghimpun dana sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.¹⁸

Pada prinsipnya kemanfaatan kartu ATM berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk usaha-usaha yang bergerak dibidang jasa, ada 6 (enam) komponen kualitas jasa yang terdiri dari penarikan tunai, setoran tunai, pembelian, transfer dana, pembayaran, dan bentuk pembelian.¹⁹

Lembaga selain bank (LBS) yang akan melakukan kegiatan sebagai prinsipal, penerbit, *acquirer*, penyelenggarakliring, dan penyelenggara kliring dan penyelenggara penyelesaian akhr yang telah memperoleh izin dari BI.Penerbit wajib menerakan prinsip perlindungan nasabah

¹⁸ Syaipullah, 2011, *Pengaruh Kemanfaatan Kartu ATM terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Pekanbaru*, (Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau,2011), hal.21.

dalam menyelenggarakan kegiatan APMK yang antara lain dilakukan dengan menyampaikan informasi tertulis kepada pemegang kartu atas APMK yang diterbitkan. Informasi tersebut wajib menggunakan bahasa Indonesia yang jelas dan mudah dimengerti, ditulis dalam huruf dan angka yang mudah dibaca oleh pemegang kartu.

Kartu debit juga merupakan alat pembayaran dengan menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelian, dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada Bank atau Lembaga Selain Bank yang mendapat persetujuan untuk menghimpun dana. Kartu Debit dapat digunakan sepanjang pemegang kartu tidak melampaui saldo yang tersedia dalam rekeningnya. Tidak ada beban bunga yang timbul akibat transaksi. Untuk penarikan uang tunai dan pembayaran harga barang dan jasa tersebut, rekening nasabah didebet seketika oleh penerbit kartu. Kartu Debit tidak memberikan fasilitas kredit apa pun kepada pemegang kartu

Penerbit kartu ATM atau kartu debit wajib memberikan informasi tertulis kepada pemegang kartu, paling kurang meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Prosedur dan tata cara pengguna kartu, fasilitas yang melekat pada kartu, dan kartu yang mungkin timbul dari pengguna kartu tersebut.

2. Hak dan kewajiban pemegang kartu, paling kurang meliputi hal-hal sebagai berikut:
 - a. Hal-hal penting yang harus diperhatikan oleh pemegang kartu dalam penggunaan kartunya, termasuk segala konsekuensi atau risiko yang mungkin timbul dari penggunaan kartu. Misalnya, tidak memberikan PIN kepada orang lain dan berhati-hati saat melakukan transaksi melalui mesin ATM.
 - b. Hak dan tanggung jawab pemegang kartu apabila terjadi berbagai hal yang mengakibatkan kerugian bagi pemegang kartu atau penerbit, baik yang disebabkan karena adanya kepaluan kartu, kegagalan sistem penerbit, atau sebab lainnya.
 - c. Jenis dan besarnya biaya yang dikenakan.
 - d. Tata cara dan konsekuensi jika pemegang kartu tidak lagi berkeinginan menjadi pemegang kartu.
3. Tata cara pengajuan pengaduan yang berkaitan dengan penggunaan kartu dan perkiraan waktu penanganan pengaduan tersebut.

Kartu ATM merupakan produk dari perbankan yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa, yang mana merupakan kartu khusus dikeluarkan Bank yang diberikan kepada pemilik rekening untuk bertransaksi secara elektronik atas rekening nasabah. Kartu ATM berguna sebagai alat bantu untuk melakukan transaksi dan memperoleh informasi perbankan secara elektronik.²⁰

²⁰ *Ibid.*, hal 16.

Tabungan iB Muamalat Sahabat, memiliki kemudahan dan keuntungan. Salah satu keuntungan ialah sebagai pemilik Tabungan iB Muamalat Sahabat, bisa mendesain sendiri kartu ATM sesuai dengan identitas almamater, komunitas, atau perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa kartu Sahabat ialah fasilitas dari tabungan iB Muamalat Sahabat.

D. Teori Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.²¹

Walaupun perusahaan yang berpusat pada pelanggan berupaya untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi dengan menurunkan harganya atau meningkatkan jasanya, kemungkinan hasilnya adalah laba yang lebih rendah. Perusahaan mungkin mampu meningkatkan profitabilitasnya dengan sarana lain daripada meningkatkan kepuasan. Perusahaan juga memiliki banyak pihak berkepentingan, termasuk karyawan, penyalur, pemasok, dan pemegang saham. Mengeluarkan lebih banyak biaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan mungkin mengalihkan dana dari meningkatkan kepuasan

²¹Thomas S. Kaihatu, dkk., *Manajemen Komplain*, Ed. 1 (Yogyakarta: Andi, 2015), hlm. 177

mitra yang lain. Akhirnya perusahaan harus beroperasi berdasarkan filosofi bahwa ia mencoba untuk menyerahkan satu tingkat kepuasan tinggi dengan unduk pada penyerahan tingkat kepuasan yang dapat di terima kepada pemercaya lain, dengan adanya sumber daya totalnya.

a. Mengukur Kepuasan

Banyak perusahaan secara sistematis mengukur kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang membentuknya. Sebuah pelanggan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Pelanggan yang sangat puas umumnya lebih lama setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produksi yang ada, membicarakan tentang hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, tidak banyak memberi perhatian pada merek pesaing dan tidak terlalu peka terhadap harga, menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan lebih sedikit biaya untuk melayani pelanggan baru karena transaksinya bersifat rumit.²²

Kaitan antara kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan tidak bersifat proporsional. Andaikan kepuasan pelanggan diberi peringkat dengan skala satu sampai lima, pada level kepuasan pelanggan yang sangat rendah (level satu), para pelanggan cenderung menjauhi perusahaan dan menyebarkan cerita jelek tentang perusahaan tersebut. Pada level dua

²² Santoso, Singgih, dan Tjiptono, Fandy, *“Riset Pemasaran : Konsep dan Aplikasi dengan SPSS”*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), hal.4

sampai empat, pelanggan agak puas, tetapimasih merasa mudah untuk beralih ketika tawaran yang lebih baik muncul. Pada level lima, pelanggan cenderung membeli ulang dan bahkan menyampaikan cerita pujian tentang perusahaan. Kepuasan tau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan tersebut, tidak sekedar kelebihan-sukaan rasional. Pelanggan yang “sepenuhnya puas” itu enam kali lebih cenderung untukmemeli ulang produk daripada para pelanggan yang “sangat puas”.

Bila pelanggan menilai kepuasan mereka berdasarkan satu unsur kinerja perusahaan katakanlah penyerahan (*delivery*)-perusahaan perlu mengakui bahwa para pelanggan itu ebeda-beda dalam mendefinisikan penyerahan barang.

b. Indikator Kepuasan

Indikator pendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk Kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan, pelanggan akan puas setelah membeli dan produk yang ternyata memiliki kualitas produk baik. Dan konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa jasa yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Harga, komponen harga sangat penting dan Pelanggan sangat sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi.

- 3) Service Quality Pelanggan akan puas jika mendapatkan pelayanan yang baik.
- 4) Emotional Factor. Kepuasan yang diperoleh berasal dari nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu .
Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang dianggap oleh orang lain berkualitas. Merek mencerminkan nilai yang dimiliki oleh produsen sebuah produk.
- 5) Biaya kemudahan, Pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan.²³

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan yaitu: ²⁴

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen atau pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginan besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya. Perusahaan tersebut harus memberikan manfaat yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggannya.

²³ Handi Irawan D. Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan. Cetakan pertama. (Jakarta: Elexmedia Komputindo,2002)hlm,37.

²⁴ Thomas S. Kaihatu, dkk., *Manajemen Komplain*, Ed. 1 (Yogyakarta: Andi, 2015), hlm. 4.

3. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan. Hal itu jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.

E. Teori Bank Syariah

1. Konsep Bank Syariah

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip prinsip syariah²⁵. Pendapat lain bahwa bank syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah²⁶. Bank Syariah adalah Bank yang berdasarkan asas-asas kemitraan, keadilan, transparan, dan universal yang di implementasikan dalam bentuk pelarangan riba dalam berbagai bentuknya, Bank Syariah tidak mengenal konsep nilai, waktu, dan ruang konsep uang di Bank Syariah adalah sebagai alat tukar, bukan sebagai komoditas, Bank Syariah tidak melakukan kegiatan yang bersifat perjudian (*maisyri*), transaksi yang tidak jelas (*gharar*) tidak hanya berlaku untuk orang islam saja tetapi juga untuk seluruh lapisan masyarakat.

²⁵ Antonio, Syafii, M., *Bank Syariah*. (Jakarta: PT Serambi Ilmu Persada, 2002), hlm.31.

²⁶ Sudarsono, H., *Bank dan lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Penerbit Ekonisia, 2004), hlm. 56.

Lembaga bisnis Islami merupakan salah satu instrumen yang digunakan untuk menegakkan aturan-aturan ekonomi Islami. Sebagai bagian dari system ekonomi, lembaga tersebut merupakan bagian dari keseluruhan sistem sosial. Oleh karenanya, keberadaannya harus dipandang dalam konteks keberadaan masyarakat, serta nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat.²⁷ Lembaga Keuangan tersebut harus beroperasi secara ketat berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip ini sangat berbeda dengan prinsip yang dianut oleh lembaga keuangan non syariah. Adapun prinsip-prinsip yang dirujuk adalah:²⁸

- a. Larangan menerapkan bunga pada semua bentuk dan jenis transaksi.
- b. Menjalankan aktivitas bisnis dan perdagangan berdasarkan pada kewajaran dan keuntungan yang halal.
- c. Mengeluarkan zakat dari hasil kegiatannya.
- d. Larangan menjalankan monopoli.
- e. Bekerjasama dalam membangun masyarakat, melalui aktivitas bisnis dan perdagangan yang tidak dilarang oleh Islam.

Hubungan ekonomi berdasarkan islam ditentukan oleh hubungan akad yang terdiri dari lima konsep dasar akad. Bersumber dari kelima konsep dasar inilah dapat ditemukan produk-produk lembaga keuangan bank syariah. Kelima konsep tersebut adalah:

²⁷ Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, Edisi 2,2005), h. 173.

²⁸ Muhammad, *Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Yogyakarta: Penerbit UII Press, 2000), h. 25.

- a. Prinsip simpanan murni (*al-wadi'ah*), merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank islam untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang berlebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk *al-wadi'ah*.
- b. Bagi hasil, (*syirkah*), adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha inilah antara bank dengan penyimpan dana, maupun antara bank dengan nasabah penerima dana.
- c. Prinsip jual beli (*at-tijarah*), merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dapat harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (*margin*).
- d. Prinsip sewa (*al-Ijarah*), terbagi dua jenis: (a) *Ijarah sewa murni* dalam teknis perbankan, bank dapat membeli dahulu *equipment* yang dibutuhkan nasabah kemudian menyewakan kepada nasabah. (b) *Ijarah bintahiyah bittamlik*, merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa.

- e. Prinsip fee/jasa (*al-ajr wal umulah*), meliputi seluruh layanan non pembiayaan yang diberikan bank, misalnya kliring, inkaso, jasa transfer dan lain-lain.²⁹

2. Fungsi Bank Syariah

Fungsi bank syariah yang diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*), sebagai berikut:

- a. Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah.
- b. Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
- c. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.
- d. Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, bank Islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelolah zakat serta dana-dana sosial lainnya.³⁰

F. Penelitian Terdahulu

- 1. Ahmad Nurul Huda dan Sri Wahyuni, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas

²⁹ Muhammad, *system dan Prosedur Bank Syariah*, (Yogyakarta: Penerbit UII Press, 2000), dalam, Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2005), h. 175-177.

³⁰ Muhammad Syafii Antonio, *Pengenalan Umum Bank Syariah*. (Jakarta: TazkiaInstitut bekerja sama dengan Bank Indonesia, 1999).

Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari kualitas layanan internet banking dan tingkat kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, dengan teknik analisis data pada penelitian ini yaitu SEM dengan menggunakan alat analisis AMOS. Penelitian ini menggunakan 105 responden sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan internet banking tidak memiliki pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui variabel intervening kepuasan mitra.³¹

Adapun perbedaan dengan penulis terdapat pada objek baik variabel dependen maupun variabel yang independen serta perbedaan tempat penelitiannya. Untuk persamaannya menggunakan metode penelitian analisis dengan alat analisis yakni SPSS dan sama membahas mengenai teori kepuasan dengan metode kuantitatif.

2. Andika Febriana dan Dra. Indrawati, M.M., Ph.D, “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA di Kota Bandung”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan mobile banking BCA terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel dari penelitian ini sebanyak 400 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan linier

³¹ Ahmad Nurul Huda dan Sri Wahyuni, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta*, (Jakarta: fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017).

berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *assurance*, *convenience*, *efficiency*, *easiness to operate* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan *reliability* dan *responsiveness* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.³²

Adapun perbedaan dengan penulis terdapat pada produk dan layanan yang dijadikan penelitian, dimana produk mobile wakaf uang NU dan kartu debit BTN Syariah yang dijadikan penelitian. Sementara persamaannya terdapat pada kepuasan nasabah yang dijadikan variabel dependennya dengan penelitian kuantitatif.

3. Mariaatul Adila, “Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT Bank BRI Syariah KC Margonda Depok)”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan *m-banking* terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank BRI Syariah KC Margonda Depok secara langsung maupun tidak langsung. Metode penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Sampel dari penelitian ini sebanyak 90 responden. Hasil dari penelitian ini bahwa layanan *m-banking* (*reability*, *assurance*, *empathy*, *tangible*, *responsiveness*, dan *efficiency*) berpengaruh positif dan signifikan

³² Andika Febriana dan Dra. Indrawati, M.M., Ph.D, *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA di Kota Bandung*,(2015)

terhadap kepuasan nasabah dan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah.³³

Adapun perbedaan dengan penulis terdapat pada jumlah produk dan layanan yang dijadikan penelitian. Sementara persamaannya terdapat pada kepuasan nasabah saja yang dijadikan variabel dependennya dengan penelitian kuantitatif dengan alat analisis SPSS.

4. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan” oleh Erike Youlandha. Penelitian ini mempunyai dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kausalitas.³⁴ Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: ada persamaan tentang kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Syariah.

Perbedaannya terdapat pada jumlah variabel yang digunakan dan objek penelitiannya yang berbeda. Sedangkan persamaannya terdapat variabel yang sama yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

5. Lady Octavia Limbong, dengan judul penelitian “Pengaruh Mutu Pelayanan dan Kinerja Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Danamon Cabang Bogor”. Penelitian ini mempunyai dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat,. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa sama-sama membahas tentang kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah

³³ Mariaatul Adila, *Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT Bank BRI Syariah KC Margonda Depok)*, (Jakarta: fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017)

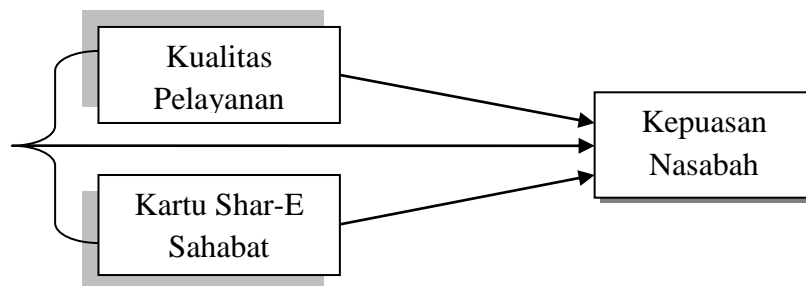
³⁴ Erike Youlandha, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan”

dan membedakan dari judul ini yaitu tidak membahas tentang fasilitas produk.³⁵

Perbedaannya tidak membahas mengenai fasilitas produk secara umum dan tempat penelitiannya pun juga berbeda. Persamaanya sama-sama membahas mengenai pelayanan, kepuasan, dan fasilitas. Dan sama-sama penelitian kuantitatif.

G. Kerangka Berfikir

Berdasarkan kerangka teori dan tinjauan pustaka diatas maka disusunlah suatu kerangka skematis yang melandasi penelitian ini:



H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis bisa diartikan sebagai proporsi atau hubungan antara dua atau lebih konsep atau variabel (generalisasi konsep) yang harus diuji kebenarannya melalui penelitian empiris. Uji hipotesis ini secara umum adalah untuk melihat adakah pengaruh antara kualitas pelayanan dan kartu

³⁵ 20Lady Octavia Limbong, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Danamon Bogor"

Shar-E Sahabat terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung.

H₁ : terdapat pengaruh yang antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

H₂ : terdapat pengaruh yang antara fasilitas kartu Shar-E Sahabat terhadap kepuasan nasabah

H₃ : terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara kualitas pelayanan dan fasilitas kartu Shar-E Sahabat terhadap kepuasan nasabah