

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Gambaran Umum BRI Syariah**

##### **1. Sejarah Singkat Berdirinya BRI Syariah**

Raden Aria Wirjaatmadja merupakan sosok pendiri awal Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang berlokasi di Purworejo, Jawa Tengah yang diberi nama *Hulp-en Spaarbank der Inlandsche Bestuur* atau bank bantuan dan simpanan milik kaum priyayi yang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Tanggal 16 Desember 1895 adalah tanggal dimana bank tersebut beridiri serta dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Berdirinya Bank Rakyat Indonesia berlandaskan Peraturan Pemerintah No.1 Tahun 1946 pasal 1 pada peraturan tersebut dinyatakan bahwa BRI merupakan bank pemerintah pertama di Republik Indonesia. Kegiatan BRI sempat berhenti sejenak dikarenakan pada saat itu dalam kondisi perang mempertahankan kemerdekaan, BRI kembali lagi beroperasi setelah diadakannya perjanjian *Renville* tahun 1949 dengan adanya perubahan nama BRI menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat.

Pengembalian fungsi Bank Indonesia menjadi bank sentral dan Bank Negara Indonesia Unit II bidang rural dan *export Import*, masing-masing digolongkan menjadi dua bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Eksport Import Indonesia yang mengacu pada Undang-Undang No 14 Tahun 1967 tentang Undang-Undang No.13 Tahun 1968 tentang Undang-Undang Bank Sentral.

Menetapkan kembali fungsi pokok BRI sebagai Bank Umum terhitung per tanggal 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 1968. Perubahan status BRI menjadi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) diatur dalam Undang-Undang Perbankan No.7 Tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 21 Tahun 1992.

Pada 2001, lahirlah BRI Syariah dengan konsep Unit Usaha Syariah dari BRI. Terdapat perbedaan dengan bank umum lainnya karena BRI yang juga diikuti BRI Syariah mempunyai target pangsa pasar tersendiri yaitu dari *segmen* kecil dan menengah. Dengan menggolongkan pangsa pasar yang *segmented* ini, tidak dipungkiri bahwa BRI sangat dekat dengan nasabah di penjuru Indonesia. BRI Syariah memberlakukan spin off sebagaimana akibat seiringnya perkembangan dunia perbankan yang semakin ketat dalam berkompetisi.

Pengakuisisi Bank Jasa Artha oleh BRI dilakukan pada tanggal 19 Desember 2007 dan diperolehnya izin dari Bank Indonesia untuk mengubah kegiatan bank tersebut dari bank umum konvensional menjadi bank umum yang berprinsip syariah pada 16 Oktober 2008. Dari peristiwa tersebut muncullah Bank umum syariah yang memiliki nama PT Bank Syariah BRI yang kemudian akrab disebut BRI Syariah sejak 17 November 2008.

BRI Syariah pada saat itu sudah tersebar di berbagai penjuru Indonesia, BRI Syariah Yogyakarta merupakan salah satu kantor cabang yang didirikan pada September 2008 dibawah naungan kantor cabang induk BSD City. Berlokasi di tengah kota Yogyakarta dengan beralamatkan di Jalan Yos Sudarso No. 1 Yogyakarta. Lokasi tersebut salah satu lokasi yang strategis karena terletak di

jantung Kota Yogyakarta. Keberadaan BRI Syariah Yogyakarta ditengah-tengah masyarakat Yogyakarta yang heterogen ini diharapkan memberikan pelayanan yang prima dan menjangkau masyarakat luas dalam transaksi perbankan.

## **2. Visi dan Misi**

Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta memiliki visi dan misi yang beriringan dengan misi BRI Syariah Pusat yang telah ditetapkan dalam *profile company* sebagai berikut: “Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna berbasis syariah”, sedangkan misinya antara lain:

- a. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi rakyat.
- b. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah yang terbaik melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dengan melaksanakan praktik *Good Corporate Governance*
- c. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan.
- d. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- e. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai prinsip-prinsip syariah.
- f. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapanpun dan dimanapun.

- g. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran

### **3. Produk Bank BRI Syariah**

Produk-produk Bank BRI Syariah memiliki banyak macamnya seperti produk simpanan yang inovatif dengan investasi yang menguntungkan dengan berlandaskan prinsip syariah. Jenis produk yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah antara lain:

- a. Giro BRI Syariah iB

Produk ini adalah simpanan nasabah berbentuk giro dengan prinsip *wadiah yad-dhamanah* yang merupakan titipan dana murni yang dengan seizin dari pemilik dana yang dapat dioperasikan oleh bank.

- b. Tabungan BRI Syariah iB

Produk ini adalah simpanan dana pihak ketiga berbentuk tabungan dengan prinsip dipersembahkan untuk memberikan kemudahan nasabah dalam transaksi keuangan.

- c. Deposito BRI Syariah iB

Produk Deposito BRI Syariah iB berupa investasi baik secara individu maupun perusahaan dalam bentuk deposito yang sesuai dengan prinsip syariah yakni *mudharabah muthalaqoh*, yang merupakan simpanan dana masyarakat yang oleh BRI Syariah dapat dioperasikan untuk mendapatkan keuntungan.

d. Tabungan Haji BRI Syariah iB

Merupakan jenis produk tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah yang sudah merencanakan menunaikan ibadah haji.

Bank BRI Syariah menyediakan berbagai macam jasa perbankan dilihat dari keunggulan teknologi perbankan yang dimiliki untuk memberikan kemudahan bagi para nasabah berupa:

a. Transfer (kiriman uang)

Penerapan teknologi *online*, nasabah sangat mudah untuk melakukan transaksi pengiriman uang dengan cepat tanpa menunggu lama. Dapat digunakan untuk pengiriman antarsesama kantor cabang BRI Syariah maupun antar bank diluar BRI Syariah.

b. Inkaso

Produk Inkaso memberikan kemudahan bagi nasabah dalam penagihan warkat-warkat dari luar kota secara cepat dan aman.

c. SMS Banking

Jenis produk pelayanan yang mengusung aspek teknologi seluler yang akan memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan suatu transaksi perbankan.

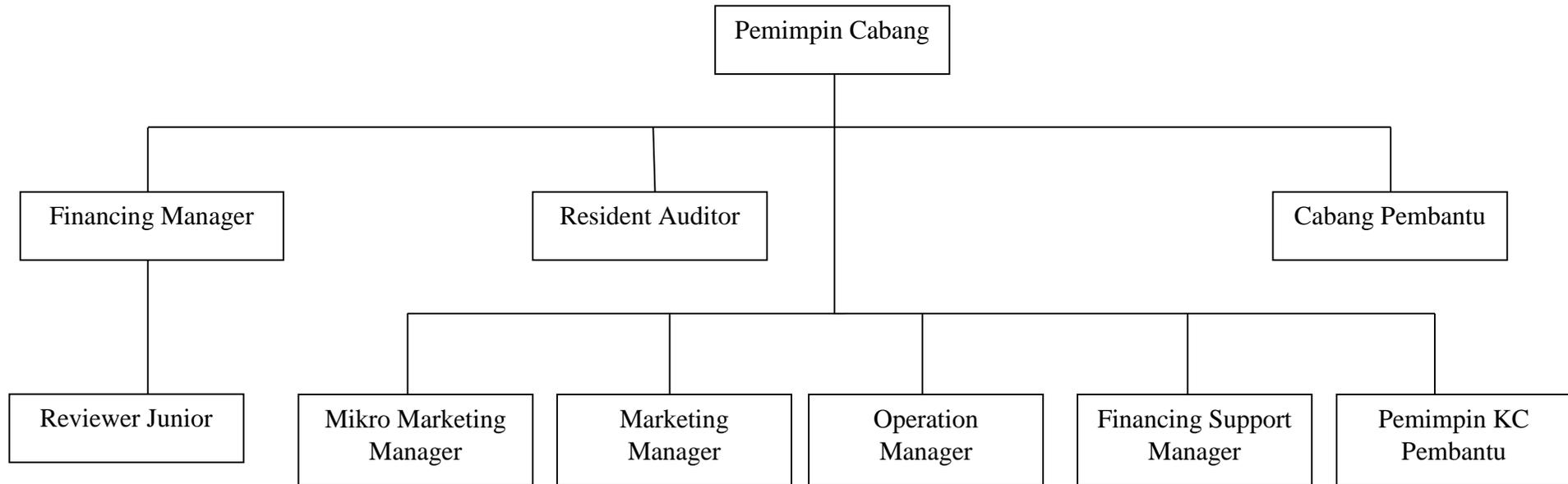
d. Dana Talangan Haji

Jenis produk ini merupakan layanan pinjaman (*qardh*) untuk memperoleh nomor porsi pelaksanaan ibadah haji dengan pengembalian yang ringan dan pilihan jangka waktu yang fleksibel beserta jasa penggunaannya sehingga memudahkan nasabah.

e. Kartu ATM BRI Syariah iB

Fasilitas kartu ATM BRI Syariah iB merupakan kartu khusus yang diberikan oleh bank kepada nasabah pemilik rekening untuk bertransaksi elektronik atas rekening nasabah yang ada di bank dengan secara mudah dimana saja.

#### 4. Struktur Organisasi Kantor Bank Syariah Yogyakarta



Sumber : Kantor BRI Syariah Yogyakarta

## **B. Landasan Teori**

### **1. Kepuasan Nasabah**

#### **a. Pengertian Kepuasan Nasabah**

Kepuasan (*Satisfaction*) 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 maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler 2007). Sehingga, kepuasan dapat dijadikan fungsi dari sudut pandang atau kesan dalam suatu kinerja yang akan harapan. Pelanggan akan tidak merasa puas jika kinerja berada di bawah harapan. Pelanggan akan merasa puas jika kinerja dapat memenuhi harapan, sedangkan pelanggan akan merasa amat puas atau senang jika kinerja melebihi harapan.

Engel dkk dalam Tjiptono (2004) menyatakan bahwa kepuasan konsumen (nasabah) merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner (2000) definisi kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, pengertian kepuasan konsumen/nasabah dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Wilkie dalam Tjiptono (2004) yaitu merupakan respon emosional terhadap evaluasi pengalaman mengkonsumsi produk, toko atau jasa. Kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan atau menikmati sesuatu dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberi hasil sama atau melampaui harapan konsumen.

### **b. Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Nasabah**

Dalam suatu kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh beberapa factor. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah menurut beberapa ahli. Handi (2003), penentu kepuasan nasabah yaitu:

#### 1) Kualitas produk

Aspek ini menyangkut *performance* (kinerja produk), *reliability* (kehandalan produk), *conformace* (kesesuaian produk), *durability* (daya tahan produk), dan *feature* (ciri atau keistimewaan tambahan dari suatu produk).

#### 2) Kualitas pelayanan

Merupakan factor-faktor yang menentukan kepuasan nasabah yang terdiri dari lima dimensi pelayanan yaitu *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), *Tangible* (bukti fisik).

### 3) Faktor emosional

Para nasabah merasa puas tidak hanya dengan kualitas produk, namun akan puas dan bangga jika para nasabah mendapatkan *self-esteem* atas merek yang dipakainya.

### 4) Harga

Suatu produk dengan memiliki kualitas yang sama namun dengan harga relative lebih rendah dibandingkan dengan produk yang sama, maka akan lebih menimbulkan rasa kepuasan yang diperoleh para nasabah.

### 5) Biaya dan kemudahan mendapatkan produk

Konsumen akan mendapatkan rasa kepuasan oleh suatu produk ketika biaya yang relatif lebih rendah dan lebih mudah untuk mendapatkan suatu produk.

## **c. Aspek-Aspek Kepuasan Nasabah**

Menurut pendapat Lovelock yang dikutip oleh Hutasoit (2011), ada beberapa metode untuk mengevaluasi kepuasan, meliputi :

#### 1) Kinerja (*Performance*)

Merupakan karakteristik utama dan pokok sebagai pertimbangan ketika memilih untuk membeli suatu produk.

#### 2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*)

Berasal dari karakteristik utama akan berkaitan dengan pilihan-pilihan produk beserta pengembangannya berupa karakteristik sekunder.

3) Keandalan (*Reability*)

Minimnya kemungkinan suatu barang atau jasa mengalami kerusakan atau kegagalan fungsi dalam jangka waktu dan kondisi tertentu.

4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformancetospecification*)

Seberapa jauh karakteristik desain dan operasi dalam memenuhi standar yang ditetapkan sebelumnya terkait keinginan nasabah.

5) Daya tahan (*durability*)

Berkaitan dengan umur teknis dan umur produk.

6) Mudah diperbaiki (*serviceability*)

Mencakup kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi dan penanganan keluhan yang memuaskan.

7) Estetika (*aesthetics*)

Daya tarik suatu produk menurut pengindraan para nasabah, misalnya model desain dan warna.

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

1) Kesesuaian harapan

Dimana nilai kesesuaian terhadap kinerja produk yang diharapkan oleh nasabah dengan yang dirasakan oleh nasabah.

## 2) Minat berkunjung kembali

Perilaku para nasabah untuk berkunjung kembali atau terus menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.

## 3) Kesiediaan merekomendasikan

Kesiediaan nasabah untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

## **2. Etika Kerja Islam**

### **a. Pengertian Etika Kerja Islam**

Etika kerja berarti seperangkat dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi untuk mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat (Badroen, 2006). Sedangkan dalam arti lain, etika kerja Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun dibatasi dalam perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram) (Aziz, 2013). Dalam arti, pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat (aturan-aturan dalam Al-Qur'an dan Alhadist). Dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi.

Pendorong yang menjadikan manusia yang memiliki pribadi yang utuh seperti kemerdekaan, kejujuran, kebenaran, kebahagiaan dan cinta kasih merupakan nilai moral, etika atau akhlak. Jika nilai-nilai tersebut dijalankan akan membuat sempurna hakikat sebagai manusia seutuhnya. Setiap insan memiliki hak memiliki pengetahuan tentang nilai, namun pengetahuan yang

menjurus dan mengendalikan perilaku umat Islam hanya terdapat dua jenis yaitu AL Qur`an dan Hadis yang menjadi sumber pedoman dan nilai dalam melakukan suatu tindakan apapun dalam aspek kehidupan, salah satunya dalam bisnis.

Al Qur`an dan Hadis dijadikan sebagai pengendali dari perilaku yang melanggar etika dalam praktik bisnis, dengan tekad yang kuat dan berpedoman oleh kedua sumber tersebut maka akan mendorong setiap orang melakukan perbuatan yang baik dan bijak. Perbuatan yang mengandung kriteria kebaikan yang dicintai Islam dan Islam menganjurkan untuk melakukannya disebut perbuatan baik. Perbuatan yang mengandung kriteria-kriteria buruk sebagai sesuatu yang dilarang oleh Islam untuk dilaksanakan dikatakan sebagai perbuatan buruk (Hasan, 2009).

Triyuwono (2000) juga menjelaskan bahwa etika itu terekspresikan dalam bentuk syariah, yang terdiri dari Al Qur`an, Hadits, Ijma dan Qiyas. Etika merupakan sistem hukum dan moralitas yang komprehensif dan meliputi seluruh wilayah kehidupan manusia. Prinsip Etika syariah untuk umat beragama muslim memiliki fungsi sebagai sumber keterkaitan satu sama lain atas kriteria-kriteria guna menggolongkan perbuatan yang benar (*haq*) dan yang buruk (*batil*).

Kaum muslimin sangat memegang teguh konsep manusia sebagai pemegang amanah, bukan sebagai pemegang kuasa penuh yang mengatur dunia. Manusia ditunjuk sebagai khalifah dalam bentuk amanah dan sebagai wakil Allah SWT, Al Quran telah diberikan sebagai pedoman bagaimana seharusnya manusia mengatur alam ini. Bentuk amanah tersebut juga tergambar dalam bentuk

etika kerja Islam salah satunya adalah keadilan. Keadilan merupakan nilai paling asasi dalam ajaran Islam. Menegakkan keadilan dan memberantas kezaliman adalah tujuan utama dari risalah para RasulNya. Keadilan seringkali diletakkan sederajat dengan kebajikan dan ketakwaan. Sebagaimana QS Al Maidah : 8 menyebutkan bahwa :

أَيُّهَا يَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْ وَالْإِ  
مْتَانَةِ مَنكُم مِّنْ جَرِّ شَتَانٍ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ تَقْوَىٰ لِلَّهِ  
وَأَتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

*“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al Maidah:8)*

Etika kerja Islam akan membuat para karyawan senantiasa melakukan pelayanan dengan selalu bersikap ramah, sopan, murah senyum, suka mengalah namun penuh tanggung jawab. Akar dan sari dari kebaikan suatu perbuatan dinamakan sopan santun. Perilaku ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi termasuk semua sisi kehidupan umat manusia. Hal tersebut juga tergambarkan dalam QS Ali Imron 159, yaitu :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ ظَافِرًا غَلِيظًا لَّقَلْبًا لَّا تَنْفَضُوا  
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَنَسَاوْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ  
فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

*“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 ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu (urusan peperangan dan hal-hal duniawiyah lainnya, seperti urusan politik, ekonomi, kemasyarakatan dan lain-lainnya). Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”(QS Ali Imron 159)*

## **b. Unsur-Unsur Etika Kerja Islam**

Adapun unsur-unsur etika kerja Islam sebagaimana dijelaskan oleh Aziz (2013), yaitu :

### 1) Keadilan

Prinsip keseimbangan dalam ekonomi memiliki kekuatan untuk membentuk mozaik pemikiran seseorang bahwa sikap moderat (keseimbangan) dapat mengantarkan manusia kepada keadaan keharusan adanya fungsi sosial bagi seluruh benda.

### 2) Berkehendak bebas

Berkehendak bebas merupakan cerminan keleluasan terhadap manusia untuk menggunakan segala potensi sumber daya yang dimiliki. Demikian juga kemerdekaan manusia, Islam sangat memberikan kelonggaran dalam kebebasan berkreasi, melakukan transaksi dan melakukan investasi.

### 3) Tanggung Jawab

Islam menekankan konsep tanggung jawab walaupun tidak mengabaikan kebebasan individu. Ini berarti bahwa yang dikehendaki ajaran Islam adalah kebebasan yang bertanggung jawab.

### 4) Ihsan

Ihsan merupakan semua keputusan dan tindakan harus menguntungkan manusia baik di dunia maupun di akhirat dimana cerminan dari akhlak Islam itu sendiri, selain hal itu seharusnya tidak dilakukan.

## 5) Transparasi

Prinsip ini berarti kewajiban bagi para pengelola untuk menjalankan prinsip keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan dan penyampaian informasi.

Menurut Ali (2009), ada empat pilat utama dalam konsep etika kerja Islam, yaitu:

### 1) Berusaha (*effort*)

Manusia diwajibkan untuk berusaha dan bekerja guna mencapai kebutuhan dirinya, keluarga dan masyarakat karena agama Islam sangat memberikan nilai tinggi atas produktifitas kerja sehingga meminimalisir berbagai persoalan perekonomian dan sosial.

### 2) Persaingan (*competition*)

Tenaga kerja atau pekerja diwajibkan mampu bersaing dalam pekerjaan dengan para karyawan lain secara jujur dan fair berlandaskan niat *fastabiqul koirat* (berlomba untuk mencapai kebajikan).

### 3) Keterbukaan (*transparency*)

Keterbukaan atau transapransi terhadap berbagai oprasional kegiatan yang dilakukan dalam organisasi.

### 4) Moralitas (*morality*),

Segala bentuk kegiatan oprasional harus berlandaskan prisnip etika Islam, karena agama Islam tidak mengenal dikotomis antara urusan keduniaan dan agama.

### **3. Kualitas Pelayanan**

#### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Definisi kualitas mengandung banyak pengertian, menurut Kamus Bahasa Indonesia, kualitas berarti : (1) tingkat baik buruknya sesuatu; (2) derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan, dan sebagainya) atau mutu. Pengertian kualitas menurut Fandy Tjiptono (2004) adalah : (1) kesesuaian dengan persyaratan; (2) kecocokan untuk pemakaian; (3) perbaikan berkelanjutan; (4) bebas dari kerusakan atau kecacatan; (5) pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat; (6) melakukan segala sesuatu dengan benar; (7) sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Menurut Kotler (2007) definisi kualitas adalah “seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”. Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan tetap dalam batas memenuhi standar pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan serta harus dilakukan secara terus-menerus (Boediono, 2003)

Loverlock (dalam Laksana 2008) menyatakan bahwa “*quality is degree of excellent intended, and the control of variability in achieving that excellent, in meeting the customers requirements*”. Dikatakan bahwa kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu

tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Sedangkan menurut Ibrahim (2008), kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan tersebut.

Pengertian dari konsep pelayanan adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, melalui aktivitas sendiri atau secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain. Aktivitas disini merupakan suatu proses dipergunakannya akal, pikiran, panca indra dan anggota badan dan atau tanpa alat bantu yang dilakukan oleh seorang untuk memperoleh sesuatu yang diidamkan baik dalam bentuk barang atau jasa. Dikatakan pelayanan jika proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain. Proses yang dimaksud dalam pengertian pelayanan adalah pengertian proses terbatas dalam kegiatan manajemen dalam rangka pencapaian tujuan organisasi menurut Moenir (2006). Jadi, Pelayanan merupakan proses segala usaha yang dilakukan seseorang dalam rangkai mencapai suatu tujuan tertentu.

#### **b. Aspek-Aspek Kualitas Pelayanan**

Dalam penelitian ini, untuk aspek variabel kualitas pelayanan menggunakan teori Parasuraman (dalam Lupiyoadi & Hamdani 2009) yang terdiri dari:

##### 1) Bentuk Fisik (*Tangible*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya

merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik seperti contoh: gedung, gudang, dan lain-lain.

2) Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan akurasi yang tinggi.

3) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4) Jaminan dan kepastian (*Assurance*)

Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan pada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

5) Empati (*Empathy*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan

pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Lupiyoadi dan Hamdani (2009) memaparkan bahwa dimensi-dimensi kualitas jasa dijawabkan diproses secara baik. Jika tidak, hal ini mengakibatkan ketimpangan antara perusahaan dengan pelanggan, disebabkan adanya perbedaan penerimaan mereka tentang wujud pelayanan. Lima ketimpangan (*gap*) yang mengakibatkan munculnya perbedaan pendapat mengenai kualitas jasa yaitu:

1). Ketimpangan persepsi manajemen

Terjadi perbedaan dari penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dengan pendapat manajemen mengenai harapan pengguna jasa.

2). Ketimpangan spesifikasi kualitas

Ketimpangan antara persepsi atau pendapat manajemen terhadap harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa.

3). Ketimpangan penyampaian jasa

Kesenjangan atau ketimpangan spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa.

4). Ketimpangan komunikasi pemasaran

Ketimpangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.

5). Ketimpangan dalam pelayanan yang dirasakan

Perbedaan pendapat jasa yang dirasakan dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

## **C. Pengembangan Hipotesis**

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah**

Keberhasilan dalam suatu usaha atau kegiatan yang berupa jasa merupakan poin utama dalam Pelayanan. Seberapa besar atau kecil peran suatu pelayanan jika berbagai kegiatan jasa di dalam masyarakat tersebut memiliki daya saing dalam melakukan pelayanan melalui bermacam cara, metode dan teknik yang nantinya akan menarik lebih besar orang meminati jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Kualitas yang beraneka ragam dalam menyuguhkan pelayanan terhadap pelanggan tergantung keinginan dan tujuan yang akan di peroleh setiap perusahaan. Melemahnya atau buruknya suatu kualitas pelayanan dalam pelayanan dalam suatu perusahaan terhadap para nasabah atau konsumen akan berdampak rasa ketidakpuasan pada nasabah. Begitu pula dari Walker (2001) memaparkan bahawa perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Dengan demikian hipotesis pertama dari penelitian ini adalah

**H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah**

### **2. Pengaruh Etika Kerja Islam terhadap Kepuasan Nasabah**

Etika kerja Islam digunakan guna membangun sumber daya manusia perusahaan yang berkualitas. Suatu usaha tidaka akan dapat beroperasi jika kualitas pelayanan yang disuguhkan oleh karyawan perusahaan tidak secara

maksimal sehingga target dari perusahaan tidak dapat tercapai. Di dalam konsep etika kerja Islam yang diterapkan pada perusahaan, perusahaan akan semaksimal mungkin menempatkan sumber daya manusia sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Pelaku usaha sering mengabaikan nilai-nilai etika. Perbankan Syariah, salah satunya Bank BRI Syariah menjawab kebutuhan para nasabah yang menginginkan etika-etika dalam bisnis perbankan dipenuhi. BRI Syariah memberikan solusi dengan etika kerja Islam sebagai cara ampuh untuk memenuhi kepuasan nasabah sehingga etika kerja Islam dipandang menjadi suatu solusi alternatif tersendiri karena mampu mengkombinasikan ranah bisnis profesional dengan nilai etika ditambah yang disertai dengan kaidah-kaidah agama Islam. Dengan demikian hipotesis kedua dari penelitian ini adalah :

**H<sub>2</sub> : Etika kerja Islam berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah**

### **3. Pengaruh Etika Kerja Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah**

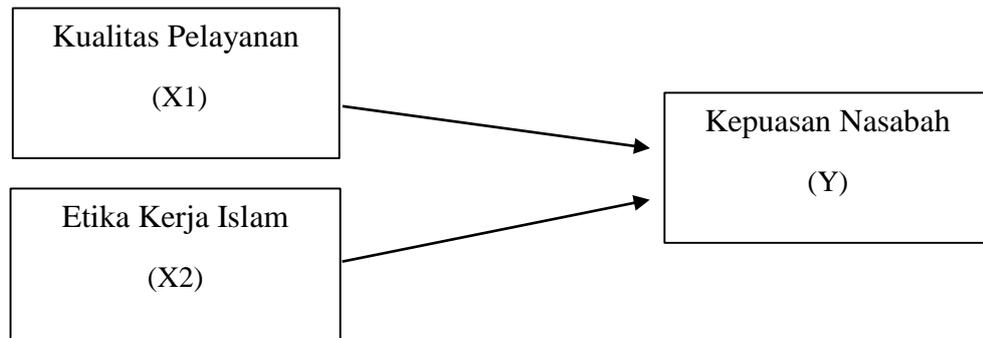
Dalam perbankan syariah, etika bisnis Islam perlu diterapkan oleh pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Hal ini membangun kepercayaan nasabah sehingga dapat mendukung kelangsungan bisnis. Apabila pelaku bisnis berlaku etis maka konsumen akan merasakan senang menggunakan produk/jasa yang ditawarkan. Etika Islam yang tergambar di dalam hukum syariah perbankan dapat menjadi suatu modal berharga untuk memenuhi

kepuasan nasabah serta meningkatkan intensitas dalam persaingan bisnis dunia perbankan.

Kesuksesan dalam kegiatan usaha atau yang bersifat jasa merupakan salah satu poin keberhasilan. Peran pelayanan akan lebih besar apabila kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetisi dalam pelaksanaan pelayanan melalui berbagai cara, teknik, dan metode yang akan menarik lebih banyak orang menggunakan jasa yang dihasilkan oleh organisasi. Setiap organisasi atau perusahaan atau bisnis mempunyai kualitas yang berbeda-beda dalam memberikan pelayanan kepada nasabah tergantung keinginan dan tujuan yang ingin dicapai. Buruknya kualitas pelayanan yang diberikan suatu organisasi atau perusahaan publik kepada para konsumen, disadari sejak lama dapat mengakibatkan banyak kerugian bagi organisasi tersebut, meskipun tidak semua konsumen yang kecewa terhadap pelayanannya dengan senang hati menyampaikan keluhannya. Artinya, meskipun mereka tidak menyampaikan keluhannya, bukan berarti dianggap puas. Dengan demikian hipotesis ketiga dari penelitian ini adalah :

**H<sub>3</sub> : Etika kerja Islam dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah**

Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikiran**