

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1.Landasan Umum Tentang Bank Syariah

2.1.1. Pengertian Bank Syariah

Menurut UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan, bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, dalam kegiatannya dapat memberikan/ tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

2.1.2. Perbandingan Pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Perbandingan pelayanan antara bank syariah dan bank konvensional menurut Antonio, M.S (2001), jika dilihat dari lingkungan dan budaya kerjanya, bank syariah sejalan dengan prinsip – prinsip syariah. Antara lain dalam hal etika harus *amanah* dan *shiddiq*, misalnya ketika nasabah datang karyawan langsung menyambut nasabah dengan salam “*assalamualaikum*”. Cara berpakaian dan tingkah laku harus mencerminkan seorang muslim dan muslimah, misalnya untuk karyawan perempuan diwajibkan berjilbab. *Akhlakul karimah* dalam menghadapi nasabah maupun rekan kerjanya, misalnya ketika nasabah datang atau meninggalkan tempat karyawan wajib menghormati nasabah dengan mengatupkan telapak tangan didepan dada pengganti jabat tangan dengan non muhrim. Karyawan harus memiliki kemampuan dan bersikap profesional terhadap seluruh nasabah, baik muslim maupun non muslim. Kemudian dalam hal reward dan punishment berprinsip keadilan yang sesuai syariah.

2.1.3. Prinsip Bank Syariah

Perbankan syariah memiliki tujuan yang sama seperti perbankan konvensional, yaitu agar lembaga perbankan dapat menghasilkan keuntungan dengan cara meminjamkan modal, menyimpan dana, membiayai kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang sesuai. Prinsip hukum Islam melarang unsur – unsur dibawah ini dalam transaksi perbankan tersebut (Antonio, M.S: 2001), yaitu:

- a. Perniagaan atas barang – barang haram,
- b. Bunga (*riba*),
- c. Perjudian dan spekulasi yang disengaja (*maisir*),
- d. Ketidakjelasan dan manipulatif (*gharar*).

2.1.4. Fungsi dan Tujuan Bank Syariah

2.1.4.1. Fungsi Bank Syariah

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 Pasal 4 tentang Perbankan Syariah, fungsi Bank Syariah adalah sebagai berikut:

1. Bank syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
2. Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi dalam bentuk *baitul maal*, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infaq, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkan kepada organisasi pengelola zakat.

3. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan meyalurkan kepada pengelola wakaf (nazhir), sesuai dengan kehendak pemberi waqaf (waqif).
4. Pelaksanaan fungsi sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan perundang – undangan.

2.1.4.2. Tujuan Bank Syariah

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Tujuan Bank Syariah adalah:

“Perbankan Syariah bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.”

2.2.Landasan Umum Tentang *Service Excellence*

2.2.1 Pengertian dan Arti Penting *Service Excellence*

2.2.1.1 Pengertian *Service Excellence*

Service Excellence atau yang biasa dikenal dengan pelayanan prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan nasabah setiap saat, secara konsisten, akurat dan handal. (Nina Rahmayanty, 2008:18)

Jadi jika disederhanakan, *service excellence* berarti pelayanan terbaik sesuai standar kualitas yang baik dalam memenuhi harapan dan

kebutuhan nasabah, sehingga nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diterima.

2.2.1.2 Arti Penting *Service Excellence*

Service excellence sangat penting bagi perusahaan termasuk bank. Karena ditengah persaingan dunia perbankan yang semakin kompetitif ini, dimana semua berlomba – lomba untuk menciptakan produk yang sama. Nasabah saat ini semakin pintar memilih produk, yang memiliki kemudahan dan kenyamanan yang lebih dari pesaing. Oleh karena itu, pelayanan merupakan salah satu alternative yang dapat dijadikan *different* antara bank yang satu dan yang lain.

Bagi bank *service excellence* penting untuk mempertahankan loyalitas nasabahnya dan dapat membantu perkembangan bisnisnya dimasa yang akan datang. Bagi nasabah *service excellence* penting untuk menambah alternative untuk mengambil keputusan dalam hal memilih dan membeli produk. Sedangkan bagi staf bank *service excellence* dapat memberikan rasa bangga terhadap mereka, bank tempat dia bekerja dan produk yang ditawarkan.

2.2.2 Unsur – Unsur Kualitas *Service Excellence*

Iwandah mengemukakan unsur – unsur kualitas *service excellence* dalam blognya (<http://iwandah.blogspot.com/2010/03/customer-service-pelayanan-nasabah.htm>, diakses pada tanggal 12 juni 2012 : 14.29 WIB) adalah sebagai berikut:

1. Penampilan

Penampilan harus menarik, sopan dalam bertutur kata dan penuh percaya diri.

2. Tepat janji

Seorang *customer service* sebaiknya memberikan informasi yang sebenarnya. Janji yang terlalu muluk – muluk dapat menyebabkan resiko kehilangan nasabah jika yang diperoleh nasabah tidak sesuai dengan yang dijanjikan oleh *customer service*.

3. Kesediaan Melayani

Sebagaimana fungsi dan wewenang *customer service* adalah melayani nasabah, konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani nasabah dengan tulus.

4. Pengetahuan dan Keahlian

Sebagai syarat untuk melayani dengan baik, *customer service* sebaiknya memiliki pengetahuan dan keahlian dibidangnya, serta memiliki wawasan yang luas terhadap wawasan mengenai produk dan sistem yang digunakan.

5. Kesopanan dan Ramah Tamah

Customer service dituntut untuk ramah dan sopan dalam melayani, sabar, tidak egois dan santun dalam bertutur kata kepada semua nasabahnya tanpa membeda-bedakan status.

6. Kejujuran dan Kepercayaan

Customer Service dalam melakukan kegiatannya harus transparan dari aspek kejujuran. Dari kejujuran tersebut *customer service* dapat dipercaya, baik oleh perusahaan tempatnya bekerja hingga nasabah yang tetap loyal kepada bank.

7. Kepastian Hukum

Setiap pelayanan *customer service* yang diberikan terkadang ada yang mengandung unsur hukum yang sebaiknya memiliki kepastian hukum yang jelas. Apabila ditemukan cacat hukum biasanya akan mempengaruhi kredibilitas instansi yang bersangkutan. Oleh karena itu *customer service* dituntut untuk berhati-hati.

8. Keterbukaan

Secara pasti bahwa setiap urusan/kegiatan yang memperlakukan ijin, maka ketentuan keterbukaan perlu ditegakan. Keterbukaan itu akan mempengaruhi unsur-unsur kesederhanaan, kejelasan informasi kepada masyarakat.

9. Efisien

Dari setiap pelayanan dalam berbagai urusan, tuntutan masyarakat adalah efisiensi dan efektifitas dari berbagai aspek sumber daya

sehingga menghasilkan biaya yang murah, waktu yang singkat dan tepat serta hasil kualitas yang tinggi. Dengan demikian efisiensi dan efektifitas merupakan tuntutan yang harus diwujudkan dan perlu diperhatikan secara serius.

10. Biaya

Pemantapan pengurusan dalam pelayanan diperlukan kewajaran dalam penentuan pembiayaan, pembiayaan harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat dan pengeluaran biaya harus transparan dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

11. Kesederhanaan

Prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudahan, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan

2.2.3 Kunci Keberhasilan *Service Excellence*

Anggraeni (2010) mengemukakan *service excellence* dapat dikatakan berhasil jika telah memegang ketiga kunci dibawah ini, yaitu:

a. Knowledge

- Mengetahui tentang produk dan layanan bank sendiri
- Mengetahui tentang produk dan layanan pesaing
- Memahami tentang system dan prosedur yang digunakan.

b. Skill

- Berkomunikasi secara efektif
- Membina hubungan baik dengan relasi dan nasabah

- Ketahanan bekerja dibawah tekanan
- Mampu menganalisa setiap kejadian
- Mampu mengambil keputusan secara tepat

c. Attitude

- Bersikap terbuka dan positif terhadap semua masala yang dihadapi
- Senantiasa antusias
- Selalu ceria dalam bekerja

Namun ketiga kunci tersebut tidaklah cukup jika tidak didasari oleh kedua kunci yang lain, yakni :

1. Attention

- Mendengarkan dan memahami secara sungguh - sungguh kebutuhan nasabah.
- Mengamati dan menghargai perilaku nasabah
- Mencerahkan perhatian penuh kepada nasabah

2. Action

- Mencatat setiap kebutuhan nasabah
- Menegaskan kembali kebutuhan nasabah
- Mewujudkan kebutuhan nasabah
- Menyatakan terimakasih dengan harapan pelanggan mau kembali.

<http://pendidikanrakyatku.blogspot.com/p/pelayanan-prima.html>

2.2.4 Manfaat *Service Excellence*

Service excellence sangat besar manfaatnya bagi bank, selain meningkatkan citra bank dihadapan nasabah baik, *service excellence* juga dapat menjaga loyalitas nasabah terhadap bank karena kepuasan yang diperoleh nasabah dari pelayanan yang diberikan, dan biasanya kalau nasabah telah loyal nasabah akan enggan untuk berpindah ke bank lain, sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan keuntungan bank dalam jangka panjang.

Selain bagi bank, *service excellence* juga bermanfaat bagi diri sendiri. *Service excellence* secara tidak langsung akan membentuk pribadi yang professional, ceria dalam bekerja dan memungkinkan jenjang karir dimasa depan.

2.3.Landasan Umum Tentang Kepuasan Nasabah

Nasabah masuk ke bank dengan harapan – harapan tertentu. Nasabah memiliki angan – angan tentang perasaan yang ingin mereka rasakan ketika mereka menyelesaikan suatu transaksi atau ketika mereka menggunakan barang yang mereka beli maupun ketika menikmati pelayanan yang telah mereka bayar.

Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa (Kotler 2000:3). Sedangkan menurut Oliver dalam Supranto (2001), kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Kepuasan nasabah hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Sehingga kualitas menjadi hal penting yang harus diperhatikan

oleh perusahaan, karena antara kualitas dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang sangat erat. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan nasabahnya.

Mencapai tingkat kepuasan nasabah tertinggi adalah tujuan utama pemasaran. Meski pada kenyataannya, akhir – akhir ini banyak perhatian tercurah pada konsep kepuasan “total”, yang implikasinya adalah mencapai kepuasan sebagian tidaklah cukup untuk membuat nasabah setia dan kembali lagi. Ketika nasabah merasa puas akan pelayanan yang mereka dapatkan, besar kemungkinan mereka akan kembali lagi dan melakukan pembelian – pembelian yang lain dan juga akan merekomendasikan kepada teman – teman dan keluarganya tentang bank tersebut dan produk – produknya. Juga kecil kemungkinannya mereka berpaling ke pesaing – pesaing perusahaan. Mempertahankan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu akan membina hubungan baik dengan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut Philip Kotler (2000) dalam Fandy Tjiptono dan Chandra G (2005) mengemukakan beberapa cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Perusahaan yang berpusat pada pelanggan memberikan kesempatan yang luas bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain sebagainya. Informasi ini dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan dan

memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah.

2. Survey Kepuasan Pelanggan

Metode ini dapat dilakukan melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

a. *Directly Reported Satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti: “Ungkapan seberapa puas terhadap pelayanan CS pada skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, dan sangat puas.

b. *Problem Analysis*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua (2) hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c. *Importance Performance Analysis*

Responden diminta untuk meranking berbagai atribut dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap atribut dan juga meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam tiap atribut itu.

3. *Ghost Shopping*

Metode ini dilakukan dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai nasabah potensial produk perusahaan pesaing, lalu menyampaikan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk pesaing, serta juga dapat mengamati cara penanganan keluhan.

4. Analisis Kehilangan Konsumen (*Lost Customer Analysis*)

Perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti menggunakan produk atau jasa dan beralih kepada pemasok. Hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Philip Kotler juga menyatakan ciri – ciri konsumen yang merasa puas adalah sebagai berikut:

- a. Loyal terhadap produk. Konsumen yang merasa puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli/ menggunakan produk dari bank yang sama
- b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Hal ini semacam memberikan rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal – hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.
- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain.

Keberhasilan besar yang diperoleh suatu perusahaan adalah mendapatkan pelanggan, dan dikatakan berhasil apabila dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang dapat membeli berulang kali. Oleh karena itu, para pelanggan seharusnya tetap dijaga jangan sampai pindah ke perusahaan pesaing.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu komponen yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, terutama di bidang jasa seperti perbankan. Salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu pelayanan yang diberikan, apakah telah *excellence* atau belum. Dengan adanya *service excellence* terhadap nasabah, maka akan tersipta kepuasan dihati para nasabah.

Untuk dapat memberikan pelayanan yang prima, penyelenggara pelayanan harus memenuhi asas – asas pelayanan sesuai dengan keputusan MENPAN (Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara) nomer 63 tahun 2004, yaitu (Ratminto dan Atik SW:2005):

a. Transparansi

Bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.

b. Akuntabilitas

Dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan.

c. Kondisional

Sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisien dan efektifitas.

d. Partisipatif

Mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.

e. Kesamaan hak

Tidak deskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan dan status ekonomi.

f. Keseimbangan hak dan kewajiban

Pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing – masing pihak.

Didalam keputusan MENPAN nomer 63 tahun 2003 disebutkan bahwa penyelenggaraan pelayanan harus memenuhi beberapa prinsip sebagai berikut:

a. Kesederhanaan

Kesederhanaan pelayanan berarti bahwa tata cara atau prosedur pelayanan umum dapat diterapkan secara lancar, cepat, tidak berbelit – belit sehingga mudah dipahami dan dilaksanakan.

b. Kejelasan dan kepastian

Kejelasan dan kepastian dalam arti adanya kejelasan dan kepastian mengenai:

- Prosedur dan tata cara kerja pelayanan umum
- Persyaratan pelayan umum, baik teknis maupun administratif
- Unit kerja dan pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberi pelayanan umum
- Rincian, biaya, atau tarif pelayanan umum dan tata cara pembayaran

- Jadwal waktu penyelesaian pelayan umum
- Hak dan kewajiban bagi pemberi maupun penerimaan permohonan atau kelengkapan sebagai alat untuk memastikan pemrosesan pelayanan umum
- Pejabat yang menerima keluhan masyarakat

c. Keamanan

Keamanan dalam arti proses serta hasil pelayanan umum dapat memberikan keamanan dan kenyamanan serta dapat memberikan kepastian hukum.

d. Akurasi

Produk pelayanan publik diterima dengan benar, tetap dan sah

e. Penanggung jawab

Pemimpin penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan atau persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik.

f. Perlengkapan sarana dan prasarana yang memadai

Tersedianya sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja, dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika.

g. Kemudahan akses

Tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat dan dapat memanfaatkan teknologi komunikasi dan informatika.

h. Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan

Pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah, serta memberikan pelayanan dengan ikhlas.

i. Kenyamanan

Lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parkir, toilet, tempat ibadah dan lain – lain.