

**STRATEGI PELAYANAN BERBASIS ETIKA ISLAM DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH BSI KC MADIUN
KARTOHARJO**

SKRIPSI



Oleh:

Dwi Lestariningsih

NIM 402190035

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2023**

**STRATEGI PELAYANAN BERBASIS ETIKA ISLAM DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH BSI KC MADIUN
KARTOHARJO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1)



Oleh:

Dwi Lestariningsih

NIM 402190035

Pembimbing:

Said Abadi, M.A.

NIDN 2112088202

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Dwi Lestariningsih
NIM : 402190035
Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

STRATEGI PELAYANAN BERBASIS ETIKA ISLAM DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH BSI KC MADIUN KARTOHARJO

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri kecuali bagian
tertetu dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 01 Mei 2023



embuat Pernyataan

Dwi Lestariningsih
NIM 402190035



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRPSI

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1.	Dwi Lestariningsih	402190035	Perbankan Syariah	Strategi Pelayanan Berbasis Etika Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Muliadin Amri, M.S.Ak
NIP 198907102018011001

Ponorogo, 01 Mei 2023

Menyetujui

Said Abadi, M.A.,
NIDN 2112088202



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Terakreditasi "B" sesuai SK BAN-PT Nomor : 2619/SK/BAN-PT/Ak-SURV/PT/XI/2016
Alamat : Jl. Puspita Jaya, Pintu, Jenangan, Ponorogo Telp. (0352) 3576565, Kode Pos 63492
Email: febi@iainponorogo.ac.id Website: <http://https://febi.iainponorogo.ac.id>

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Strategi Pelayanan Berbasis Etika Islam dalam Meningkatkan
Kepuasan Nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo
Nama : Dwi Lestariningsih
NIM : 402190035
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh
gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang
Iza Hanifuddin, M.Ag., Ph.D.
NIP 196906241998031002

Penguji I
Faruq Ahmad Futaqi, SE., M.E.
NIP 198311262019031006

Penguji II
Said Abadi, M.A
NIDN 2112088202

()

()

()

Ponorogo, 22 Mei 2023

Mengesahkan

Dekan FEBI IAIN PONOROGO



Dr. H. Kuthi Hadi Aminuddin, M.Ag.

NIP 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Lestariningsih
NIM : 402190035
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Strategi Pelayanan Berbasis Etika Islam dalam
Meningkatkan Kepuasan Nasabah BSI KC
Madiun Kartoharjo

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 25 Mei 2023
Penulis



Dwi Lestariningsih

Abstrak

Lestariningsih, Dwi. Strategi Pelayanan Berbasis Etika Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo. *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing: Said Abadi, M.A.

Kata kunci: Bank syariah, strategi pelayanan, etika Islam.

Pelayanan nasabah bank bergantung pada karyawan bank yang melayaninya. Namun demikian bagaimana caranya agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan bank dengan berbasis etika Islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan pelayanan berbasis etika Islam, faktor yang mempengaruhi penerapan pelayanan dan dampak penerapan pelayanan berbasis etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis data deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reseach*) dengan teknik pengumpulan data wawancara kepada pihak BSI KC Madiun Kartoharjo. Pengecekan keabsahan data menggunakan metode triangulasi sumber data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan dengan dasar etika Islam sudah diterapkan dengan baik oleh BSI KC Madiun Kartoharjo. Akan tetapi beberapa nasabah merasa belum puas karena merasa petugas pelayanan kurang tanggap atas kebutuhan nasabah dan keramahan yang dirasa belum cukup bagi nasabah. Dari hasil wawancara BSI KC Madiun Kartoharjo menggunakan prinsip-prinsip syariah dalam pelayanannya seperti prinsip tolong menolong (*ta'awun*), prinsip memberi kemudahan (*at-taysir*), prinsip persamaan (*musawah*), prinsip saling mencintai (*muhabbah*), prinsip lemah lembut (*al-layin*), prinsip kekeluargaan (*ukhuwah*). Faktor yang mempengaruhi diterapkannya pelayanan berbasis etika Islam ini karena adanya tuntutan pasar, peraturan pemerintah, peraturan Bank Indonesia dan peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dampak penerapan pelayanan berbasis etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo adalah nasabah melakukan transaksi ulang di bank, meningkatkan promosi dari mulut ke mulut, bertambahnya nasabah yang menabung dan peluang pengembangan bisnis semakin besar. Dengan demikian nasabah merasa puas dengan pelayanan yang berbasis etika Islam karena pemilihan Bank Syariah sebagai pengelola keuangan dianggap aman dan nyaman karena sesuai prinsip-prinsip syariah.

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

عَفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “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.”¹

¹ QS. Ali Imran 3:159.

PERSEMBAHAN

Dengan rasa kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, peneliti persembahkan skripsi ini sebagai rasa hormat serta ungkapan cinta dan kasih sayang kepada:

1. Orang tua tercinta yang senantiasa memberikan dukungan baik moral maupun materi selama perkuliahan berlangsung. Terimakasih telah memberikan semangat dan juga motivasi dan selalu mendoakan kebaikan serta keselamatan untuk penulis.
2. Semua anggota keluarga yang memberikan dorongan serta motivasi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
3. Teman-teman, sahabat dekat, dan orang-orang tersayang yang memberikan waktu, tenaga, dan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
4. Almamater Institut Agama Islam Negeri Ponorogo tempatku menggali ilmu dan mempertajam intelektual yang kubanggakan.

KATA PENGANTAR

Segala puji milik Allah SWT, Rasa syukur peneliti haturkan ke hadirat Allah SWT, atas rahmat, hidayah, taufik dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul "Strategi Pelayanan Berbasis Etika Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo". Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan seberkas cahaya terang dan menghantarkan kita pada kerangka pembelajaran hidup yang memiliki makna yang tinggi.

Penelitian skripsi ini merupakan salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah di IAIN Ponorogo guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya menyelesaikan skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan Terimakasih kepada:

1. Dr. Hj. Evi Muafiyah, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Ponorogo yang telah menyayangi mahasiswa-mahasiswinya.
2. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Atas jasa-jasa yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis mendapatkan kesempatan membina ilmu di almamater tercinta.
3. Muhtadin Amri, M.S.Ak., selaku Ketua Jurusan Program Studi Perbankan Syariah IAIN Ponorogo. Atas jasa-jasa yang telah

membantu proses pendidikan penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Said Abadi, M.A. Selaku pembimbing penulis yang telah meluangkan waktunya untuk dapat membimbing, mengarahkan dan memberi motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
5. Bapak serta Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Seluruh pihak yang telah berjasa dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat saya, yang telah memberikan semangat serta bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga kebaikan serta ketulusan dan pengorbanan dari berbagai pihak yang telah diberikan kepada penulis akan mendapatkan rahmat, hidayah serta kebahagiaan dari Allah SWT.

Ponorogo, 10 April 2023

Penulis

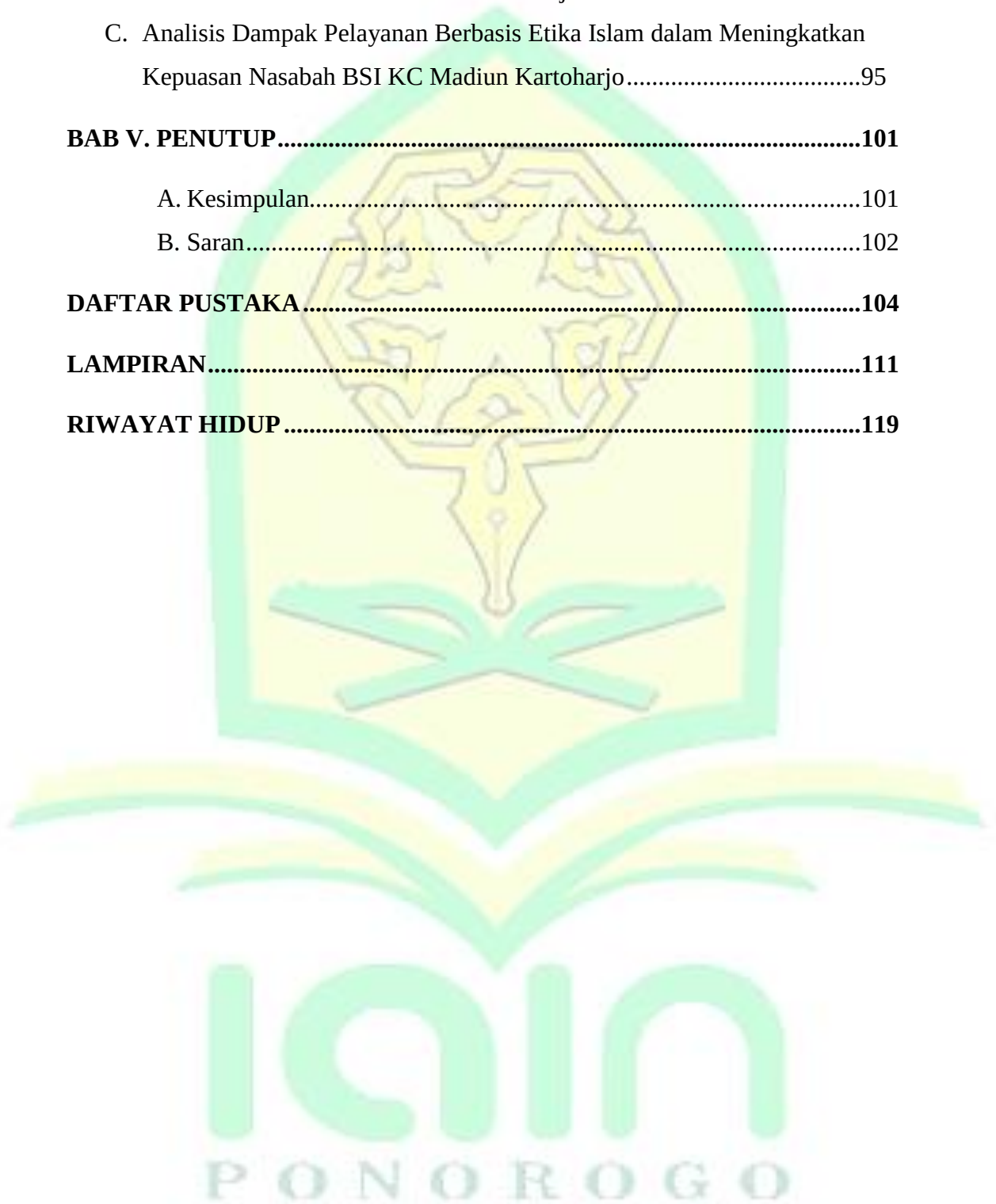
DAFTAR ISI

COVER

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRANA	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Studi Penelitian Terdahulu	11
F. Metode Penelitian	17
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	17
2. Lokasi Penelitian	18
3. Data dan Sumber Data	19
4. Teknik Pengumpulan Data	19

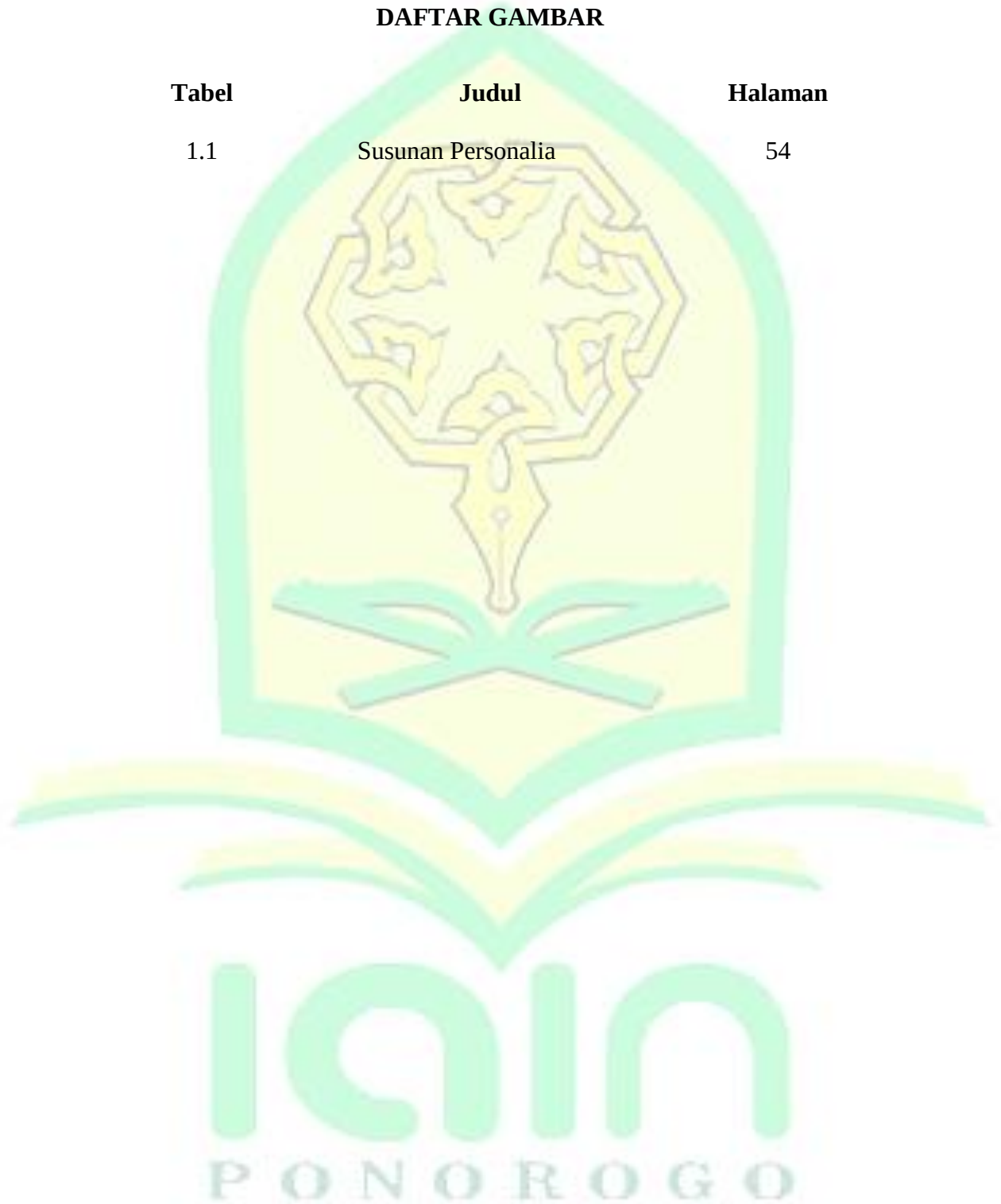
5. Teknik Pengolahan Data	21
6. Teknik Analisa Data.....	21
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	22
G. Sistematika Pembahasan	23
BAB II. STRATEGI PELAYANAN, ETIKA ISLAM DAN KEPUASAN NASABAH	25
A. Strategi Pelayanan	25
B. Etika Islam.....	33
1. Pengertian Etika Islam	33
2. Bentuk Etika yang Baik dalam Islam.....	34
3. Etika Pelayanan dalam Islam	38
C. Kepuasan Nasabah.....	45
1. Definisi Kepuasan Nasabah	45
2. Pengukuran Kepuasan Nasabah	48
BAB III. PAPARAN DATA	51
A. Profil Bank	51
1. Sejarah BSI KC Madiun Kartoharjo	51
2. Visi, Misi dan <i>Core Values</i> AKHLAK BSI KC Madiun Kartoharjo	52
3. Susunan Personalia	53
B. Penerapan Pelayanan Berbasis Etika Islam Di BSI KC Madiun Kartoharjo	58
C. Faktor yang Mempengaruhi Diterapkannya Pelayanan Berbasis Etika Islam Di BSI KC Madiun Kartoharjo	63
D. Dampak Pelayanan Berbasis Etika Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo	66
BAB IV. ANALISIS	71
A. Analisis Penerapan Pelayanan Berbasis Etika Islam Di BSI KC Madiun Kartoharjo	71

B. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Diterapkannya Pelayanan Berbasis Etika Islam Di BSI KC Madiun Kartoharjo	90
C. Analisis Dampak Pelayanan Berbasis Etika Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo	95
BAB V. PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN.....	111
RIWAYAT HIDUP	119



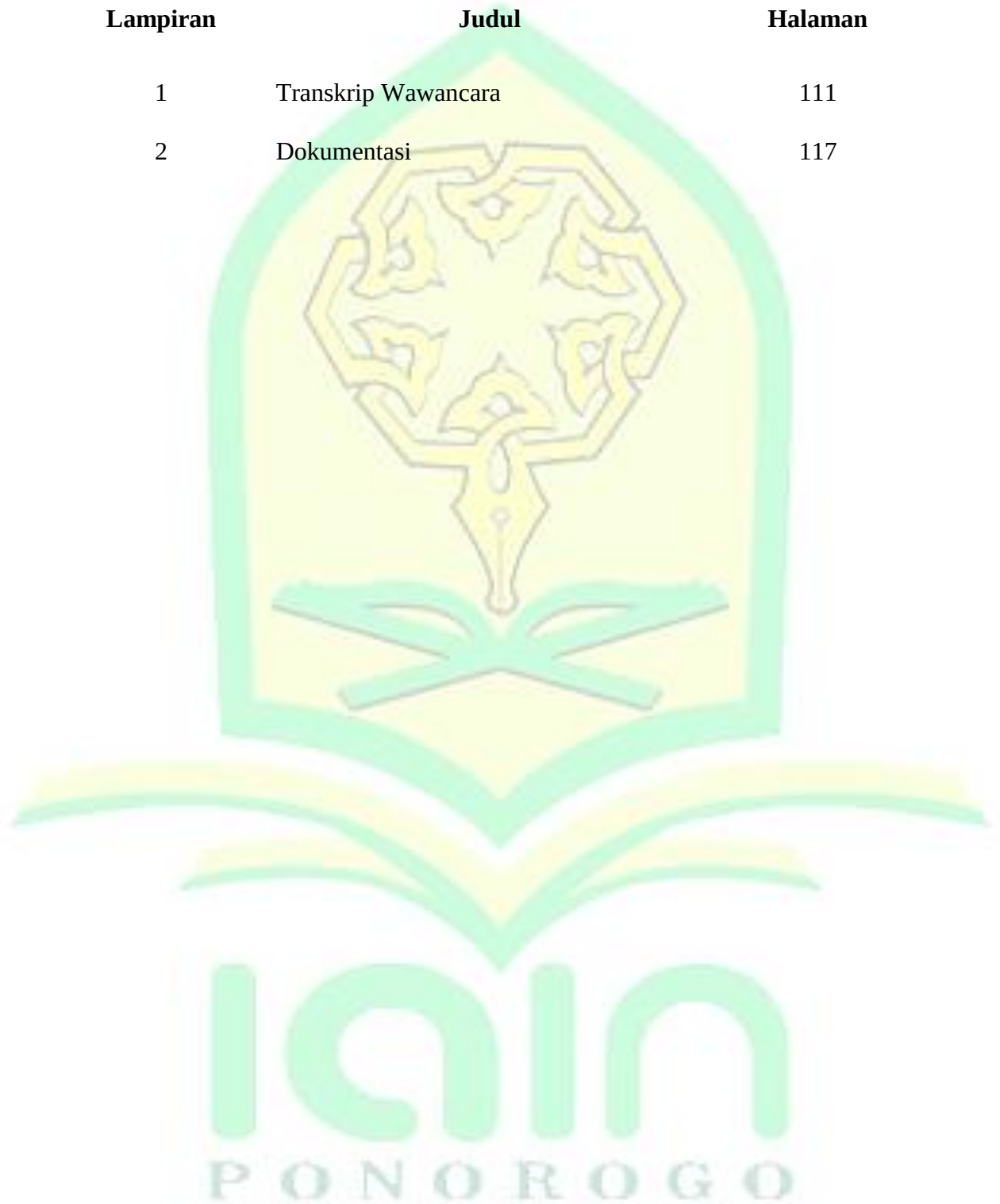
DAFTAR GAMBAR

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Susunan Personalia	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Transkrip Wawancara	111
2	Dokumentasi	117



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing. Dalam membeli suatu produk, konsumen biasanya berusaha memaksimalkan nilai (*value*) yang dirasakannya. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada. Aset perusahaan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan. Karena itu, tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan pelanggan dengan pelayanan yang berkualitas.

Perusahaan dituntut untuk memahami dan meningkatkan pelayanan apa yang menjadi harapan nasabah dalam memutuskan apakah akan membeli suatu produk (barang dan jasa) atau tidak, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai sebuah organisasi yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya sangat tergantung pada pelayanan yang akan diberikan oleh perusahaan itu sendiri.¹ Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan merupakan tugas dari manajemen perusahaan agar mampu menyusun strategi dan mengantisipasi penilaian nasabah sehingga perusahaan dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah

¹¹ Huzaimah, "Analisis Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Dalam Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Bank Tabungan Negara (BtN) Syariah Cabang Bogor" An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah 4, no. 2 (April 25,2018): 4.

ada. Hal ini disebabkan pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan akan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pilihannya, tak terkecuali lembaga keuangan bank baik konvensional maupun syariah.

Di setiap negara, masyarakatnya sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangan. Dalam dunia modern peranan suatu perbankan dalam memajukan dan meningkatkan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan keuangan membutuhkan jasa bank². Bank menjadi lembaga yang sangat strategis dan memiliki peranan penting dalam perkembangan perekonomian yang berfungsi untuk menyimpan dan menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan. Di negara berkembang, kebutuhan masyarakat terhadap bank tidak hanya terbatas pada penyimpanan dan penyaluran dana saja, akan tetapi juga terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan oleh bank. Teknologi yang semakin maju dan meningkatnya persaingan antar industri baik syariah maupun konvensional membuat perusahaan meningkatkan lagi pelayanan yang akan diberikan kepada nasabahnya.

Indonesia sebagai salah satu negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia baru pada akhir-akhir abad ke-20 ini memiliki bank-bank yang mendasarkan pengelolaan pada prinsip syariah. Perbankan Islam yang pertama adalah Bank Muamalat Indonesia yang berdiri pada tahun 1992. Selanjutnya perkembangan ini mengalami perlambatan, namun semenjak dikeluarkannya peraturan Bank Indonesia yang membolehkan perbankan konvensional

² Huzaimah, "Analisis Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Dalam Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Bank Tabungan Negara (BtN) Syariah Cabang Bogor," *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (April 25, 2018): 3.

memiliki unit syariah, terjadi akselerasi pertumbuhan perbankan syariah yang signifikan. Dengan memanfaatkan infrastrukturnya sendiri, termasuk karyawan dan kantor cabangnya.³

Saat ini perbankan syariah telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Terwujudnya sistem perbankan syariah yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian yang mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam rangka keadilan, tolong-menolong menuju kebaikan guna mencapai kemaslahatan masyarakat.⁴

Sistem Islam tentang kehidupan merupakan sistem yang memiliki cakupan multi aspek. Seperti aspek peribadatan yang membawa ruh ke tingkat yang tinggi yang menghubungkan manusia dengan Allah. Aspek adab yang menuntun perilaku manusia ke derajat yang tinggi serta memperindah kehidupan. Selain itu juga mencakup syariah yang menjelaskan halal-haram, menegakkan keadilan, mengatur hubungan manusia dengan sesama manusia atas dasar ukhuwah, persamaan, keadilan dan saling melaksanakan hak dan kewajiban. Di samping itu juga terdapat sanksi bagi yang menyeleweng dari aturan Allah.

³ M. Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 25.

⁴ Zainnudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 8.

Masalah etika merupakan salah satu fondasi yang harus diciptakan dan dimiliki oleh setiap pelaku bisnis. Etika pada dasarnya adalah standar atau moral yang menyangkut benar-salah, baik-buruk. Dalam bahasa *Kant*, etika berusaha menggugah kesadaran manusia untuk bertindak secara otonom dan bukan secara heteronom. Etika bermaksud membantu manusia untuk bertindak secara bebas, tetapi dapat dipertanggungjawabkan. Bebas dan tanggung jawab adalah unsur pokok dari otonomi moral yang merupakan salah satu prinsip utama moralitas, termasuk etika bisnis.⁵ Etika dalam ajaran Islam menuntun seluruh aspek perilaku kehidupan manusia, hampir setiap individu berhadapan dengan berbagai permasalahan etis baik menjalankan bisnis ataupun menjalankan aktivitas sehari-hari. Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan etika, pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki kerangka etika bisnis yang kuat sehingga mengantarkan aktivitas bisnis nyaman dan berkah.⁶

Pada dasarnya dimensi kualitas pelayanan meliputi: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan peduli (*empathy*).⁷ Dimana instrumen ini dapat digunakan secara umum oleh perusahaan. Namun kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut bersifat umum, apabila diterapkan pada perusahaan yang memiliki karakteristik khusus seperti lembaga keuangan syariah perlu adanya penyesuaian. Karena lembaga keuangan syariah memiliki karakteristik khusus

⁵ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 22.

⁶ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004), 95.

⁷ I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali". *EJurnal Manajemen Unud*, 2016, Vol. 5, No.1, ISSN: 2302-8912, 706.

dibandingkan dengan lembaga konvensional yaitu implementasi kepatuhan syariah (*compliance*) dalam aktivitasnya. Dalam melakukan pelayanan, penting halnya sebagai pengusaha untuk tetap memperhatikan kaidah islami. Pelayanan dalam Islam adalah sebuah keharusan yang dilakukan. Dalam pengoperasiannya, suatu usaha tetap harus memerhatikan segala yang terjadi dalam prosesnya sesuai prinsip syariah.

Menurut ensiklopedi Islam, pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah. Agar suatu pelayanan yang ada di perusahaan jasa harus lebih terarah maka semua pihak harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam. Dimana Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum. Konsep Pelayanan menurut Islam memiliki 6 prinsip, yaitu Prinsip Tolong Menolong (*Ta'awun*), Prinsip Memberi Kemudahan (*At-taysir*), Prinsip Persamaan (*Musawah*), Prinsip Saling Mencintai (*Muhabbah*), Prinsip Lemah Lembut (*Al-layin*), Prinsip Kekeluargaan (*Ukhuwah*).⁸

Untuk mendapatkan kepuasan nasabah, pelayanan yang diberikan hendaknya harus memiliki prinsip-prinsip islam sebagaimana yang disebutkan diatas. Supaya pelayanan yang dilaksanakan oleh sebuah usaha menjadi terarah, semua yang terlibat harus memiliki pedoman serta prinsip dalam menjalankan usahanya, dimana Islam menekankan bahwa pelayanan hendaknya dilakukan sesuai dengan harapan pelanggan yang menerima.

⁸ Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2013), 45.

Sebagai bank yang menerapkan prinsip syariah, Bank Syariah Indonesia (BSI) harus mampu mengembangkan pelayanan agar dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Selain penawaran produk-produk yang dimiliki, peningkatan pelayanan yang berbasis etika Islam merupakan daya tarik yang cukup menggoda masyarakat untuk menggunakan jasa bank ini. Mengingat lembaga keuangan syariah pada saat ini mulai diminati oleh masyarakat membuat BSI KC Madiun Kartoharjo ini lebih membutuhkan inovasi agar masyarakat memilih bertransaksi di kantor cabang Kartoharjo. Ini artinya BSI KC Madiun Kartoharjo menjadi bank yang mampu memberikan kepuasan pelayanan kepada nasabahnya.

Kualitas layanan merupakan hal yang mutlak bagi Bank BSI KC Madiun Kartoharjo untuk tetap eksis dalam usahanya. Apabila jasa yang diterima sesuai yang diharapkan nasabah maka kualitas jasa yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan nasabah, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan suatu perusahaan ialah seberapa jauh ia memenuhi harapan para nasabahnya.

Dengan terpenuhinya segala kebutuhan dan harapan nasabah, maka dapat menumbuhkan rasa puas terhadap nasabah. Menurut kotler, kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya. Kepuasan nasabah akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan

perusahaan. Apabila nasabah puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan, maka nasabah tersebut akan loyal kepada perusahaan, mengulang kembali pembelian produknya dan memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut.⁹

Hal ini memperkuat BSI KC Madiun Kartoharjo dalam meningkatkan strategi usahanya untuk meningkatkan kualitas layanan kepada masyarakat sehingga masyarakat yang menggunakan jasa Bank BSI KC Madiun Kartoharjo dapat merasa puas terhadap layanan yang diberikan. Pada dasarnya aktivitas pelayanan yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Madiun Kartoharjo mengarah pada satu titik, yaitu pencapaian kepuasan nasabah dengan memberikan pelayanan yang baik, seperti kecepatan pelayanan, karyawan bersikap sopan dan ramah serta memberikan penjelasan yang lengkap mengenai hal-hal yang ingin diketahui oleh nasabah. Akan tetapi setiap nasabah mempunyai *needs* dan *wants* yang selalu harus dipenuhi dan dipuaskan. Berdasarkan hasil observasi peneliti, pelayanan dibagian *front office* sudah sesuai dengan yang diinginkan nasabah dan juga memenuhi prinsip-prinsip syariah. Namun ada beberapa yang masih kurang berkenan di hati nasabah seperti yang diungkapkan oleh Yunias Agiel sebagai karyawan bagian *Customer Service* bahwa beliau mendapatkan keluhan mengenai ketanggapan atas kebutuhan nasabah yang dirasa kurang dan keramahan terhadap pelayanan di beberapa nasabah yang tidak memenuhi kepuasan nasabah. Hal ini tidak sesuai dengan etika Islam yang memberikan kualitas

⁹ Kotler, Philip dan Lane, Kevin. *Manajemen Pemasaran Edisi ke-13* (Jakarta: Erlangga, 2008), 177.

disetiap pekerjaan dengan ajaran Islam berdasarkan pada Al-Quran dan As-Sunnah. Kualitas Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan berupa barang dan jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, berikanlah kualitas yang terbaik untuk orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al Isra' ayat 7.

Dari QS. Al Isra' Ayat 7 dapat disimpulkan bagaimana seorang pelayan publik harus bisa memberi pelayanan terhadap masyarakat sepenuh hati sesuai dengan anjuran Islam. Sebagai pelayan publik harus mempunyai iman yang kuat, bagaimana pelayan publik harus mempunyai jiwa yang adil, jujur, akuntabel, transparan semua itu kunci dari keberhasilan pelayanan agar Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) terpenuhi.¹⁰

Kualitas layanan tersebut bisa dijadikan acuan untuk Bank BSI KC Madiun Kartoharjo untuk senantiasa memberikan layanan sesuai dengan harapan mereka, karena dalam memberikan pelayanan terbaik merupakan pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan dan memberikan keuntungan bagi perusahaan sehingga nasabah tersebut ingin terus-menerus menggunakan jasa Bank BSI KC Madiun Kartoharjo.

Penelitian dengan tema mengenai pelayanan berbasis etika Islam juga pernah diteliti oleh Dyas Agustiningtyas, Bayu Kurniawan Dwitama dan Evi Kurnia sari yang meneliti mengenai pelayanan yang dengan prinsip syariah. Namun, di Madiun belum banyak diangkat atau dibahas, padahal di Madiun cukup banyak lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah dalam

¹⁰ Anna Thesya Saimona, *Etika Kerja dan Kualitas Layanan Islam Terhadap Kinerja Perbankan pada PT. Bank Syariah Mandiri Provinsi Lampung* (EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis), Vol. 2, No. 2., 188.

transaksinya. Maka dari itu penulis tertarik mengangkat tema penelitian dengan pelayanan berbasis etika Islam pada bank syariah terkhusus BSI KC Madiun Kartoharjo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi bank syariah dalam menerapkan pelayanan berbasis etika Islam dalam meningkatkan kepuasan nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo. Berdasarkan pembahasan singkat latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Strategi Pelayanan Berbasis Etika Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo."**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan strategi pelayanan berbasis etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo?
2. Bagaimana faktor yang mempengaruhi pelayanan berbasis etika Islam yang diterapkan BSI KC Madiun Kartoharjo?
3. Bagaimana dampak pelayanan berbasis etika Islam dalam meningkatkan kepuasan nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pelayanan berbasis etika Islam yang berlaku di BSI KC Madiun Kartoharjo.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi pelayanan berbasis etika Islam yang diterapkan di BSI KC Madiun Kartoharjo.

3. Untuk mengetahui bagaimana pelayanan berbasis etika Islam untuk meningkatkan kepuasan nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo.

D. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan penelitian diatas, diharapkan hasil penelitian ini dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
 - a. Sebagai penambah wawasan pengetahuan bagi peneliti tentang pentingnya pelayanan yang berorientasi pada etika Islam. Khususnya pada perbankan syariah.
 - b. Sebagai penambah wawasan pengetahuan bagi pembaca tentang permasalahan yang diteliti oleh peneliti.
 - c. Sebagai bahan informasi dan masukan peneliti untuk dapat lebih memahaminya secara relevan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian diharapkan dapat meningkatkan motivasi guna memiliki pengetahuan yang lebih luas dan dapat dijadikan bahan referensi bagi mahasiswa yang kelak akan membutuhkannya.

3. Bagi BSI KC Madiun Kartoharjo

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak bank untuk terus meningkatkan keterampilan atau keahlian para karyawan dalam melaksanakan tugas-tugasnya sesuai dengan etika islam, guna meningkatkan daya saing Bank Syariah Indonesia dengan Perbankan Nasional.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Evi Kurnia Sari mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Medan pada tahun 2017 dengan judul "*Analisis Pelaksanaan Pelayanan yang Disesuaikan dengan Etika Bisnis dalam Perspektif Islam pada PT. BANK Syariah Mandiri KCP Medan Marelan*". Skripsi dengan pendekatan penelitian kualitatif ini menggunakan metode pengumpulan data: wawancara, observasi, dan penelitian kepustakaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang bagaimana pelayanan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Medan Marelan yang disesuaikan dengan etika bisnis dalam perspektif Islam.

Kedua, Salsabila Medy Tryana mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pare pare melakukan penelitian pada tahun 2020 dengan judul "*Strategi BRI Cabang Sidrap Dalam Meningkatkan Kualitas layanan Terhadap Nasabah (Analisis Etika Bisnis Islam)*". Skripsi dengan pendekatan penelitian kualitatif ini menggunakan metode pengumpulan data: wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan perencanaan strategi yang diterapkan dapat meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah, bahwa strategi yang diterapkan oleh BRI Cabang Sidrap dalam meningkatkan kualitas layanan dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah, dengan evaluasi mampu mengukur kinerja yang telah dicapai oleh BRI Cabang Sidrap, serta pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan dengan ramah, adil,

cepat dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi nasabah.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Bayu Kurniawan Dwitama mahasiswa jurusan Manajemen Dakwah fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Penelitian pada tahun 2019 ini berjudul *"Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Ibadah Haji dan Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour di Kalimalang Jatiwaringin Jakarta Timur."* penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data: wawancara, dokumentasi, dan observasi. Tujuan Penelitian ini adalah Untuk mengetahui tentang implementasi etika bisnis islam dalam pelayanan ibadah haji dan umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour.

Keempat, Kurniasari mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pare pare melakukan penelitian pada tahun 2020 dengan judul *"Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pemasaran Produk Bank Syariah Mandiri di Polewalimandar"*. Penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif ini menggunakan data primer dan data skunder untuk mendapatkan sumber data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi Pemasaran berdasarkan etika bisnis Islam pada Bank Syariah Mandiri di Polewali Mandar telah diterapkan dengan baik, baik itu prinsip kesatuan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, maupun prinsip kebenaran dalam melakukan transaksi maupun pembiayaan telah transparan serta mengutamakan kejujuran juga

harus memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan aturan bisnis yang disyariatkan oleh Allah SWT., bukan hanya sekedar mencari keuntungan saja tetapi mengikuti aturan bisnis yang ada.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Dyah Agustiningtyas pada tahun 2018 mahasiswa Fakultas Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dengan judul “*Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Perusahaan Batik Usaha Dagang Setia Jaya Karang Trenggalek)*”. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingkat persaingan usaha yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis mengharuskan pelaku usaha untuk tetap menjaga kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan etika bisnis Islam yang sesuai diharapkan perusahaan mampu berjalan dengan optimal dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi pelayanan batik UD. Setia Jaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mendeskripsikan etika bisnis Islam memandang strategi pelayanan batik UD. Setia Jaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam hal ini peneliti mendeskripsikan strategi pelayanan batik UD. Setia Jaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ditinjau dari etika bisnis Islam. Oleh karena itu peneliti melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan batik UD. Setia Jaya telah menerapkan strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan diantaranya yaitu Bukti Fisik (*tangible*),

Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati. Sedangkan pandangan etika bisnis Islam terhadap strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu Kesatuan (Tauhid), Keseimbangan dan Keadilan, Kehendak bebas, Tanggungjawab. Berdasarkan paparan di atas maka dapat disimpulkan bahwa UD. Setia Jaya telah melakukan strategi yang sesuai menurut pandangan etika bisnis Islam.

Keenam, penelitian oleh Yusron Musthafa Kamal dengan judul “Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Rawamangun” pada tahun 2016 di Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Dalam penulisan ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan penelitian ini menghasilkan data deskriptif. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pelayanan *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yaitu, *competence* (kompetensi), *trusted & trust* (percaya dan dipercaya), *contribution* (kontribusi), *honesty* (kejujuran), *service excellent* (pelayanan prima), *social & environment care* (sosial dan peduli pada lingkungan) *innovation* (perubahan). Serta upaya yang dilakukan oleh *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah pertama tujuh rekening baru dalam satu hari, kedua *cross selling* (penjualan silang) ketiga *roll play* dan terakhir *shopper*.

Ketujuh, Yesi Oktaningtyas mahasiswa IAIN Ponorogo Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam melakukan penelitian pada tahun 2020 dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan

Kepada Nasabah Bank BRI Syariah KC Madiun”. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan pencarian data serta pengumpulan data yang dilakukan ditempat terjadinya fenomena atau kasus tertentu terjadi, mulai dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian penulis dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang ada di Bank BRI Syariah KC Madiun sudah cukup baik. Untuk mengetahui kualitas pelayanan menggunakan dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari Bukti langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*). Dari hasil wawancara dan pernyataan nasabah bahwa kualitas pelayanan yang di berikan Bank BRI Syariah KC Madiun sudah cukup baik. Seperti saat ada nasabah komplain mereka langsung cepat tanggap untuk mengatasinya, kepopansantunan serta keramahan karyawan juga akan membuat nasabah semakin nyaman menggunakan produk yang ada di Bank BRI Syariah KC Madiun.

Kedelapan, skripsi dengan judul “Strategi Pelayanan Prima Di bank Syariah Mandiri Kantoe Cabang Metro dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” oleh Inggrid Renvhilia Putri mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung pada tahun 2019. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), sedangkan sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi pelayanan prima yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro yaitu *tangibles*, *reliability*,

responsiveness, empathy, dan assurance. Bank Syariah Mandiri juga telah memiliki dan menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan. Terdapat beberapa hal untuk meningkatkan kualitas frontliner Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro yaitu *Choaching, Sharing Seassion, dan Training.* Ditinjau dari aspek etika bisnis Islam, perlu ditingkatkan kembali pemahaman dan latihan bagi para pegawai Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro khususnya bagian frontliner terkait dengan prinsip-prinsip pelayanan yang terdapat di dalam etika bisnis Islam.

Kesembilan, Intannia Cahyasari mahasiswa Program Studi D-III Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Pekanbaru Riau pada tahun 2019 dengan judul “Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor Cabang Pekanbaru Riau”. Metodologi penelitian ini menggunakan analisa data mode deskriptif. Hasil penelitian Strategi *customer service* dalam memberikan pelayanan ada dua kategori diantaranya strategi pelayanan yang mendasar meliputi karyawan yang bertugas sebagai *customer service* harus bersikap ramah, komunikatif, *name tag* yang selalu diperlihatkan. Sedangkan strategi pelayanan yang utama meliputi kompetensi, percaya dan dipercaya, kontribusi, kejujuran, sosial, peduli lingkungan dan inovasi. Upaya yang dilakukan *customer service* terhadap pelayanan diberikan kepada nasabah dapat diketahui dengan keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari PT. Bank Tabungan

Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Pekanbaru itu bisa ditunjukkan dari adanya kepuasan mereka atas layanan yang selama ini diberikan.

Kesepuluh, skripsi dengan judul “*Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Strategi Marketing Tabungan Faedah Di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo*” oleh Ikhsan Mu’minin Roh Mashud Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah IAIN Ponorogo pada tahun 2019. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi, kuisioner atau angket yang diberikan kepada 97 responden. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh promosi signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BRI Syariah Ponorogo diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ $8,494 > 1,985$. Pengaruh lokasi yang signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BRI Syariah Ponorogo $t_{hitung} > t_{tabel}$ $6,210 > 1,985$. Adanya pengaruh variabel promosi dan lokasi secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah bank BRI Syariah Ponorogo diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ $41,771 < 3,94$.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat

induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekan makna dari pada generalisasi. Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode *postpositivistik* karena berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*.¹¹

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian. Dalam penelitian kualitatif manusia merupakan instrumen penelitian dan hasil penulisannya berpakata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

2. Lokasi/Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Madiun Kartoharjo terletak di Jl. Auri Blok A/1A, Kec. Kartoharjo Kota Madiun. Kantor yang semula berada di Jl. S. Parman No.46, Oro-oro Ombo, Kec. Kartoharjo, Kota Madiun, Jawa Timur. BSI KC Madiun Kartoharjo ini seperti pada bank syariah lain yang melayani transaksi layaknya keuangan maupun pembiayaan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Dengan penataan karyawan yang mumpuni dan ahli pada bidangnya masing-masing membuat pelayanan yang diberikan semaksimal mungkin.

¹¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 7.

3. Data dan Sumber Data

Berdasarkan permasalahan diatas maka jenis data yang digunakan adalah jenis data primer dan jenis data sekunder. Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya, dan data tersebut sebelumnya tidak ada. Sedangkan data sekunder Data sekunder adalah data yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya.¹² Dalam penulisan ini diperoleh data yang diamati secara langsung di BSI KC Madiun Kartoharjo adalah hasil data yang diambil dengan cara wawancara kepada informan untuk mendapatkan data mengenai strategi pelayanan yang diterapkan Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo serta didukung dengan studi pustaka yang berhubungan dengan teori tentang pelayanan berbasis etika Islam.

4. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan diadakannya suatu penelitian adalah untuk mendapatkan data, maka teknik pengumpulan data adalah hal yang sangat penting dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif ini dilakukan melalui tiga cara, yaitu:

a. *Interview* (Wawancara)

¹² Azuar Juliandi, et al, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Medan: UMSU PRESS, 2015), 65.

Interview atau wawancara ialah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden dan mencatat atau merekam jawaban-jawaban responden. Wawancara dilakukan dengan cara mewawancarai secara langsung maupun tidak langsung dengan sumber data wawancara dapat dijadikan teknik pengumpulan data yang efektif dengan cara sebelum wawancara dilaksanakan terlebih dahulu menyusun panduan wawancara sehingga pertanyaan yang diajukan menjadi terarah dan setiap jawaban atau informasi yang diberikan oleh responden segera dicatat. Data yang diperoleh berupa persepsi, pendapat, perasaan dan pengetahuan.¹³

b. Observasi (Pengamatan)

Analisis dan mengadakan pencatatan secara teratur mengenai tingkah laku individu atau kelompok dengan melihat atau mengamatinya secara langsung titik penggunaan metode ini dengan cara mengamati dan melihat secara langsung keadaan di lapangan agar peneliti mampu memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti. Data yang diperoleh berupa gambaran yang berada di lapangan dalam bentuk sikap, tindakan, pembicaraan, interaksi interpersonal, dan lain sebagainya.¹⁴ Pada penelitian ini observasi dilakukan pada dua

¹³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 137.

¹⁴ Ibid, 145.

tempat yaitu di kantor yang berada di Jl. Auri Blok A/1A, Kec. Kartoharjo Kota Madiun.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah cara kumpulan data melalui peninggalan tertulis terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dan lain sebagainya yang berhubungan penyelidikan.

5. Teknik Pengolahan Data

Tahapan-tahapan pengolahan data penelitian ini ada tiga tahapan, ditambah tahapan terakhir yaitu tahapan penulisan laporan penelitian, dengan perincian sebagai berikut:

- a. Pemaparan data berdasarkan pada sistematika yang telah ditetapkan (*display*).
- b. Memilih dan memilah data yang relevan dengan pembahasan (*reduction*).
- c. Melakukan penarikan kesimpulan (*conclusion*). Penting membuat kesimpulan terhadap data yang dipaparkan. Misalnya setelah mengutip beberapa definisi tentang faktor-faktor ekonomi dari beberapa tokoh, penulis membuat sebuah kesimpulan dengan kalimatnya sendiri.

6. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah salah satu bagian dari proses penelitian. Analisis data berarti menginterpretasikan data-data yang telah

dikumpulkan dari lapangan dan telah diolah sehingga menghasilkan informasi tertentu.¹⁵ Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi. Dengan cara mengorganisasikan ke dalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan akan dipelajari, membuat kesimpulan mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.¹⁶

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Teknik pengecekan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi merupakan teknik yang bersifat menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada, teknik triangulasi merupakan teknik yang menguji kredibilitas dengan mengecek data yang telah didapat dari berbagai sumber.¹⁷

Teknik dapat dicapai dengan membandingkan data wawancara dan data dokumentasi. Dengan ini penelitian akan melakukan

¹⁵ Azuar Juliandi, et al, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Medan: UMSU PRESS, 2015), 85.

¹⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 244.

¹⁷ Ibid, 477.

pengecekan data yang diperoleh dari hasil wawancara lapangan terhadap strategi pelayanan yang berbasis etika islam dalam meningkatkan kepuasan nasabah; BSI KC Madiun Kartoharjo.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan gambaran dan informasi yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka penelitian ini disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian yang meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan temuan lalu dirangkai dengan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori dan konsep yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu teori utama tentang strategi pelayanan, etika Islam, dan kepuasan nasabah.

BAB III PAPARAN DATA

Bab ini mengemukakan dengan jelas hasil penelitian lapangan tentang profil BSI KC Madiun Kartoharjo, meliputi sejarah, visi misi dan core values AKHLAK, susunan personalia, strategi pelayanan berbasis etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi fakta temuan penelitian berdasarkan metode dari pendekatan penelitian yang telah ditentukan untuk kemudian di analisis, di dalamnya memuat analisis tentang penerapan strategi pelayanan berbasis etika Islam, faktor yang mempengaruhi diterapkannya pelayanan berbasis etika Islam, Dampak yang diperoleh setelah diterapkannya pelayanan berbasis etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, saran-saran dan rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian.



BAB II

STRATEGI PELAYANAN, ETIKA ISLAM DAN KEPUASAN NASABAH

A. Strategi Pelayanan

Strategi adalah arah atau jalan yang akan ditempuh organisasi dalam rangka menjalankan misinya untuk menuju pencapaian visi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi, adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang maupun damai. Secara eksplisit, strategi adalah rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktivasi lain untuk menanggapi lingkungan dan membantu organisasi mencapai sasaran. Intinya, strategi adalah pilihan untuk melakukan aktivitas yang berbeda atau untuk melaksanakan aktivitas dengan cara berbeda dari pesaing.¹ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi perusahaan adalah yang menetapkan tujuan, metode, *alternative*, alokasi sumber daya dalam mengukur keberhasilan perusahaan.²

Istilah strategi merupakan rencana tentang aktivitas untuk mencapai sebuah tujuan sasaran secara khusus dan saling berhubungan dalam suatu waktu. Salah satu faktor yang terpenting dalam sebuah perusahaan adalah adanya strategi, hal ini bertujuan supaya suatu usaha berjalan sukses. Strategi dapat menentukan arah usaha dengan mengikuti

¹ Djoko Muljono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), 15.

² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 1341.

lingkungan yang dipilih sebagai acuan untuk mengalokasikan sumber daya usaha suatu perusahaan.³

Strategi memiliki pengertian bermacam-macam, menurut Hamel dan Prahalad strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan di masa depan. Dengan demikian strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.⁴

Definisi Strategi Menurut A. Halim, strategi adalah teknik atau cara yang dilaksanakan oleh individu atau organisasi maupun perusahaan dalam mencapai sebuah tujuan dengan mengamati peluang dan ancaman yang terdapat di lingkungan eksternal dan kemampuan internal serta sumber daya yang dihadapi. Morrissey juga menjelaskan bahwa strategi adalah suatu proses menentukan arah yang sedang dituju oleh perusahaan untuk mencapai misinya. Sedangkan strategi menurut Craig dan Grant ialah penetapan tujuan dan sasaran dalam jangka panjang (*Targeting and longterm goals*).⁵

Menurut Chandler bahwa strategi memiliki definisi penetapan dari suatu tujuan serta sasaran jangka panjang perusahaan atau organisasi dan serangkaian tindakan juga alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi ini dapat dikatakan merupakan maksud

³ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2002), 3.

⁴ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Raja Grafindo, 2010), 17.

⁵ Husein Umar, *Strategic Management in Action* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001),

yang mendefinisikan cara untuk mencapai tujuan dan memperhatikan dengan sungguh – sungguh alokasi sumber daya yang penting untuk jangka panjang serta mencocokkan sumber daya dan kapabilitas dengan lingkungan eksternal usaha.⁶

Strategi penting halnya dilakukan oleh suatu organisasi maupun perusahaan dan sangat diperlukan karena:⁷

- a. Untuk memberikan arah yang jelas pada semua jajaran manajemen dalam perusahaan.
- b. Agar manajer berpikir jauh ke depan dengan kreatif (bukan hanya hal-hal yang bersifat rutin sehingga melupakan pemikiran jangka panjang).
- c. Memaksa manajer untuk mengantisipasi dan meramalkan faktor eksternal yang rumit dan tidak pasti.
- d. Dengan menyusun strategi, para manajer untuk dapat berkomunikasi dengan jelas satu dengan yang lain. Strategi dapat menyatukan pandangan yang berbeda dari setiap manajer dan departemen dalam perusahaan.
- e. Perusahaan selalu dihadapkan dengan situasi persaingan. Jika perusahaan tidak mampu untuk mengantisipasi ke depan, maka perusahaan tersebut dapat tertinggal dari para pesaingnya.

Sedangkan pengertian pelayanan menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah suatu usaha untuk melayani keperluan orang

⁶ Kamaruddin Sellang Dkk, *Strategi dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Dimensi, Konsep, Indikator, dan Implementasinya* (Pasuruan: Qiara Media Partner, 2019), 109.

⁷ Rahayu Puji Suci, *Esensi Manajemen Strategi* (Surabaya: Zifatama Publisher, 2015), 4.

lain, sedangkan melayani adalah membantu untuk menyiapkan (membantu yang diperlukan orang lain). Pada dasarnya pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang membentuk suatu proses. Sebagai proses, suatu pelayanan berlangsung terus menerus juga berkesinambungan yang meliputi aktivitas kehidupan dalam masyarakat juga proses pemenuhan kebutuhan dengan melalui kegiatan orang lain.⁸ Pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan. Sedangkan definisi menurut Gronroos, pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen.⁹

Menurut Kotler dalam Hendro dan Syamswana definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau aktivitas yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pada umumnya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau organisasi yang memiliki kualitas baik

⁸ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 57.

⁹ Ratminto dan Atik Septi, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005), 2.

dapat menciptakan kepuasan yang maksimal dan menimbulkan pembelian kembali oleh pelanggan dengan lebih sering.¹⁰

Menurut Freddy Rangkuti mengungkapkan bahwa pelayanan ialah suatu upaya yang digunakan untuk memenuhi keinginan konsumen dan perlakuan yang dapat menciptakan rasa puas. Apabila pelayanan yang dilakukan melebihi keinginan konsumen, pelayanan bisa dikatakan baik atau ideal. Tetapi apabila pelayanan yang diperoleh konsumen lebih rendah dari keinginan konsumen, pelayanan dikatakan tidak baik. Dari hal tersebut dapat diketahui baik atau tidaknya suatu pelayanan yang diberikan tergantung dengan kemampuan yang dimiliki penyedia layanan dalam memenuhi keinginan konsumen.¹¹

Dari beberapa pendapat pakar diatas, dapat diketahui bahwa pelayanan ialah cara dalam melayani, membantu, menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keinginan serta kebutuhan pelanggan baik dilakukan individu atau kelompok sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pelanggan. Suatu pelayanan hendaknya dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal utama yang dapat mempengaruhi pelayanan yaitu sumber daya manusianya. Artinya, peran dari seseorang atau kelompok yang melakukan pelayanan merupakan faktor utama karena dengan manusialah pelanggan akan berkomunikasi langsung secara terbuka. Selanjutnya, sarana prasarana yang digunakan

¹⁰ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 58.

¹¹ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), 6.

harus dapat mendukung pelayanan yang dilakukan seseorang. Demikian juga dengan kualitas dari produk yang ditawarkan, produk yang ditawarkan harus mempunyai kelebihan daripada produk yang ditawarkan oleh pesaing.¹²

Pelayanan terhadap pelanggan secara maksimal menunjukkan seberapa besar kualitas dari pelayanan dimata pelanggan. Jika pelanggan telah menilai bahwa pelayanan yang diterimanya dengan nilai sangat baik, maka pelanggan tidak akan berpaling pada pesaing yang menawarkan jasa atau produk yang serupa.

Dari hal-hal yang telah dipaparkan di atas, yang dimaksud dari strategi pelayanan disini adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

Strategi pelayanan adalah bagian sentral strategi bisnis perusahaan yang juga meliputi tujuan keuntungan, pasar, teknologi, dan sebagainya. Hal ini harus mencakup keperluan dan harapan konsumen, kegiatan pesaing, serta wawasan tentang masa depan.¹³ Karena pada dasarnya tidak ada perusahaan yang mampu bertahan lama jika kebutuhan konsumennya tidak terpenuhi atau diabaikan. Dan tanpa pengetahuan tentang apa yang dilakukan pesaing, sangat mustahil untuk memperoleh keuntungan melalui kualitas dan inovasi pelayanan yang diberikan. Setidaknya kita harus mengetahui strategi pesaing. Dan tidak hanya itu

¹² Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 3.

¹³ Denis Walker, *Mendahulukan Kepuasan Pelanggan: Strategi Untuk Memberikan Pelayanan Terbaik*, Penerjemah: Anton Adiwitoyo, (Tangerang: Binarupa Askara, 2011), 25.

saja, perusahaan juga harus memiliki pemimpin yang berwawasan luas akan masa depan perusahaannya untuk mendorong ekperimentasi dan perubahan serta memungkinkan pegawainya menciptakan wawasan untuk masa depan.

Strategi pelayanan adalah proses rencana bantuan utama dalam kebaikan yang bermanfaat dan saling menghasilkan satu sama lain yang juga bersifat menyeluruh dan terintegritas berisikan sasaran dan program jangka panjang yang dirumuskan berdasarkan keunggulan dan kelemahan perusahaan atau instansi guna menghadapi peluang dan ancaman dari luar. Pemberian pelayanan atau jasa yang baik kepada nasabah akan memberikan kepuasan kepada para nasabah yang akhirnya menciptakan loyalitas terhadap karyawan yang bersangkutan. Bila pelayanan atau jasa yang diterima dapat memuaskan maka kualitas pelayanan atau jasa itu akan di persepsikan baik, namun sebaliknya bila pelayanan atau jasa yang diterimanya lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas atau jasa itu akan di persepsikan buruk.¹⁴

Strategi pelayanan dapat diartikan sebagai kemudahan yang diberikan sehubungan jual-beli barang atau jasa. Adapun pengertian strategi pelayanan menurut AS. Moenir, “Strategi pelayanan sebagai proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung diterima”. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa strategi pelayanan

¹⁴ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), 9.

merupakan tindakan yang dilakukan orang lain agar masing-masing memperoleh keuntungan yang diharapkan dan mendapatkan kepuasan.

Mendahulukan kepuasan konsumen adalah iktikad yang baik, tetapi itu akan lebih dari sekedar kata-kata jika ada strategi pelayanan yang semestinya. Dua tujuan utama strategi ini adalah menciptakan perbedaan yang dapat dilihat dan dapat diukur oleh konsumen serta mempunyai dampak yang sesungguhnya didalam perusahaan.¹⁵

Adapun strategi pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan nasabah dengan standar yang sudah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditujukan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki. Banyak perusahaan yang ingin dianggap selalu baik dimata nasabah. Karena nasabah akan menjadi setia terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Strategi pelayanan adalah cara bagaimana menyikapi suatu keadaan dan kenyataan dengan memberikan solusi untuk mampu keluar dari keadaan tersebut. Solusi ataupun cara diambil berdasarkan kondisi kebutuhan dan mampu memberikan jalan terbaik dari keadaan yang terjadi. Strategi kadang identik dengan siasat untuk mengatasi masalah yang hadir, bukan sebaliknya. Jadi, strategi pelayanan dalam konteks penelitian ini adalah bagaimana Bank BSI KC Madiun Kartoharjo dalam meningkatkan kepuasan nasabah dengan pelayanan berbasis etika Islam.

¹⁵ Denis Walker, *Mendahulukan Kepuasan Pelanggan: Strategi Untuk Memberikan Pelayanan Terbaik*, Penerjemah: Anton Adiwitoyo (Tangerang: Binarupa Askara, 2011), 25.

B. Etika Islam

1. Pengertian Etika Islam

Etika berasal dari bahasa Yunani dari kata “*ethos*”, yang dalam bentuk jamaknya (ta etha), berarti adat-istiadat atau kebiasaan.¹⁶ Etika secara terminologis ialah “*The systematic study of the nature of value concepts, good, bad, ought, right, wrong, etc. And of the general principles which justify, us in applying them to anything; also called moral philosophy*”.

Artinya: Etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya. Dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.¹⁷

Pada dasarnya, etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Secara etimologi, etika identik dengan moral, karena telah umum diketahui bahwa istilah moral berasal dari kata “*moes*” (dalam bentuk tunggal) dan *mores* (dalam bentuk jamak) dalam bahasa latin yang artinya kebiasaan atau cara hidup.¹⁸ Dari uraian tersebut di atas maka dapat didefinisikan Etika bisnis ialah seperangkat nilai tentang baik, buruk,

14. ¹⁶ A.Sonny Keraf, *Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya)* (Yogyakarta: Kanisius, 1998),

5. ¹⁷ Faisal Badroen., et al., eds., *Etika Bisnis Dalam Islam* (Cet. II; Jakarta: Kencana, 2007),

¹⁸ A.Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an* 47.

benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.¹⁹

Pengertian secara umum etika dan moralitas sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah diinstitutionalisasi dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku dan konsisten dan berulang dalam kurung waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan. Selain itu etika juga dipahami dalam pengertian yang sekaligus berbeda dengan moralitas. Etika berisi tentang nilai dan norma-norma yang konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam kehidupannya.²⁰

2. Bentuk Etika yang Baik dalam Islam

Pada saat pelaku bisnis mengaplikasikan etika bisnis Islam, maka pelaku harus menghindari pelanggaran hukum atau norma-norma yang ada di masyarakat sehingga terhindar dari citra yang buruk bagi perusahaan. Jika citra perusahaan buruk, maka akan berdampak pada kegiatan usahanya. Problematika dalam kaitannya dengan etika bisnis Islam bisa beranekaragam sifatnya, seperti adanya kepentingan pribadi yang saling berlawanan dengan kepentingan orang lainnya ataupun adanya persaingan dalam meraih keuntungan yang melahirkan konflik.

¹⁹ *Ibid*, 15.

²⁰ Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: PT. Raja Grafinndo Persada, 2011), 5.

Bentuk-bentuk etika bisnis dalam Islam banyak terserap dalam Al-Quran dan Hadits. Sehingga dalam mengadakan identifikasi terhadap begitu banyak, terdapat empat bentuk etika bisnis yang baik sesuai ajaran Islam adalah sebagai berikut:

a. Kejujuran

Jujur adalah sifat lugas, apa adanya, yang tidak dicampuri dengan kebohongan-kebohongan. Lawan jujur adalah dusta. Dusta yaitu memberitahukan sesuatu berlainan dengan yang sebenarnya, dalam bahasa sehari-hari, jujur sering diterjemahkan sebagai sikap terbuka yakni tidak ada sesuatu yang perlu dirahasiakan atau ditutup-tutupi. Jujur berarti menempatkan sesuatu pada tempatnya yang selayak-layaknya sesuai dengan tuntunan dan kebenaran.²¹

Kejujuran adalah modal utama dalam melakukan kegiatan bisnis, jika perusahaan itu melakukan penipuan atas produk dan kegiatannya, maka lama-kelamaan masyarakat akan tahu dan menilai bahwa perusahaan tersebut memiliki citra yang buruk. Kejujuran meliputi tingkah laku perusahaan, mulai dari jajaran direksi, staf, dan karyawannya yang saling terkait.²²

b. Kerendahan Hati

²¹ M. Yatimin Abdullah, *Pengantar Studi Etika* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006), 105.

²² Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 51.

Kerendahan hati merupakan salah satu sifat mulia yang diajarkan oleh para Nabi. Kerendahan hati merupakan etos mulia yang penting dalam membangun karakter pribadi mulia. Salah satu sifat kerendahan hati dalam lingkungan perusahaan adalah suka menolong konsumen.²³ Artinya seseorang yang memiliki sifat rendah hati, dia memiliki kesadaran yang tinggi bahwa dirinya adalah seorang hamba Allah SWT. Kesadaran inilah yang menjadikan seseorang tidak berlaku sombong, serakah, dan tinggi hati. Oleh karena itu sikap rendah hati merupakan unsur penting yang harus dimiliki seorang pemimpin yang efektif.

Kerendahan hati dalam lingkup Perusahaan, dapat diartikan dengan upaya untuk tidak menggunakan kekuatan finansialnya untuk hal-hal yang melanggar hukum atau memaksakan kehendaknya terhadap konsumen atau masyarakat. Namun perusahaan harus dapat mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang atau jasa, serta mampu memberikan perlindungan terhadap konsumen dengan berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

²³ Kasmir, *Etika Costumer Service* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005), 121.

c. Menepati Janji

Janji adalah suatu ketetapan yang dibuat dan disepakati oleh seseorang untuk orang lain atau dirinya sendirinya untuk dilaksanakan sesuai dengan ketetapannya. Walaupun janji yang dibuat sendiri tetapi tidak terlepas darinya, melainkan mesti ditepati dan ditunaikan. Menepati janji ialah menunaikan dengan sempurna apa-apa yang telah dijanjikan, baik berupa kontrak maupun apa saja yang telah disepakati.²⁴

Janji kepada manusia adakalanya dilakukan dengan ucapan, dan adakalanya dilakukan dengan tulisan. Semua janji wajib dipenuhi atau ditepati sebagaimana mestinya, ingkar janji merupakan perbuatan dosa karena ingkar janji adalah salah satu tanda orang munafik.²⁵ Membuat janji-janji yang berlebihan dalam bisnis merupakan tindakan berbahaya bagi dirinya dan perusahaannya, karena apabila karyawan tidak mampu menepati janji akan menghilangkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan.²⁶

d. Bertanggung jawab

Sifat tanggung jawab merupakan sifat-sifat dasar dalam ajaran Islam yang harus dimiliki setiap individu. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada

²⁴ M. Yatimin Abdullah, *Pengantar Studi Etika* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 109.

²⁵ *Ibid*, 110.

²⁶ Husaini A. Madjid Hasyim, *Syarah Riyadhus Shalihin jilid III* (Surabaya: PT Bina Ilmu: 2003), 43.

prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak.

Konsep Al-Quran mencegah ketidakadilan dan menganjurkan pengelolaan yang adil dan seimbang sesuai dengan peran dan kontribusi masing-masing pihak yang berperan baik langsung maupun tak langsung dalam ikut serta untuk mencapai tujuan bisnis dan tujuan bersama dengan para partner kerja dan masyarakat banyak yang juga memberikan kontribusinya. Dengan pengertian di atas maka etika bisnis di dalam tuntutan Islam yang menekankan pada keseimbangan dan keadilan adalah pengelolaan bisnis yang dilakukan oleh orang Islam yang beriman dengan berpedoman pada Al-Quran, Sunnah Nabi, dan Ijma". Karena Al-Quran dan Hadits mengutamakan pada keseimbangan dan keadilan.

3. Etika Pelayanan dalam Islam

Dalam melakukan pelayanan, penting halnya sebagai pengusaha untuk tetap memperhatikan kaidah islami. Pelayanan dalam Islam adalah sebuah keharusan yang dilakukan. Dalam pengoperasiannya, suatu usaha tetap harus memerhatikan segala yang terjadi dalam prosesnya sesuai prinsip syariah. Supaya pelayanan yang dilaksanakan oleh sebuah usaha menjadi terarah, semua yang terlibat harus memiliki pedoman serta prinsip dalam menjalankan usahanya,

dimana Islam menekankan bahwa pelayanan hendaknya dilakukan sesuai dengan harapan pelanggan yang menerima. Pada dasarnya, landasan utama dalam melakukan suatu pelayanan adalah membantu sesama. Tolong menolong pada orang lain ialah suatu kewajiban yang senantiasa terhubung dengan keimanan seseorang.²⁷

Dalam ekonomi konvensional suatu pilihan didasarkan atas selera pribadi masing-masing dengan mempertimbangkan tuntunan agama atau juga dengan mengabaikannya. Sedangkan dalam ekonomi Islam, keputusan pilihan tidak dapat dilakukan semaunya saja. Semua perilaku harus sesuai dengan apa yang diperbolehkan oleh Allah SWT sesuai dengan al Quran dan Hadis.²⁸ Adanya fasilitas dalam Islam dan konvensional juga tidak terdapat perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya. Yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan. Dalam mewujudkan nilai ibadah dalam bekerja yang dilakukan oleh setiap insan ialah diperlukannya adab dan etika yang membingkainya.²⁹

Pelanggan adalah kunci utama yang memegang peranan penting dalam dunia usaha. Ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, besar kemungkinan jika konsumen tersebut

²⁷ H.A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), 14.

²⁸ Rafidah, "Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah" *Jurnal Nalar Fiqh*, 2 (Desember 2014), 120.

²⁹ Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017), 233.

akan menjadi pelanggan tetap serta memberitahukan kepuasannya terhadap orang lain yang ada disekitarnya mengenai usaha tersebut. Adanya rekomendasi positif ini dapat memberi keuntungan bagi pihak penjual, karena calon konsumen tidak perlu meragukan produk yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan.³⁰

Banyak yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan dalam melayani konsumennya, seperti ketepatan dalam pelayanan, keramahan dalam menghadapi konsumen, kesopanan, keahlian dalam menjelaskan, dan lain sebagainya. Perusahaan cukup membuat konsep dan strategi seperti apa prosedur yang harus dilakukan dalam melayani konsumen, karena sekali saja konsumen kecewa atas pelayanan perusahaan maka mereka tidak akan kembali membeli barang maupun jasa ke perusahaan tersebut, justru mereka akan mempengaruhi pelanggan lain agar tidak membeli produk ditempat tersebut.³¹

Dalam Pelayanan Islam penting juga diperhatikan etika yang dilakukan oleh penyedia layanan. Etika memiliki dua pengertian yaitu pertama etika sebagaimana moralitas, berisikan nilai dan norma-norma yang konkrit yang menjadi pedoman dan pengangan hidup manusia dan seluruh kehidupan. Kedua, etika juga dapat diartikan serangkaian tindakan berdasarkan kebiasaan yang mengarah kepada

³⁰ Nurul Huda Dkk, *Pemasaran Syariah* (Depok: Kencana, 2017), 139.

³¹ Dhika Amalia Kurniawan dan Muhammad Zaenal Abidin, *Pengantar Pemasaran Islam Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi* (Ponorogo: Penerbitan Universitas Darussalam Gontor, 2018), 50.

perbuatan benar dan salah. Sebagai penjual, masyarakat membutuhkan pelayanan dan perlakuan yang menyejukkan hati mereka melalui sikap ramah dan sopan.³² Etika berarti kesantunan yaitu sikap lahir dan batin, prinsip hidup, pandangan moral serta bisikan hati nurani. Adapun yang termasuk dalam ketentuan etika ini salah satunya ialah sikap dan perilaku.

Nabi Muhammad SAW merupakan seorang saudagar yang sukses. Nabi Muhammad SAW banyak menerapkan strategi bisnis yang cerdas serta tidak merugikan sesama. Hal yang diterapkan sebagai seorang pebisnis tak hanya sukses, tetapi juga sesuai dengan syariah dan ketentuan untuk memperoleh ridha Allah SWT.³³

Sifat-sifat utama Nabi Muhammad SAW yang patut diteladani manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi bisnis pada khususnya, diantaranya ialah sebagai berikut:

a. *Shiddiq* (Benar dan Jujur)

Perkataan *shiddiq* bermaksud benar, yaitu memberitahukan sesuatu secara benar dan tidak ada unsur penipuan atau bermaksud menyembunyikan sesuatu. Penyampaian informasi yang benar dan jujur merupakan ciri bisnis Syariah yang diwarnai oleh sifat nabi, tidak

³² Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.*, 60.

³³ *Ibid*, 61.

hanya diterapkan pada konsumen tetapi juga pada diri sendiri.³⁴

Dari sini berarti mempunyai kejujuran dan melandasi suatu ucapan dengan hal yang benar, keyakinan, serta melakukan perbuatan dengan berdasarkan ajaran, tidak ada satu ucapan pun yang saling bertentangan dengan perbuatan adalah hal yang harus selalu dilakukan.³⁵ Setiap orang yang memberi sebuah pelayanan pada pelanggan wajib untuk berlaku jujur, karena suatu tindakan yang tidak jujur selain Tindakan yang berdosa, dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan pada perusahaan. Ketika konsumen tidak percaya, konsumen dapat tidak kembali pada perusahaan tersebut.

b. *Amanah* (Terpercaya)

Amanah berarti tanggung jawab dan dapat dipercaya untuk melakukan sebuah tugas dan kewajiban. Sifat amanah memiliki peranan yang sangat penting dalam ekonomi dan bisnis. Tanpa adanya tanggung jawab, kehidupan ekonomi dan bisnis bisa hancur. *Amanah* diwujudkan dalam hal keterbukaan, kejujuran, pelayanan, dan ihsan (berupaya menghasilkan yang terbaik) pada semua hal. *Amanah* dalam hal ini mencakup tidak ada yang diubah, ditambahi, ataupun

³⁴ Asnawi dan Fanani, *Pemasaran Syariah.*, 273.

³⁵ Hermawan Karta Jaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), 121.

dikurangi dari yang diperintahkan-Nya. Dengan demikian orang yang amanah tidak akan melakukan kecurangan dengan amanat yang harus disampaikan.³⁶

Setiap mukmin haruslah memiliki sifat *Amanah*, terutama bagi pekerjaan yang terkait dengan sebuah pelayanan. Hendaklah bagi seorang mukmin berusaha melaksanakan *amanah* yang diberikan dengan sebaikbaiknya.

c. *Fathanah* (Cerdas, Cakap)

Fathanah artinya mengerti, memahami, dan menghayati dengan mendalam mengenai tugas serta kewajiban yang dilaksanakan. *Fathanah* berkaitan dengan kecerdasan, baik kecerdasan rasio, rasa, maupun kecerdasan ilahiyah. Sifat *Fathanah* bisa dilihat sebagai strategi hidup seorang mukmin. Hal itu dikarenakan untuk mencapai sang maha benar penting untuk seorang mukmin mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan Allah SWT.³⁷

Setiap perusahaan yang melakukan sebuah pelayanan harus mempunyai wawasan yang terdidik, mempunyai kemampuan, dan pengetahuan pada bidangnya, sehingga

³⁶ Huda Dkk, *Pemasaran Syariah.*, 83.

³⁷ Huda Dkk, *Pemasaran Syariah.*, 77.

pelanggan akan merasa aman serta percaya pada pelayanan yang diberikan suatu perusahaan.

d. *Tabligh* (Komunikatif)

Tabligh artinya menyampaikan sesuatu dengan objektif dan ikhlas. Dalam hal ini *tabligh* mengandung faktor mutu, teknik, dan cara menyampaikan suatu informasi secara efektif. Sifat komunikatif ini akan melahirkan sifat kecintaan terhadap konsumen, yang mana konsumen ialah investasi dan keuntungan jangka panjang.³⁸

Dalam sebuah perusahaan hendaknya seorang penyedia layanan harus memiliki sifat komunikatif supaya bisa menjadi pembicara yang unggul dalam memberi pelayanan pada pelanggan sehingga pelanggan dapat mendapat kepuasan dan nyaman dengan apa yang diberikan suatu perusahaan terhadap pelanggan.

Jadi, dalam Ekonomi Islam memberi sebuah pelayanan yang berkualitas pada pelanggan adalah salah satu bentuk ibadah kepada Allah SWT, karena secara umum landasan utama dalam pelayanan adalah membantu orang lain. Dalam ajaran Islam saling membantu sesama sebagaimana yang telah Allah SWT perintahkan yang merupakan

³⁸ Asnawi dan Fanani, *Pemasaran Syariah*., 281.

kewajiban dan senantiasa dihubungkan dengan tingkat keimanan seseorang.

C. Kepuasan Nasabah

1. Definisi Kepuasan Nasabah

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja suatu produk dengan harapan yang dimiliki. Dari beberapa uraian definisi mengenai kepuasan, maka secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen. Dimana layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya.³⁹

Kepuasan nasabah merupakan respons nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan nasabah dipengaruhi persepsi kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Sisi positif dari harapan (*expectation*) seseorang menunjukkan rasa percaya pada sesuatu (produk dan jasa) yang secara ekonomis dapat memberikan keberhasilan, kompeten dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang dapat mendorong timbulnya dorongan untuk memenuhi

³⁹ Firdayanti Abbas, *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda*, eJournal Administrasi Bisnis, Volume 3, Nomor 1, 2015, 249.

kesenjangan antara keinginan yang ideal dengan aktual yang diterima, yang secara subjektif berhubungan dengan penilaian, perasaan, atau tidak puas.⁴⁰

Nasabah akan memiliki harapan mengenai bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi (*performance expectation*), harapan tersebut adalah standart kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang sesungguhnya dirasakan nasabah. Fungsi produk yang sesungguhnya dirasakan nasabah sebenarnya adalah persepsi nasabah terhadap kualitas produk tersebut. Di dalam mengevaluasi kualitas produk atau jasa, nasabah akan menilai berbagai atribut.⁴¹

Kepuasan nasabah yang diberikan akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan:

- a. Loyal kepada bank.
- b. Mengulang kembali pembelian produknya.
- c. Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama.
- d. Memberikan promosi yang gratis dari mulut ke mulut

Menurut Rangkuti pada bukunya tahun 2003, Kepuasan nasabah terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-

⁴⁰ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, 85.

⁴¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 387.

benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kepuasan Nasabah merupakan respon nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa disimpulkan definisi kepuasan nasabah adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya. Jika cara seperti di atas dapat terus dipertahankan, tujuan bank akan mudah dapat tercapai dengan tidak terlalu sulit. memang dalam pelaksanaan di

lapangan tidak selalu mudah, mengingat perilaku nasabah yang beragam. Akan tetapi setiap bank memiliki standar pelayanan yang harus dipenuhi guna melayani nasabah.

2. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan nasabahnya dan nasabah pesaing. Kotler mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan nasabah:⁴²

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang mempunyai orientasi pada nasabah perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada nasabah untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka terhadap produk perusahaan. Adapun media yang dapat digunakan untuk menampung keluhan dan saran para pembeli dapat berupa kotak saran yang dapat diletakkan pada tempat strategis, kartu saran yang dapat diisi langsung maupun dikirim melalui pos, ataupun melalui saluran telepon yang bebas pulsa.

Informasi yang diperoleh dari saran dan keluhan ini dapat dijadikan ide-ide baru dan masukkan yang berharga bagi perusahaan, sehingga perusahaan akan beraksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang ada.

b. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

⁴² Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality And Satisfaction edisi 3* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011), 314-316.

Ghost Shopping adalah salah satu cara untuk memperoleh gambaran kepuasan nasabah dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk menjadi atau bersikap sebagai nasabah potensial produk perusahaan dan juga pesaing perusahaan.

Kemudian mereka memberikan laporan mengenai kelebihan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka membeli dan mengonsumsi produk tersebut. Selain itu *ghost shopper* memiliki tugas untuk mengamati bagaimana cara perusahaan dan pesaing untuk melayani permintaan nasabah, menjawab pertanyaan nasabah, dan menanggapi setiap keluhan nasabah.

Setelah itu perusahaan akan mengevaluasi semua temuan yang ada dan segera memperbaikinya. Biasanya peran *ghost shopping* ini dilakukan manager tanpa diketahui oleh anak buahnya sehingga si manager dapat mengamati sendiri bagaimana karyawannya menghadapi nasabah, sehingga dia juga dapat mengevaluasi kinerja si karyawan.

c. *Lost Costumer Analysis*

Dalam metode ini perusahaan seharusnya menelpon para nasabah yang telah berhenti menjadi pembeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa nasabah tersebut pindah atau berhenti dan agar dapat mengambil

kebijakan atau penyempurnaan selanjutnya. Dengan begitu perusahaan dapat mencari solusi yang tepat agar nasabah tersebut kembali membeli produk perusahaan kita lagi.

d. Survei Kepuasan Nasabah

Telah banyak penelitian tentang kepuasan nasabah yang dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan mengetahui tanggapan dan timbal balik secara langsung dari nasabah dan memberikan tanda baik kepada nasabah bahwa perusahaan senantiasa memperhatikan nasabahnya. Ini juga memberikan keuntungan bagi perusahaan untuk memahami apa yang diinginkan oleh nasabahnya.⁴³

⁴³ Gusti Ayu Resti Purnama Dewi, *Hubungan Strategi Pemasaran Bank Dengan Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Tabanan Tahun 2013*, Vol. 5 No. 1, Tahun 2015.

BAB III

**STRATEGI PELAYANAN BERBASIS ETIKA ISLAM DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH BSI KC MADIUN
KARTOHARJO**

A. Profil Bank

1. Sejarah BSI KC Madiun Kartoharjo

Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kartoharjo Kota Madiun yang sebelumnya beralamat di Jl. S. Parman No. 44, Oro-Oro Ombo namun pada tanggal 1 Agustus 2022 berpindah di Jl. Auri Blok A, no. 1 A Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun, Jawa Timur merupakan bank *exs legacy* dari Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) yang sebelumnya dikelola oleh PT BRI Syariah, Tbk. Sebelum adanya BRI Syariah bermula dari akuisisi yang dilaksanakan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk oleh Bank Jasa Artayang diresmikan pada tanggal 19 Desember 2007. Namun Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) baru diresmi beroperasi pasca akuisisi pada tanggal 17 Oktober 2008.

BRIS (Bank Rakyat Indonesia Syariah) sudah disahkan sebagai unit dari induknya, yakni Unit Usaha Syariah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. dalam kegiatan usaha *spin off*. Proses tersebut diresmikan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama dari BRI. Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kartoharjo merupakan salah satu

bank syariah yang ada di Madiun. Sedangkan sebelum melakukan merger BSI, BRIS KC Kartoharjo Kota Madiun mulai beroperasi secara resmi tanggal 27 Februari 2021.¹

Keputusan merger dilakukan oleh beberapa bank BUMN, yakni dari BRI Syariah, BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri (BSM). Sehubungan dengan hal tersebut sebelum adanya peresmian pada tanggal 1 Februari 2021, para nasabah sudah mendapat edukasi secara tidak langsung terkait merger.² Diharapkan dengan adanya keputusan merger mampu memberikan sumbangsih yang cukup besar bagi perekonomian nasional. Hal ini didasari dari konsep efisiensi bank syariah yang kokoh, tangguh, dan stabilitas tinggi pada aset sehingga mampu memberikan pembiayaan yang maksimal bagi UMKM disekitarnya. Melalui kemaksimalan perkembangan UMKM maka ekonomi masyarakat dapat stabil sehingga bisa mempengaruhi perekonomian secara nasional.³

2. Visi, Misi, dan Core Values AKHLAK BSI KC Madiun Kartoharjo

a. Visi

Menjadi Top 10 Global Islamic Bank.

b. Misi.

¹ Sumber informasi BSI KC Madiun Kartoharjo, pada 10 Oktober 2022.

² <https://www.bankbsi.co.id>, diakses pada tanggal 29 Oktober, pukul 17.03 WIB.

³ Adinda Agustinayu Rizkyaningrum, “*Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank SyariahIndonesia KCP Nganjuk Yos Sudarso dalam Proses Migrasi*”, Laporan Praktik, 5.

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

c. Core Values AKHLAK

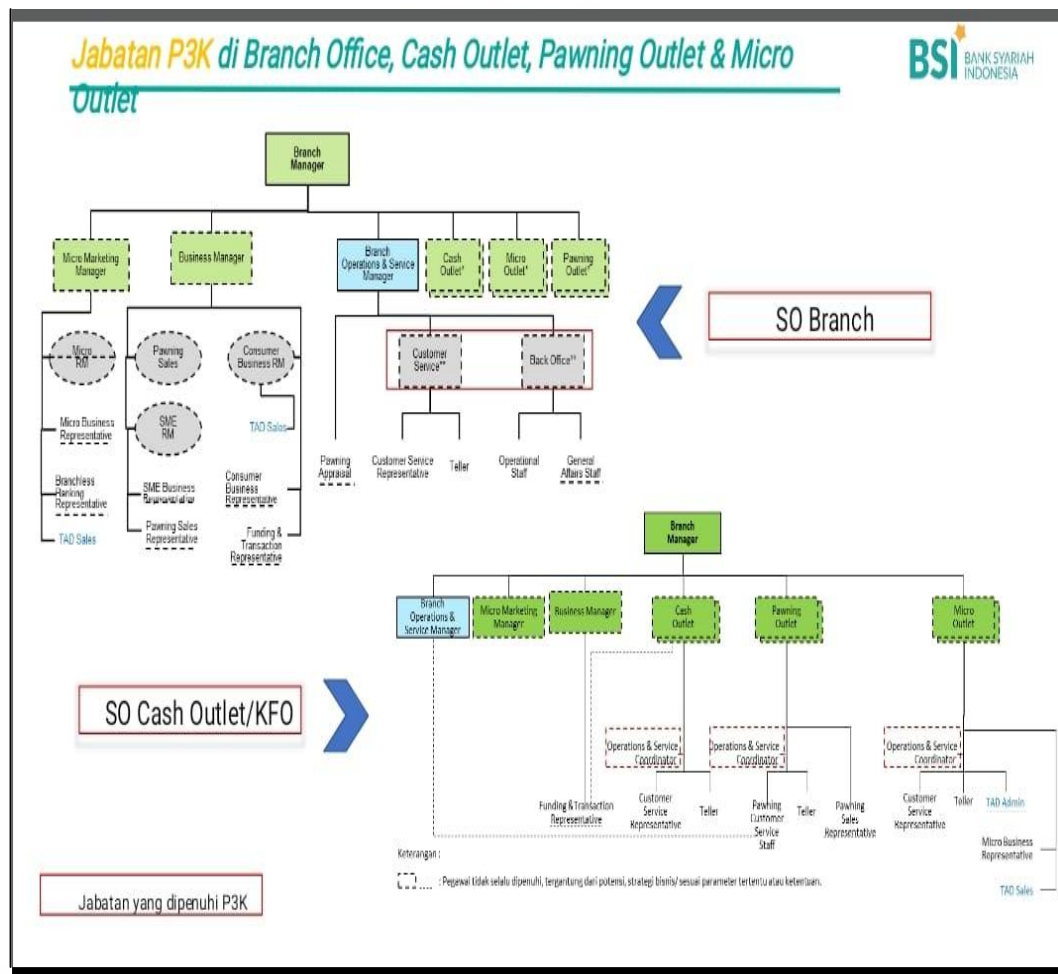
- 1) Amanah: Memegang teguh kepercayaan yang diberikan
- 2) Kompeten: Terus Belajar dan Mengembangkan Kapabilitas
- 3) Harmonis: Saling peduli dan menghargai perbedaan
- 4) Loyal: Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara
- 5) Adaptif: Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan
- 6) Kolaboratif: Membangun kerjasama yang sinergis.⁴

3. Susunan Personalia

Berikut ini merupakan susunan personalia Bank Syariah secara

⁴ Sumber informasi BSI KC Madiun Kartoharjo, pada 10 Oktober 2022.

umum:



Gambar 1.1 Susunan Personalia

Adapun job deskripsi dari gambar di atas, sebagai berikut:⁵

- a. *Branch Manager* memiliki tugas dan wewenang sebagai berikut:
 - 1) Mengelola dan mengawasi seluruh aktivitas yang terjadi di bank berdasarkan syariah secara efektif dan efisien.
 - 2) Mengkoordinasi dan mengawasi seluruh aktivitas operasional.

⁵ Faiz Amrullah, "Implementasi Undang-Undang Republik Indonesia No. 43 Tahun 2009 Tentang Kearsipan Produk Deposito di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Katamso Yogyakarta", Laporan, 2018, 27-30.

- 3) Memimpin operasional pemasaran produk-produk *Commercial Banking & Consumer Banking*.
 - 4) Menyusun Rencana Bisnis Bank dan melakukan sosialisasi rencana bisnisbank.
 - 5) Menerima prosedur operasional dan lembar kerja pelaporan.
 - 6) Melakukan observasi langsung atas kinerja bawahan.
 - 7) Memberikan *feedback* baik positif maupun negatif untuk meningkatkan kinerja bawahan.
 - 8) Melakukan penilaian kinerja secara efektif.
- b. BOSM (*Branch Office and Service Manager*), memiliki tugas dan wewenang sebagai berikut:
- 1) Memonitor pencapaian Rencana Bisnis Bank oleh grupnya.
 - 2) Mengevaluasi dan menyusun laporan pencapaian rencana bisnis bank secara periodik setiap bulan.
 - 3) Mengembangkan prosedur atau cara khusus untuk mencapai rencana bisnisbank jika belum tercapai.
 - 4) Memonitor pelaksanaan prosedur operasional manajemen resiko.
- c. *Mikro Banking Manager*, memiliki tugas dan wewenang antara lain meliputi:
- 1) Bertanggung jawab terhadap pencapaian target pembiayaan outlet.

- 2) Sebagai supervisi terhadap pegawai di outlet.
 - 3) Melakukan monitoring terhadap nasabah pembiayaan mikro.
- d. CBRM (*Consumer Banking Relation Manager*), memiliki tugas dan wewenang diantaranya sebagai berikut:
- 1) Mengenal nasabah secara individu.
 - 2) Menjaga relasi atau hubungan baik dengan nasabah.
 - 3) Membedakan konsumen, dengan mengetahui bahwa konsumen tersebut berbeda secara SDM.
 - 4) Memastikan tersedianya data dan membuat rencana kerja berdasarkan data calon nasabah dan potensi pasar.
 - 5) Melaksanakan kerja sama dengan pihak ketiga seperti developer, perusahaan, SKPD pemerintah daerah serta instansi lainnya.
- e. *Business Banking Relationship Manager* yang memiliki tugas diantaranya sebagai berikut:
- 1) Memasarkan produk dan mencari peluang pasar segmen Business Banking kepada calon nasabah baru dalam rangka pencapaian target ekspansi pembiayaan, dana dan *fee based*.
 - 2) Membina dan mengembangkan *relationship* dengan nasabah untuk memantau dan mempertahankan kualitas pembiayaan dari debitur yang menjadi kelolaannya untuk mencapai pertumbuhan portofolio pembiayaan yang sehat dan tingkat

profitabilitas yang tinggi dengan analisis pembiayaan yang *comprehensive* dan akurat sesuai ketentuan yang berlaku.

f. *Teller*, memiliki tugas diantaranya:

- 1) Melakukan transaksi tunai dan non tunai sesuai dengan ketentuan.
- 2) Mengelola saldo kas *teller* sesuai limit yang ditentukan.
- 3) Mengelola uang yang layak dan tidak layak edar/uang palsu.

g. *Customer Service*, memiliki tugas dan wewenang antara lain:

- 1) Memberikan informasi produk dan jasa kepada nasabah.
- 2) Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro, dan deposito, serta menanggapi atau merespond keluhan nasabah dan *stock opname* kartu ATM.

h. *General Support Staff*, memiliki tugas dan wewenang diantaranya sebagai berikut:

- 1) Menyusun laporan atas realisasi biaya-biaya yang berhubungan dengan personalia maupun fasilitas kantor serta terkait *stock* fasilitas kantor.
- 2) Mengelola dan membuat laporan penggunaan kas kecil harian sesuai dengan wewenang yang berlaku.
- 3) Mengelola pengadaan, pendistribusian serta pemeliharaan sarana prasarana kantor.

Sebagaimana tersebutkan diatas berikut merupakan sebagian

dari gambaran kecil tugas dan wewenang pekerjaan yang diemban. Meski tidak menyeluruh namun berikut merupakan gambaran kecil dari setiap tugas. Gambaran tersebut sebagaimana tugas dan tanggung jawab yang ada di bank syariah.

B. Penerapan Pelayanan Berbasis Etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo

Penerapan strategi dalam perbankan syariah, khususnya dalam rangka memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan atau nasabah maupun calon nasabahnya menjadi penting untuk memperjelas kinerja dari perbankan itu sendiri. Kinerja sumber daya manusia, kinerja utama usaha perbankan syariah maupun kinerja sebagai ukuran keberhasilan menjalankan usaha perbankan syariah.

Penerapan pelayanan berbasis etika Islam dalam sebuah lembaga keuangan syariah merupakan keharusan. Berbisnis dengan etika Islam, seharusnya tidak hanya menjadi wacana dan slogan yang dipasang di sudut-sudut ruang kantor perbankan syariah, tetapi sebaiknya dapat diterapkan dalam kehidupan nyata, khususnya tenaga pelayanan yang berada di *front office* yang berhadapan langsung dengan nasabah.

BSI KC Madiun Kartoharjo senantiasa memberikan pelayanan terbaik terhadap nasabahnya agar nasabah merasa puas dan nyaman. Penerapan pelayanan dengan prinsip syariah di dalamnya merupakan simbol bahwasannya BSI KC Madiun Kartoharjo tidak hanya berbisnis semata-mata mengambil keuntungan saja akan tetapi juga mementingkan

kemaslahatan nasabah.

Sebagaimana hasil wawancara oleh peneliti dengan Yunias Agiel sebagai *customer service* BSI KC Madiun Kartoharjo, narasumber mengatakan bahwa,

“Strategi pelayanan berbasis etika Islam sudah diterapkan di BSI KC Madiun Kartoharjo. Bentuk strateginya yaitu menerapkan prinsip tolong menolong, memberi kemudahan, saling mencintai, lemah lembut, dan prinsip kekeluargaan. Penerapan strategi ini diharapkan mampu membuat nasabah nyaman bertransaksi keuangan dan tidak meninggalkan jejak buruk dalam hal pelayanan.”⁶

Dari hasil wawancara diatas, dapat dilihat bahwa penerapan pelayanan berbasis etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo sudah dilakukan dalam transaksi keuangan dengan nasabah. Hal ini sangatlah penting untuk dilakukan karena strategi pelayanan kepada nasabah adalah menjadi garda terdepan maju mundurnya suatu perusahaan khususnya lembaga keuangan atau perbankan yang berbasis syariah. Dalam penerapan pelayanan berbasis etika Islam melibatkan serangkaian tindakan yang tepat guna mencapai kepuasan nasabah.

“Penerapan pelayanan berbasis etika Islam dalam perbankan syariah merupakan hal yang sangat penting, sehingga perlu dibentuk implementasi atau penerapan prinsip etika Islam dalam

⁶ Yunias Agiel, *Wawancara*, 10 April 2023.

industri perbankan syariah. Ketika kita ingin lebih memahami etika Islam (etika bisnis syariah), kita perlu memahami bagaimana pemahaman terhadap ajaran Islam dengan benar yaitu secara luas dan mendalam antara ketiga nilai dasar Islam seperti aqidah, syariah dan akhlak. Pemahaman ajaran Islam secara benar dan *kaffah* atau luas dan mendalam.”⁷

Dari hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa penerapan pelayanan berbasis etika Islam merupakan keharusan yang harus dilakukan. Sehingga BSI KC Madiun Kartoharjo terus memperbaiki pelayanan dengan membentuk implementasi atau penerapan prinsip etika Islam agar semakin memadai dan sesuai dengan harapan nasabah. Hal yang sama diungkapkan oleh Dwi Riana Sari selaku *Customers Service*, beliau mengatakan:

“Pelayanan yang baik adalah dengan mengedepankan sikap kami sebagai karyawan bagian pelayanan dengan etika yang sesuai dengan norma masyarakat. Seorang tenaga pelayanan dituntut untuk bisa memahami nasabah yang datang dan selalu antusias dalam setiap kebutuhan nasabah. Dengan penerapan pelayanan yang baik citra bank akan menjadi baik dimata nasabah dan mereka juga akan loyal terhadap kami.”⁸

Dalam wawancara Yunias Agiel menyebutkan bahwa penerapan pelayanan di BSI KC Madiun Kartoharjo tidak hanya dengan etika islam saja akan tetapi juga mengacu pada SOP yang berlaku. SOP ini merupakan

⁷ Yunias Agiel, *Wawancara*, 10 April 2023.

⁸ Dwi Riana Sari, *Wawancara*, 10 April 2023.

pedoman yang berisi prosedur-prosedur operasional standar yang ada didalam suatu organisasi yang digunakan untuk memastikan bahwa semua keputusan dan tindakan, serta penggunaan fasilitas-fasilitas proses yang digunakan oleh orang-orang didalam organisasi adalah anggota-anggota organisasi yang berjalan secara efektif dan efisien, konsisten, standard dan sistematis. SOP ini dibentuk bertujuan agar pegawai/petugas menjaga konsistensi dari tingkat kinerja dalam unit kerjanya, agar mengetahui dengan jelas peran dan fungsi masing-masing posisi dalam organisasi, memperjelas alur tugas, wewenang dan tanggung jawab dari pegawai terkait, melindungi unit kerja/pegawai dari kesalahan administrasi lainnya, dan sebagainya. Di samping itu etika Islam dalam pelayanan tidak lupa juga diterapkan guna menyelaraskan dengan BSI sebagai lembaga keuangan syariah.

"Untuk pelayanan memang biasanya menggunakan SOP ya seperti keandalan, tanggap, jaminan, empati sebagai acuan utama pelayanan. Tapi kami juga menggunakan yang berbasis etika Islam seperti meneladani sifat Nabi yang shidiq, fathanah, amanah, dan tabligh. Sebenarnya untuk etika Islam mengalir begitu saja asalkan tidak melanggar aturan Islam."⁹

Petugas pelayanan adalah karyawan yang merupakan ujung tombak perusahaan. Banyak hal yang dituntut terhadap karyawan yang khusus di bidang pelayanan ini. Seperti yang diungkapkan oleh Dwi Riana Sari dalam wawancaranya:

⁹ Yunias Agiel, *Wawancara*, 10 April 2023.

“Sebagai petugas pelayanan harus memperlihatkan penampilan yang rapi, sopan dan ramah saat melayani, mengetahui produk barang dan jasa yang ditawarkan, serta efisiensi waktu yang tepat. Ini juga kan termasuk etika yang baik yaa dalam Islam dan juga tidak melanggar prinsip-prinsip Islam. Dalam pelayanan kami juga memakai pakaian yang sopan karena kami bank syariah jadi wajib menggunakan hijab.”¹⁰

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa, sebagai petugas pelayanan, ia harus berpenampilan menarik. Di samping itu petugas pelayanan juga dituntut untuk mempunyai persyaratan kepribadian, mental dan sosial, karena ia setiap saat menghadapi pembeli jasa BSI KC Madiun Kartoharjo, dari berbagai lapisan masyarakat, dan berbagai temperamen. Ia harus mampu meredam kemarahan nasabah, membujuk nasabah yang ragu akan kredibilitas BSI KC Madiun Kartoharjo, waspada akan kemungkinan iktikad jelek nasabah, dan juga harus berwatak jujur, sehingga baik perusahaan, maupun masyarakat tidak dirugikan oleh perilakunya.

Kualitas pelayanan yang baik dalam BSI KC Madiun Kartoharjo merupakan salah satu syarat untuk berhasilnya bank dalam usaha mengumpulkan dana sebanyak-banyak mungkin, penjualan jasa seoptimal mungkin, yang pada akhirnya memperoleh laba semaksimal mungkin. Karena itu semua karyawan atau petugas BSI KC Madiun Kartoharjo dituntut harus memiliki sifat ramah tamah, sopan santun, murah senyum dan

¹⁰ Dwi Riana Sari, *Wawancara*, 10 April 2023

disertai cekatan dalam melakukan tugas sehingga nasabah merasa tertarik dan puas.

C. Faktor yang Mempengaruhi diterapkannya Pelayanan Berbasis Etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo

Sebuah lembaga keuangan seperti perbankan yang memiliki prinsip-prinsip syariah didalamnya yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam hendaknya menggunakan etika yang berlandaskan islam dalam setiap kegiatannya terutama dalam hal pelayanan. Pelayanan yang menjadi ujung tombak sebuah perusahaan dalam memperoleh sebuah kesan baik terhadap nasabah maupun konsumennya dan menjadikan reputasi bank tersebut baik.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis jasa adalah untuk menciptakan pelanggan merasa puas terhadap pelayanan jasa yang diperolehnya. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Penyebab kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Apabila kinerjanya dibawah harapan, nasabah akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, nasabah akan puas. Dan bila kinerja melebihi harapan, nasabah akan sangat puas. Pelanggan yang setia bukan hanya akan terus menggunakan pelayanan tersebut, tetapi juga akan meyakinkan orang lain untuk turut serta merasakan pelayanan yang tersedia sebagai pelanggan baru.

Sebagaimana wawancara dengan Yunias Agiel, narasumber mengatakan bahwa,

"Kami sebagai lembaga perbankan yang terdapat embel-embel

syariah sudah semestinya menerapkan disetiap kegiatan bertransaksi dengan nasabah menggunakan etika yang baik terutama yang berbasis Islam. Dengan diterapkannya pelayanan berbasis etika Islam ini diharapkan mampu membuat nasabah merasa nyaman dan aman menggunakan jasa BSI untuk masalah keuangan."¹¹

Dari wawancara di atas, dapat diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi penerapan etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo karena sebuah keharusan. Bank yang berlandaskan syariah disemua kegiatan transaksinya memang harus menerapkan etika Islam terutama dibagian pelayanan kepada nasabah. Hal ini dilakukan untuk membuat nasabah percaya bahwasannya lembaga yang berlandaskan syariah memang benar-benar melaksanakan prinsip-prinsip syariah sehingga nasabah yang bertransaksi di BSI KC Madiun Kartoharjo merasa aman dan nyaman.

Menurut Yunias Agiel, Penerapan pelayanan berbasis etika Islam merupakan wujud pertanggungjawaban bank syariah kepada masyarakat bahwa bank syariah harus dikelola dengan baik, profesional dan hati-hati (*prudent*) dengan tetap berupaya meningkatkan nilai keislaman di dalamnya. Penerapan pelayanan berbasis etika Islam juga menjadikan bank syariah lebih syariah sesuai prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) yang dibentuk Majelis Ulama Indonesia (MUI).

¹¹ Yunias Agiel, *Wawancara*, 10 April 2023.

"Sebenarnya faktor penerapan pelayanan berbasis etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo ini memang dari SOP ya. Tapi juga ada tuntutan dari pasar, peraturan pemerintah, Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, dan banyak faktor lainnya baik internal maupun eksternal. Ini faktornya kami menerapkan pelayanan berbasis etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo."¹²

Agar pelayanan yang diberikan pada nasabah tidak berlebihan, perlu dibuatkan standar atau ciri-ciri pelayanan yang baik. Sehingga petugas tidak akan melanggar standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan standar ini perlu dipatuhi oleh setiap karyawan yang terlibat di perusahaan tersebut tentu sesuai dengan bidang tugasnya masing-masing.

Sistem keuangan dan perbankan Islam merupakan bagian dari konsep yang lebih luas tentang ekonomi Islam, dimana tujuannya adalah memberlakukan sistem nilai dan etika Islam ke dalam lingkungan ekonomi. Karena dasar etika inilah, maka keuangan dan perbankan Islam bagi kebanyakan muslim adalah bukan sekedar sistem transaksi komersial. Persepsi Islam dalam transaksi finansial itu dipandang oleh kebanyakan muslim sebagai kewajiban agama. Kemampuan lembaga keuangan Islam menarik investor dengan sukses bukan hanya tergantung pada tingkat kemampuan lembaga itu menghasilkan keuntungan, tetapi juga pada persepsi bahwa lembaga tersebut sungguh-sungguh memperhatikan batas-batas yang digariskan oleh Islam.

¹² Yunias Agiel, *Wawancara*, 10 April 2023.

D. Dampak Pelayanan Berbasis Etika Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah BSI KC Madiun Kartharjo

Pemberian pelayanan yang berkualitas dan sesuai syariat Islam yang dilakukan secara terus-menerus akan mengantarkan pada konsumen yang puas, khususnya bagi konsumen Muslim meskipun cakupan nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo bukan hanya umat Muslim. Konsumen Muslim cenderung lebih puas apabila kebutuhan syariah yang mereka butuhkan terpenuhi.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang diapresiasi produk terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut Yunias Agiel, penerapan pelayanan berbasis etika Islam terhadap nasabah jika dilakukan dengan baik dan mampu memenuhi standar umum kepuasan nasabah maka akan berdampak sangat baik bagi bank. Nasabah akan lebih mempercayakan dana yang mereka punya dengan perasaan aman karena etika Islam yang diterapkan dalam pelayanan. Selain itu, pelayanan berbasis etika Islam juga mampu membuat nasabah berhijrah dari penggunaan konvensional menuju syariah dengan bukti semakin bertambahnya nasabah yang menabung di BSI KC Madiun Kartoharjo.

"Dampaknya semakin percaya nasabah dalam menempatkan dananya di BSI dan banyak nasabah yang mulai berhijrah menuju ke syariah. Dibuktikan dengan bertambahnya nasabah yang menabung di BSI KC Madiun Kartoharjo. Maka dari itu kepuasan nasabah menjadi hal yang paling penting dalam proses pelayanan karena dampaknya juga sangat baik untuk profit bank."¹³

Pelayanan berbasis etika Islam juga mendapat andil dalam kepuasan nasabah. Islam mengatur bagaimana memperlakukan orang lain dengan baik dan sesuai dengan al Quran dan hadis. Dengan menerapkan pelayanan sesuai dengan etika Islam sebuah perusahaan akan mendapat kepercayaan lebih dari nasabah terlebih perusahaan tersebut bergerak dalam prinsip-prinsip syariah diseluruh kegiatan transaksinya. Dalam wawancaranya Dwi Riana sari mengungkapkan bahwa,

“Dampak pelayanan yang baik sesuai etika Islam adalah nasabah akan datang lagi ke kita untuk menggunakan produk yang lain dan bahkan mengajak saudara atau teman untuk menggunakan produk kita. Tentunya jika kepuasan nasabah telah dicapai maka loyalitas nasabah kepada bank akan meningkat karena pelayanan yang kami berikan kepada mereka diterima dengan baik.”¹⁴

Hal ini juga memungkinkan nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan meninggalkan jejak baik untuk bank. Sama halnya

¹³ Yunias Agiel, *Wawancara*, 10 April 2023.

¹⁴ Dwi Riana Sari, *Wawancara*, 10 April 2023

dengan BSI KC Madiun Kartoharjo yang menerapkan pelayanan berbasis etika Islam untuk mendapatkan kepuasan nasabah terlebih dampak yang diberikan saat nasabah puas dengan pelayanan sangat menguntungkan bank.

"Tujuan dari bisnis atau perusahaan kan memang mencari kepuasan konsumen atau yang kita bahas disini adalah nasabah. Kalau ingin diuraikan satu-satu dampak apa yang terjadi jika nasabah merasa puas dengan pelayanan berbasis etika Islam ya yang pertama nasabah akan loyal dan melakukan transaksi ulang di bank, meningkatkan promosi dari mulut ke mulut, bertambahnya nasabah yang menabung di BSI KC Madiun Kartoharjo, dan peluang pengembangan bisnis semakin besar."¹⁵

Dari wawancara dengan Yunias Agiel di atas adalah pelayanan berbasis etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo memang diperlukan melihat BSI merupakan lembaga keuangan syariah sehingga dalam setiap kegiatan transaksinya menggunakan prinsip syariah. Dampak yang didapatkan juga sangat menguntungkan bagi pihak bank jika dilaksanakan dengan benar dan sesuai dengan apa yang nasabah inginkan.

Yunias Agiel dalam wawancara juga mengatakan bahwa:

"Tidak semua pelayanan yang kami berikan dapat diterima baik oleh nasabah. Karena setiap nasabah mempunyai tingkat kepuasan sendiri-sendiri karena beberapa kali kami juga mendapat aduan ketidakpuasaan beberapa nasabah yang mengeluhkan kurang

¹⁵ Yunias Agiel, *Wawancara*, 10 April 2023.

ramah dan ketanggapan serta kebutuhan nasabah yang dirasa kurang. Dari kami yang bekerja di *front office* sudah menjalankan pelayanan yang sesuai dengan SOP maupun etika Islam dengan semaksimal mungkin."¹⁶

Tujuan setiap bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan, yang dengannya akan muncul manfaat seperti; hubungan nasabah dan perusahaan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, rekomendasi dari mulut ke mulut yang tentu saja baik untuk perusahaan, reputasi menjadi baik, dan tentu saja laba perusahaan menjadi naik pula. Namun sebaliknya, jika kepuasan pelanggan diabaikan maka jelas akan berdampak negative pula bagi perusahaan. Dwi Riana Sari mengatakan bahwa, pelayanan dengan kualitas yang baik pasti berdampak baik pula bagi bank. Maka dari itu kami memaksimalkan pelayanan dengan sebaik mungkin untuk mendapatkan kepuasan nasabah dan citra baik BSI KC Madiun Kartoharjo.¹⁷

Perlu diperhatikan bahwa pelanggan atau nasabah yang datang ke perusahaan sekalipun tanpa diundang merupakan tamu penting yang harus diberikan pelayanan yang maksimal. Agar pelanggan atau nasabah merasa dihargai, dihormati dan diselesaikan masalahnya secara baik, setiap karyawan perlu memahami etiket pelayanan. Tanpa etiket pelayanan yang benar, jangan diharapkan akan mendapatkan pelanggan atau nasabah yang sesuai dengan keinginan bank, bahkan bukan tidak mungkin perusahaan

¹⁶ Yunias Agiel, *Wawancara*, 10 April 2023.

¹⁷ Dwi Riana Sari, *Wawancara*, 10 april 2023

akan kehilangan pelanggan atau nasabah yang telah mereka miliki.



BAB IV

**STRATEGI PELAYANAN BERBASIS ETIKA ISLAM DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH BSI KC MADIUN
KARTOHARJO**

**A. Analisis Penerapan Pelayanan Berbasis Etika Islam di BSI KC
Madiun Kartoharjo**

Penerapan strategi dalam perbankan syariah, khususnya dalam rangka memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan atau nasabah maupun calon nasabahnya menjadi penting untuk memperjelas kinerja dari perbankan itu sendiri. Kinerja sumber daya manusia, kinerja utama usaha perbankan syariah maupun kinerja sebagai ukuran keberhasilan menjalankan usaha perbankan syariah.

BSI KC Madiun Kartoharjo merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang menghimpun dana, membantu pemberian pembiayaan dan pelayanan jasa lainnya. Mengingat semakin tingginya tingkat persaingan lembaga keuangan khususnya lembaga keuangan syariah maka dapat kita lihat dari pelayanan yang sesuai dengan keinginan nasabah terutama dengan etika Islam sebagai landasannya.

Sama halnya dengan bank-bank lainnya, BSI KC Madiun Kartoharjo juga menerapkan strategi pelayanan untuk mencapai tujuan sebagai bank yang memiliki kualitas pelayanan yang baik dan mampu membuat nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Tujuan BSI KC Madiun Kartoharjo melakukan strategi pelayanan

berbasis etika Islam adalah menarik masyarakat agar menjadi nasabah di bank tersebut serta untuk meningkatkan jumlah nasabah maupun mempertahankan nasabah.

Menurut Freddy Rangkuti mengungkapkan bahwa pelayanan ialah suatu upaya yang digunakan untuk memenuhi keinginan konsumen dan perlakuan yang dapat menciptakan rasa puas. Apabila pelayanan yang dilakukan melebihi keinginan konsumen, pelayanan bisa dikatakan baik atau ideal. Tetapi apabila pelayanan yang diperoleh konsumen lebih rendah dari keinginan konsumen, pelayanan dikatakan tidak baik. Dari hal tersebut dapat diketahui baik atau tidaknya suatu pelayanan yang diberikan tergantung dengan kemampuan yang dimiliki penyediaan layanan dalam memenuhi keinginan konsumen.¹

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada konsumen yang diikuti dengan sikap keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau sikap seseorang atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.² Tidak dapat dihindari hampir disemua produk yang ditawarkan di setiap perusahaan memerlukan pelayanan yang baik, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam prakteknya konsumen memerlukan bantuan pelayanan untuk memenuhi kepuasan

¹ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), 6.

² Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005), 15.

kebutuhannya.³

Berdasarkan paparan data dari hasil wawancara yang telah dijelaskan di atas, di dalam pembahasan mengenai penerapan strategi pelayanan berbasis etika Islam BSI KC Madiun Kartoharjo mencakup beberapa konsep Pelayanan dalam Islam seperti prinsip tolong menolong (*ta'awun*), prinsip memberi kemudahan (*At-taysir*), prinsip persamaan (*musawah*), prinsip saling mencintai (*muhabbah*), prinsip lemah lembut (*Al-layin*), prinsip kekeluargaan (*ukhuwah*).

1. Prinsip Tolong Menolong (*Ta'awun*)

Memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Sebagaimana dijelaskan dalam ayat al-Quran:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحُلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشُّهُرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا

الْقَلَائِدَ وَلَا أَمْثِلَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۚ

وَأَذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَوْا ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ

الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا ۚ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۚ وَلَا

تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol Jilid 1* (Jakarta, Erlangga, 2001), 83.

ب

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”⁴ (QS. Al Maidah Ayat 2)

Dalam sebuah hadits dikatakan bahwa: “Orang yang menunjukkan (sesama) kepada kebaikan, ia bagaikan mengerjakannya” (HR. Muslim). Maksud hadits di atas adalah diibaratkan orang berilmu membantu orang lain dengan ilmunya, orang kaya membantu dengan kekayaannya. Dan

⁴ QS. Al Maidah 5:2

hendaknya kaum muslimin menjadi satu tangan dalam membantu orang yang membutuhkan. Jadi, seorang mukmin setelah mengerjakan suatu amal shalih, berkewajiban membantu orang lain dengan ucapan atau tindakan yang memacu semangat orang lain untuk bersama.⁵

Prinsip tolong menolong dalam BSI KC Madiun Kartoharjo merupakan salah satu strategi yang diterapkan dalam pelayanan terhadap nasabah. BSI KC Madiun Kartoharjo menerapkan prinsip tolong menolong dengan memahami dan secara tanggap melayani kebutuhan nasabah. Contohnya, jika nasabah ingin melakukan pembukaan buku rekening maka *customer service* menolongnya dengan menjelaskan bagaimana dan apa yang dibutuhkan saat akan melakukan pembukaan rekening dengan baik dan mudah dipahami oleh nasabah. Dengan begitu nasabah yang mendapatkan pelayanan merasa puas dan kembali melakukan transaksi keuangan di BSI KC Madiun Kartoharjo.

2. Prinsip Memberi Kemudahan (*At-Taysir*)

Menyadari tabiat manusia yang tidak menyukai beban yang membatasi kemerdekaannya, maka Allah SWT menurunkan syariat Islam untuk memelihara dan

⁵ Rahman, T. K, *Tafsir Al-Qurthubi*, (Bandung: Dar Ibni Hazm, 2010), 75.

mengusahakan agar ketentuan yang dibebankan pada manusia dapat dengan mudah dilaksanakan serta dapat menghilangkan kesulitan dan kesempitan adalah menghilangkan hal-hal yang menyulitkan (masyaqa) masyarakat yang berlebih-lebihan, dan dapat menghabiskan daya manusia dalam melaksanakannya.⁶

Meskipun demikian tidaklah berarti bahwa syariah Islam menghilangkan sama sekali kesulitan yang mungkin dialami oleh manusia dalam kehidupannya. Hanya saja diharapkan ketentuan yang terdapat dalam syariat Islam dapat mengurangi kesulitan bagi manusia. Hal ini sesuai dalam firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 185 yaitu:

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ

الهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ ۚ فَمَنْ شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ ۚ وَمَنْ كَانَ

مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ ۚ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا

يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ ۚ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ

وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: "(Beberapa hari yang ditentukan itu ialah) bulan

⁶ Khatimah, H, *Penerapan Syariah Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 122.

Ramadhan, bulan yang di dalamnya diturunkan (permulaan) Al Quran sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang hak dan yang bathil). Karena itu, barangsiapa di antara kamu hadir (di negeri tempat tinggalnya) di bulan itu, maka hendaklah ia berpuasa pada bulan itu, dan barangsiapa sakit atau dalam perjalanan (lalu ia berbuka), maka (wajiblah baginya berpuasa), sebanyak hari yang ditinggalkannya itu, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.”⁷ (QS. Al Baqarah Ayat 185)

Sebagaimana sebuah hadist dari Anas bin Mali Ra, ia berkata: Rasulullah SAW bersabda yang berbunyi: “Permudahlah dan jangan persulit, berilah buatlah mereka gembira dan jangan buat mereka lari”. (*Muttafaq ‘Alaih*).⁸ Begitu juga di BSI KC Madiun Kartoharjo, nasabah yang melakukan transaksi akan dilayani dengan baik dan tidak mendapat kesulitan dengan apa yang nasabah butuhkan. Prinsip memberi kemudahan di BSI KC Madiun Kartoharjo merupakan

⁷ QS. Al-Baqarah 2: 185.

⁸ Ahmad, S, *Sanad Shahih Juz 1* (Jakarta, Pustaka Azzam, 2016).

strategi pelayanan untuk mendapatkan kepuasan nasabah jika prinsip tersebut dilakukan dengan baik dan sesuai dengan keinginan nasabah maka tidak hanya nasabah yang mendapatkan apa yang dibutuhkan di bank akan tetapi BSI KC Madiun Kartoharjo juga mendapat citra baik dari nasabah.

3. Prinsip Persamaan (*Musawah*)

Manusia semuanya adalah sama, dari asal kejadian yang sama yaitu dari tanah dan daridiri yang satu yakni Adam yang diciptakan dari tanah. Karena itu tidak ada kelebihan individu satu dengan yang lainnya, karena asal-usul semua manusia adalah sama. Dalam Islam hanya dikenal 2 golongan manusia yaitu *pertama*, Mereka yang berbuat bagus, bertaqwa dan mulia disisi Allah. *Kedua*, Orang-orang durhaka (*Fajir*), celaka dan hina disisi Allah.⁹

Oleh karenanya tidak layak seseorang atau satu golongan menyombongkan diri atau menghina yang lain.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Quran:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا
وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ

⁹ Fadla, A, *Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2016), 44.

خَيْرٌ

Artinya: ” Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.”¹⁰ (QS. Al Hujurat Ayat 13)

Dari ayat diatas sangat jelas kita ketahui bahwa kita dianjurkan Allah untuk bersosialisasi kepada masyarakat sekeliling kita, tanpa harus membedakan bangsa, agama, suku ataupun dari golongan mana individu tersebut berasal. Dalam BSI KC Madiun Kartoharjo semua nasabah yang melakukan transaksi dipandang sama tanpa ada perlakuan khusus terhadap salah satu nasabah. Semua mendapatkan pelayanan sesuai dengan SOP yang ada di BSI KC Madiun Kartoharjo dengan setara tanpa ada diskriminasi pada golongan tertentu.

4. Prinsip Saling Mencintai (*Muhabbah*)

Rasa saling mencintai yaitu mencintai saudara sendiri seperti mencintai diri sendiri, dimana seorang karyawan

¹⁰ QS. Al-Hujurat 49:13.

memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan memperlakukan pelanggan itu dengan baik seperti memperlakukan dirinya sendiri. Sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Quran yang berbunyi:

ضَرَبْتُ عَلَيْهِمُ الدَّلِيلَ أَنِّ مَا تُقِفُوا إِلَّا بِحَبْلِ مِّنَ اللَّهِ وَحَبْلِ مِّنَ النَّاسِ
وَبَاءُوا بِغَضَبٍ مِّنَ اللَّهِ وَضَرَبْتُ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةَ ۖ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ كَا
نُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقٍّ ۖ ذَٰلِكَ بِمَا
عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ

Artinya: “Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia, dan mereka kembali mendapat kemurkaan dari Allah dan mereka diliputi kerendahan. Yang demikian itu karena mereka kafir kepada ayat-ayat Allah dan membunuh para nabi tanpa alasan yang benar. Yang demikian itu disebabkan mereka durhaka dan melampaui batas.”¹¹ (QS. Ali ‘Imran 3:112)

Dan juga dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh sahabat Anas bin Malik Ra: “Tidak sempurna iman seseorang sampai dia mencintai saudaranya seperti dia mencintai

¹¹ QS. Ali ‘Imran 3:112

dirinya sendiri. (HR. Bukhori). Inti hadits ini adalah “perlakukan saudara anda seperti anda memperlakukan diri sendiri”.¹²

Prinsip saling mencintai dalam BSI KC Madiun Kartoharjo adalah dengan memperlakukan nasabah seperti memperlakukan diri sendiri. Tentunya sebagai manusia menginginkan yang terbaik untuk dirinya sendiri begitupula dengan orang lain yang ingin mendapatkan yang terbaik melalui pelayanan yang diberikan oleh BSI KC Madiun Kartoharjo jika mereka melakukan transaksi keuangan. Maka dari itu prinsip saling mencintai merupakan strategi pelayanan yang ada di BSI KC Madiun Kartoharjo untuk mendapatkan kepuasan nasabah.

5. Prinsip Lemah Lembut (*Al-Layin*)

Sebagaimana sebuah hadits yang diriwayatkan Muslim dari Jabir bin Abdullah bahwa Nabi bersabda: “Barang siapa yang tidak memiliki sifat lembut, maka tidak akan pernah mendapatkan kebaikan”¹³

Untuk berlaku lemah lembut juga telah dijelaskan dalam Al-Quran dalam QS. Ali Imran 3:159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَآ تُقَضُّوا

¹² Utsman, M, *Ilmu Jiwa dalam Al-Qur'an(Terj)*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2016).

¹³ Al-Badr, A, *Rifqon Ahlissunnah bi Ahlissunnah Menyikapi Fenomena Tahdzir dan Hajr*, Edisi Indonesia, (Bandung: Titian Hidayah Ilahi, 2014), 23.

مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

ذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: "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."¹⁴ (QS. Ali Imran Ayat 159)

Al-Hasan mengatakan, "Berlaku lemah lembut inilah akhlaq Muhammad *shallallahu 'alaihi wasallam* yang dimana beliau diutus dengan membawa akhlaq yang mulia ini". Seperti BSI KC Madiun Kartoharjo yang menerapkan prinsip lemah lembut dalam pelayanan terhadap nasabahnya. Menurut pengamatan peneliti karyawan yang ada di *banking hall* melayani nasabahnya dengan lemah lembut sesuai dengan prinsip tersebut.

6. Prinsip Kekeluargaan (Ukhuwah)

Ukhuwah yang secara jelas dinyatakan dalam al-Quran

¹⁴ Q.S Ali Imran 3:159.

adalah persaudaraan seagama dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama. Ini tercermin jelas dalam ayat al-Quran surat Al-Hujurat 49:10 yang berbunyi:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلَحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ

تُرْحَمُونَ

Artinya: "Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat." ¹⁵ (QS. Al Hujurat Ayat 10)

Secara majasi kata *ukhuwah* (persaudaraan) mencakup persamaan salah satu unsur seperti suku, agama, profesi, dan perasaan. Sehingga dalam al Quran dijelaskan bahwa *ukhuwah* adalah persaudaraan seagama islam, dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama. Di BSI KC Madiun Kartoharjo prinsip kekeluargaan diterapkan dengan menganggap nasabah sebagai keluarga untuk menjalin hubungan baik. Pelayanan dengan prinsip kekeluargaan membuat hubungan nasabah dengan BSI KC Madiun Kartoharjo menjadi lebih baik dan juga bank mendapat jejak baik dari nasabah.

Dalam Pelayanan Islam penting juga diperhatikan etika yang

¹⁵ QS. Al-Hujurat 49:10.

dilakukan oleh penyedia layanan. Etika berarti kesantunan yaitu sikap lahir dan batin, prinsip hidup, pandangan moral serta bisikan hati nurani. Adapun yang termasuk dalam ketentuan etika ini salah satunya ialah sikap dan perilaku.

Dalam praktik yang dilakukan oleh Rasulullah SAW, proses yang dimanifestasikan oleh pribadi Rasulullah SAW ialah bentuk pelayanan yang dilakukan dengan santun, ramah, serta jelas dalam pemberian segala informasinya. Rasulullah SAW memberikan contoh betapa beliau begitu teliti dalam memberikan suatu pelayanan. Baik produk maupun jasa yang disampaikan kepada pelanggan merupakan amanah yang harus dipertanggung jawabkan. Nabi Muhammad SAW merupakan seorang saudagar yang sukses. Nabi Muhammad SAW banyak menerapkan strategi bisnis yang cerdas serta tidak merugikan sesama. Hal yang diterapkan sebagai seorang pebisnis tak hanya sukses, tetapi juga sesuai dengan syariah dan ketentuan untuk memperoleh ridha Allah SWT.¹⁶

Seperti pada pelayanan yang ada di BSI KC Madiun Kartoharjo juga menerapkan sifat-sifat teladan Nabi Muhammad SAW dalam pelayanan berbasis etika Islam. Sifat-sifat utama Nabi Muhammad SAW yang patut diteladani manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi bisnis pada khususnya, diantaranya ialah sebagai berikut:

1. *Shiddiq* (Benar dan Jujur)

Perkataan *shiddiq* bermaksud benar, yaitu memberitahukan

¹⁶Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 61.

sesuatu secara benar dan tidak ada unsur penipuan atau bermaksud menyembunyikan sesuatu. Penyampaian informasi yang benar dan jujur merupakan ciri bisnis Syariah yang diwarnai oleh sifat nabi, tidak hanya diterapkan pada konsumen tetapi juga pada diri sendiri.¹⁷ Darisini berarti mempunyai kejujuran dan melandasi suatu ucapan dengan hal yang benar, keyakinan, serta melakukan perbuatan dengan berdasarkan ajaran, tidak ada satu ucapan pun yang saling bertentangan dengan perbuatan adalah hal yang harus selalu dilakukan.

Allah SWT memerintahkan pada setiap manusia yang beriman untuk mempunyai sifat shiddiq dan jangan bersifat tidak jujur. Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar."¹⁸ (QS. At Taubah Ayat 119)

BSI KC Madiun Kartoharjo memberi sebuah pelayanan pada pelanggan wajib untuk berlaku jujur, karena suatu tindakan yang tidak jujur tindakan yang berdosa, dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan pada perusahaan.

Ketika konsumen tidak percaya, konsumen dapat tidak kembali

¹⁷ Asnawi dan Fanani, *Pemasaran Syariah* (Depok: rajawali Pers, 2017), 273.

¹⁸ QS. At-Taubah 9:119.

dan tidak lagi mempercayakan keuangannya dengan BSI KC Madiun Kartoharjo.

2. Amanah (Terpercaya)

Amanah berarti tanggung jawab dan dapat dipercaya untuk melakukan sebuah tugas dan kewajiban. Sifat amanah memiliki peranan yang sangat penting dalam ekonomi dan bisnis. Tanpa adanya tanggung jawab, kehidupan ekonomi dan bisnis bisa hancur. Amanah diwujudkan dalam hal keterbukaan, kejujuran, pelayanan, dan ihsan (berupaya menghasilkan yang terbaik) pada semua hal. Amanah dalam hal ini mencakup tidak ada yang diubah, ditambahi, ataupun dikurangi dari yang diperintahkan-Nya. Dengan demikian orang yang amanah tidak akan melakukan kecurangan dengan amanat yang harus disampaikan.¹⁹

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا ۚ وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ

النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ

كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: ”Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan

¹⁹ Huda Dkk, *Pemasaran Syariah* (Depok: Kencana, 2017), 83.

(menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat."²⁰ (QS. An Nisa' Ayat 58)

Setiap karyawan BSI KC Madiun Kartoharjo dibidang pelayanan haruslah memiliki sifat amanah, terutama bagi pekerjaan yang terkait dengan sebuah pelayanan. Hendaklah bagi seorang mukmin berusaha melaksanakan amanah yang diberikan dengan sebaik-baiknya agar nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo merasa puas dengan pelayanan tersebut.

3. *Fathanah* (Cerdas/Cakap)

Fathanah artinya mengerti, memahami, dan menghayati dengan mendalam mengenai tugas serta kewajiban yang dilaksanakan. Fathanah berkaitan dengan kecerdasan, baik kecerdasan rasio, rasa, maupun kecerdasan ilahiyah. Sifat Fathanah bisa dilihat sebagai strategi hidup seorang mukmin. Hal itu dikarenakan untuk mencapai sang maha benar penting untuk seorang mukmin mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan Allah SWT.²¹ Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* berfirman:

إِعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَحْيِي الْأَمْوَآتِ وَأَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

²⁰ QS. An-Nisa' 4:58.

²¹ Huda Dkk, *Pemasaran Syariah* (Depok: Kencana, 2017), 77.

تَعْقُلُونَ

Artinya: “Ketahuilah olehmu bahwa sesungguhnya Allah menghidupkan bumi sesudah matinya. Sesungguhnya Kami telah menjelaskan kepadamu tanda-tanda kebesaran (Kami) supaya kamu memikirkannya.”²² (QS. Al Hadid Ayat 17)

BSI KC Madiun Kartoharjo hendaknya melakukan sebuah pelayanan harus mempunyai wawasan yang terdidik, mempunyai kemampuan, dan pengetahuan pada bidangnya, sehingga semua nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo akan merasa aman serta percaya pada pelayanan yang diberikan oleh BSI KC Madiun Kartoharjo.

4. *Tabligh* (Komunikatif)

Tabligh artinya menyampaikan sesuatu dengan objektif dan ikhlas. Dalam hal ini tabligh mengandung faktor mutu, teknik, dan cara menyampaikan suatu informasi secara efektif. Sifat komunikatif ini akan melahirkan sifat kecintaan terhadap konsumen, yang mana konsumen ialah investasi dan keuntungan jangka panjang.²³ Allah SWT memerintahkan manusia untuk bersikap tabligh, seperti dalam firman-Nya:

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ

²² QS. Al Hadid 57:17.

²³ Asnawi dan Fanani, *Pemasaran Syariah* (Depok: rajawali Pers, 2017), 281.

الْمُنْكَرِ ۖ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung."²⁴ (QS. Ali 'Imran ayat 104)

BSI KC Madiun Kartoharjo hendaknya memiliki penyedia layanan yang harus mempunyai sifat komunikatif supaya bisa menjadi pembicara yang unggul dalam memberi pelayanan pada nasabah sehingga nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo dapat mendapat kepuasan dan nyaman dengan apa yang diberikan suatu perusahaan terhadap pelanggan.

Jadi, dalam Ekonomi Islam memberi sebuah pelayanan yang berkualitas pada pelanggan adalah salah satu bentuk ibadah kepada Allah SWT, karena secara umum landasan utama dalam pelayanan adalah membantu orang lain. Dalam ajaran Islam saling membantu sesama sebagaimana yang telah Allah SWT perintahkan yang merupakan kewajiban dan senantiasa dihubungkan dengan tingkat keimanan seseorang.

B. Analisis Faktor yang Mempengaruhi diterapkannya Pelayanan Berbasis Etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo

²⁴ QS. Ali 'Imran 3:104.

Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan Prinsip-Prinsip Syariah. Implementasi prinsip syariah inilah yang menjadi pembeda utama dengan bank konvensional. Pada intinya prinsip syariah tersebut mengacu kepada syariah Islam yang berpedoman utama kepada Al Quran dan Hadist. Islam sebagai agama merupakan konsep yang mengatur etika kehidupan manusia secara komprehensif dan universal baik dalam hubungan dengan Sang Pencipta (*HabluminAllah*) maupun dalam hubungan sesama manusia (*Hablumminannas*).²⁵

Masalah etika merupakan salah satu fondasi yang harus diciptakan dan dimiliki oleh setiap pelaku bisnis etika pada dasarnya adalah standar atau moral yang menyangkut benar dan salah. Etika dalam ajaran islam menuntun seluruh aspek perilaku kehidupan manusia, baik permasalahan bisnis maupun aktivitas sehari-hari. Bisnis yang baik adalah bisnis yang berlandaskan etika, pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki kerangka etika bisnis yang kuat sehingga dapat menciptakan aktivitas bisnis yang baik dan berkah.

Implementasi atau penerapan terhadap prinsip etika bisnis Islam dalam praktik perbankan syariah merupakan persyaratan mutlak yang harus dipenuhi menurut tuntunan syariat agama Islam dan sebagai identitas pembeda antara bank syariah dengan bank konvensional sehingga apabila perbankan syariah tidak menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara memadai maka akan kehilangan nilai lebih yang

²⁵ <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Prinsip-dan-Konsep-PB-Syariah.aspx>, diakses pada 19 April 2023 pukul 15.55.

dimilikinya bila dibandingkan dengan bank konvensional, dan pada akhirnya dapat mengancam kelangsungan hidup perbankan syariah di masa depan. Mengingat urgensi penerapan prinsip etika bisnis Islam pada industri perbankan syariah.

BSI KC Madiun Kartoharjo menerapkan pelayanan dengan etika Islam juga merupakan keharusan sebuah lembaga keuangan dengan landasan hukum Islam di dalamnya dalam setiap kegiatan transaksi yang di gunakan. Berdasarkan paparan data di atas dapat diketahui faktor yang mempengaruhi BSI KC Madiun Kartoharjo menerapkan strategi pelayanan berbasis etika adalah sebagai berikut:

1. Tuntutan Pasar

Penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam merupakan pasar potensial bagi pengembangan bank syariah di Indonesia. Harapan masyarakat akan peran vital perbankan syariah dalam rangka turut serta membantu pertumbuhan sekaligus perkembangan tingkat kesejahteraan masyarakat Indonesia. BSI KC Madiun Kartoharjo yang juga merupakan bank syariah yang setiap kegiatan transaksinya menggunakan prinsip Islam mempunyai peran penting dalam penerapan etika Islam. Nasabah yang hampir seluruhnya merupakan umat muslim menginginkan pelayanan yang beretika Islam dalam setiap kegiatannya. Nasabah memilih bank syariah sebagai lembaga keuangan yang dipercaya mampu mengelola keuangan

dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariah agar bukan hanya menguntungkan tetapi juga mendapat ridha Allah SWT.

2. Peraturan Pemerintah

Dengan mulai banyaknya bank-bank berbasis syariah yang didirikan di berbagai negara, seperti di Sudan, Pakistan, dan Malaysia pada era tahun 1970-80 an, semakin meningkatkan kesadaran dan motivasi umat Islam di Indonesia, sebagai umat mayoritas, untuk melakukan hal yang serupa. Sebenarnya, keinginan untuk mendirikan bank berdasarkan prinsip syariah di Indonesia sudah ada sejak tahun 70-an, namun karena kebijakan pemerintah dan regulasi yang tidak mendukung pada saat itu, keinginan tersebut sulit terealisasi.²⁶ Keinginan tersebut baru bisa terwujud dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991 yang diprakasai oleh Majelis Ulama Indonesia dan Pemerintah. Bank ini mulai efektif beroperasi pada tahun 1992. Beroperasinya BMI berdasarkan UU No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan. UU ini lalu diamandemen dengan UU No. 10 Tahun 1998. Pada tahun 2008, UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah diberlakukan. UU No. 21 ini adalah UU khusus yang mengatur perbankan Syariah.²⁷

²⁶ <https://business-law.binus.ac.id/2015/06/02/hukum-perbankan-syariah-di-indonesia/> diakses pada 19 April 2023 pukul 18.05 WIB.

²⁷ <https://business-law.binus.ac.id/2015/06/02/hukum-perbankan-syariah-di-indonesia/>, diakses pada 19 April 2023 pukul 18.05 WIB.

Sejak saat itu, berbagai bank syariah mulai bermunculan di Indonesia sehingga pemerintah menetapkan peraturan mengenai operasional perbankan syariah agar meyakinkan masyarakat bahwa bank syariah memang menjalankan prinsip-prinsip syariah didalamnya dan bukan hanya nama.

3. Peraturan Bank Indonesia

Bank Indonesia adalah bank sentral Negara Republik Indonesia. Status dan kedudukan adalah sebagai suatu lembaga negara yang independen dalam melaksanakan tugas dan wewenang, bebas dari campur tangan Pemerintah dan atau pihak lain, kecuali untuk hal-hal yang secara tegas diatur dalam undang-undang. Sebagai badan hukum publik Bank Indonesia menetapkan peraturan-peraturan hukum yang merupakan pelaksanaan dari undang-undang yang mengikat seluruh masyarakat luas sesuai dengan tugas dan berwenangnya. Sebagai badan hukum perdata, Bank Indonesia dapat bertindak atas nama sendiri di dalam maupun di luar pengadilan.

Sebagai bentuk konsistensi Bank Indonesia untuk mengembangkan ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia, akan berdampak positif bagi penguatan stabilitas moneter, sistem keuangan, dan kesejahteraan masyarakat secara umum.

Pada tanggal 6 Juni 2017, Bank Indonesia telah mengeluarkan Cetak Biru (*Blueprint*) Ekonomi dan Keuangan Syariah sebagai

panduan internal Bank Indonesia maupun dengan pihak eksternal yang berhubungan dengan aktivitas dan pelaksanaan cetak biru tersebut. Dengan cetak biru ekonomi dan keuangan syariah ini, Bank Indonesia sebagai otoritas moneter dan stabilitas sistem keuangan, tetap berperan serta dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah bersama pemangku kepentingan terkait dengan mengacu pada prinsip dan nilai-nilai ekonomi, keuangan syariah yang berdimensi keadilan, transparansi, produktivitas, dan tata kelola yang baik (*governance*).²⁸

4. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah lembaga independen dan bebas dari campur tangan pihak lain, tugas dan wewenang pengaturan, pengawasan, pemeriksaan, dan penyidikan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Otoritas Jasa Keuangan. Fungsi pengaturan dan pengawasan tersebut tidaklah sepenuhnya diberikan kepada OJK. Akan tetapi OJK tetap bekerjasama dengan BI dan memiliki kewenangannya masing-masing dalam menjalankan fungsi pengaturan dan pengawasan. Pengaturan dan Pengawasan kelembagaan, kesehatan, aspek kehati-hatian, dan pemeriksaan bank merupakan lingkup microprudential yang menjadi tugas dan wewenang

²⁸ <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/moneter/pengembangan-ekonomi/cetak-biru/Default.aspx>, diakses pada 19 April 2023 pukul 19.00 WIB.

OJK. Adapun lingkup pengaturan dan pengawasan macroprudential merupakan tugas dan wewenang BI. Dalam rangka pengaturan dan pengawasan macroprudential, OJK berkordinasi dengan BI untuk melakukan himbauan moral (moral suasion) kepada perbankan.²⁹

Otoritas Jasa Keuangan OJK diharapkan dapat menghindarkan perbankan syariah dari perbuatan sewenang-wenang yang dapat merugikan nasabah dalam hal ini penerapan klausula eksonerasi atau pengalihan tanggung jawab pada klausula baku yang dibuat oleh pihak perbankan syariah sebagai pelaku usaha yang mana perbuatan tersebut jelas melanggar ketentuan yang berlaku.

C. Analisis Dampak Pelayanan Berbasis Etika Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah BSI KC Madiun Kartharjo

Perkembangan dunia bisnis yang semakin maju mendorong munculnya banyak sektor-sektor industri perekonomian, salah satunya adalah sektor lembaga keuangan syariah yang dijalankan oleh Lembaga Perbankan Syariah atau Lembaga Unit Usaha Syariah lainnya. Bank Syariah adalah lembaga keuangan negara yang melakukan kegiatan transaksi dan operasionalnya menggunakan prinsip syariah atau sesuai dengan ajaran Islam yang didasarkan pada ketentuan Al-Qur'an dan Hadits agar selalu merujuk kepada nilai akhlak dan moral.

²⁹ Otoritas Jasa Keuangan, *Booklet Perbankan Indonesia Edisi 1* (Maret 2014), 19.

Salah satu cara untuk mencapai kelancaran proses pemasaran bank khususnya syariah dalam mencapai keunggulan bersaing adalah dengan mempersiapkan sumber daya manusia yang mumpuni dan berkualitas. Hal tersebut diharapkan mampu untuk kedepannya memberikan pelayanan terbaik yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan pasar, serta dapat menciptakan kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah menjadi konsep utama dalam kajian bisnis dan manajemen perbankan. Pada dasarnya nasabah mengharapkan produk perbankan dalam bentuk jasa yang dapat diterima, dan diberikan oleh pihak bank melalui pelayanan yang baik dan memuaskan. Kepuasan dapat membentuk suatu persepsi bagi nasabah dan selanjutnya dapat memposisikan produk perbankan tersebut dibenaknya.

Islam tidak melarang seseorang melakukan konsumsi dalam rangka memenuhi kebutuhan sehingga memperoleh maslahat dan kemanfaatan setinggi-tingginya bagi kehidupan. Dalam ekonomi Islam, konsep kepuasan selalunya berkaitan dengan konsep maslahah. Sudah menjadi kodrat manusia yang senantiasa ingin agar hidupnya mendapatkan kebahagiaan, kesenangan, serta mendapatkan manfaat yang sebesar-besarnya dari kehidupan ini, baik itu atas barang atau jasa yang diterimanya yang pada akhirnya akan menimbulkan kepuasan.

Dalam Islam dijelaskan bahwa kepuasan konsumen atau perasaan senang ditimbulkan dari adanya pelayanan yang diberikan baik, suatu keharusan sebagai umat Muslim untuk senantiasa bersikap

terpuji dan baik kepada orang lain, baik dari segi tutur kata maupun perbuatan (melayani), sehingga mampu menimbulkan rasa senang dan menggembirakan orang lain, sebagaimana yang dikandung dalam firman Allah SWT, QS. Al-Baqarah ayat 83:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَءِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِأُولَئِكَ إِحْسَانًا وَذِي
الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ۚ
ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ

Artinya: "Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling."³⁰ (QS. Al Baqarah Ayat 83)

Jika kepuasan pelanggan dapat diraih oleh sebuah perusahaan makan akan mendapatkan keuntungan yang sangat besar bagi keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Tentunya dalam pelayanan juga menjadi tolak ukur nasabah merasa puas akan kinerja bank. Tidak hanya

³⁰ QS. Al-Baqarah 2:83.

pada dasar-dasar pelayanan saja akan tetapi dengan penerapan pelayanan dengan etika Islam di dalamnya. Lembaga keuangan khususnya bank yang memiliki nama syariah di operasionalnya dan menjadikan hukum Islam sebagai dasar kegiatannya perlu menerapkannya guna meningkatkan kepuasan nasabah yang memiliki harapan tinggi terhadap bank syariah dalam mengelola keuangannya. Tak terkecuali BSI KC Madiun Kartoharjo yang juga menerapkan kualitas pelayanan dengan atau tanpa etika Islam agar nasabah senantiasa merasa puas disetiap transaksi yang mereka lakukan. Berikut beberapa dampak jika kepuasan nasabah dalam pelayanan berbasis etika Islam dapat tercapai:

1. Melakukan Transaksi Ulang di Bank

Jika kepuasan nasabah dapat terpenuhi tentu saja nasabah akan loyal terhadap bank. BSI KC Madiun Kartoharjo memaksimalkan pelayanan dengan berbasis etika Islam agar nasabah merasa puas dan tidak berpaling ke bank BSI lainnya.

2. Meningkatkan Promosi dari Mulut ke Mulut

Kepuasan nasabah merupakan tujuan utama sebuah bank. Bank yang mengedepankan layanannya agar nasabah puas merupakan langkah membuat nasabah terkesan dengan pelayanan terlebih dengan berbasis etika Islam. Begitu pula dengan BSI KC Madiun Kartoharjo yang menjadikan kepuasan nasabah tujuan utama agar nasabah merasa terkesan dengan

pelayanan dan ini membuat nasabah mempromosikan BSI KC Madiun Kartoharjo kepada kerabat maupun teman mereka.

3. Bertambahnya Nasabah yang Menabung di Bank

Nasabah merupakan komponen penting sebuah bank. Jika sebuah bank tidak memiliki nasabah atau sedikit nasabahnya maka kegiatan operasional bank tidak akan berjalan, maka dari itu diperlukan promosi yang menarik nasabah untuk mempercayakan dananya di bank tersebut. begitupula BSI KC Madiun Kartoharjo sebagai bank yang berlandaskan prinsip syariah yang mengedepankan pelayanan berbasis etika Islam sebagai daya tarik agar semakin banyak nasabah yang menabung di bank.

4. Peluang Pengembangan Bisnis Semakin Besar

Peluang bisnis adalah suatu kondisi dimana dapat memberikan kesempatan bagi seseorang terutama pebisnis untuk mencapai tujuannya. Tujuan bisnis tersebut dilakukan dengan usaha tertentu serta memakai sumber daya yang dimiliki secara efektif. Jika kepuasan nasabah di BSI KC Madiun Kartoharjo dapat terpenuhi maka peluang bisnis bank akan semakin meluas, hal ini merupakan keuntungan bagi bank dan dapat menaikkan profit BSI KC Madiun Kartoharjo.

Seperti halnya pada BSI KC Madiun Kartoharjo yang mendapatkan kerjasama dengan lembaga pemerintahan yang

memberikan honor pekerjanya melalui tabungan di BSI. Jumlah pekerja yang tidak sedikit membuat BSI KC Madiun kartoharjo mendapatkan penambahan nasabah yang banyak itu membuat BSI KC Madiun Kartoharjo mendapat keuntungan.

Dengan adanya teori dan praktek yang telah dipaparkan diatas, BSI KC Madiun Kartoharjo jika menerapkan pelayanan dengan didasari oleh etika Islam akan mendapat dampak positif dan tentunya menguntungkan perusahaan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Penerapan strategi pelayanan berbasis etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo sudah dilaksanakan sesuai dengan semestinya. Menerapkan strategi pelayanan untuk mencapai tujuan sebagai bank yang memiliki kualitas pelayanan yang baik dan mampu membuat nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Bentuk penerapan strategi pelayanan berbasis etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo adalah menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan pelayanan kepada nasabah, seperti prinsip tolong menolong (*Ta'awun*), prinsip memberi kemudahan (*At-Taysir*), prinsip persamaan (*Musawah*), prinsip saling mencintai (*Muhabbah*) dan prinsip lemah lembut (*Al-Layin*). Tidak hanya itu, BSI KC Madiun Kartoharjo juga menerapkan sifat-sifat nabi sebagai acuan berperilaku mereka dalam dunia kerja yang mana hal ini dapat memberikan pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan keinginan nasabah yang menginginkan transaksi keuangan yang aman dan terpercaya. Ada 4 sifat nabi yaitu *shiddiq* (benar dan jujur), *amanah* (terpercaya), *fathanah* (cerdas/cakap) dan *tabligh* (komunikatif).
2. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi diterapkannya strategi pelayanan berbasis etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo adalah

karena BSI merupakan lembaga yang bergerak di bidang syariah sudah semestinya BSI menerapkan prinsip-prinsip syariah. Selain itu beberapa faktor yang mempengaruhi diterapkannya strategi pelayanan berbasis etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo yaitu tuntutan pasar, peraturan pemerintah, peraturan Bank Indonesia dan peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

3. Dampak diterapkannya pelayanan berbasis etika Islam di BSI KC Madiun Kartoharjo yaitu melakukan transaksi ulang di bank, meningkatkan promosi dari mulut ke mulut, bertambahnya nasabah yang menabung di bank dan peluang pengembangan bisnis semakin besar.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas yang diperoleh dari analisis, maka dapat diajukan saran sebagai pelengkap hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Dalam melakukan strategi pelayanan berbasis etika Islam seharusnya Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo lebih memaksimalkan lagi pelayanannya mengingat tingkat kepuasan nasabah berbeda-beda.
2. Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo seharusnya lebih mementingkan nilai-nilai syariah disetiap kegiatan bertransaksi tak terkecuali bagian pelayanan. Karena BSI merupakan bank dengan nilai syariah maka lebih mengedepankan prinsip-prinsip syariah sesuai dengan namanya.
3. Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo seharusnya lebih

memahami karakteristik setiap nasabah guna memaksimalkan pelayanan dan mendapatkan kepuasan nasabah yang dilayani.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. Madjid Hasyim, Husaini. (2003). *Syarah Riyadhus Shalihin jilid III*. Surabaya: PT Bina Ilmu.
- A.Kadir. *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*.
- Abdullah, M. Yatimin. (2006). *Pengantar Studi Etika*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Ali, Zainnudin. (2008). *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Antonio, M. Syafi'i. (2001). *Bank Syari'ah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arijanto, Agus. (2011). *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Asnawi, Nur., Muhammad Asnan Fanani. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Badroen, Faisal., et al., eds. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Cet. II; Jakarta: Kencana.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- H.A.S. Moenir. (2000). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Huda, Nurul., DKK. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: Kencana.

Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Juliandi, Azuar., et al. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU PRESS.

Karta Jaya, Hermawan., Muhammad Syakir Sula. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka.

Kasmir. (2005). *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Keraf, A.Sonny. (1998). *Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya)*. Yogyakarta: Kanisius.

Muhammad. (2004). *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.

Muhammad. (2013). *Pengantar Akuntansi Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

Muljono, Djoko. (2012). *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: Andi Offset.

Puji Suci, Rahayu. (2015). *Esensi Manajemen Strategi*. Surabaya: Zifatama Publisher.

Rafidah. (2014). *Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah*.

Rangkuti, Freddy. (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Center*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Ratminto., Atik Septi. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sugiono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2014). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandi. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, Jakarta: Raja Grafindo.
- Walker, Denis. (2011). *Mendahulukan Kepuasan Pelanggan: Strategi Untuk Memberikan Pelayanan Terbaik*, Penerjemah: Anton Adiwitoyo. Tangerang: Binarupa Askara.
- Kotler, Philip dan Lane, Kevin. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi ke-13*. Jakarta: Erlangga.
- Mahmoeddin. (1995). *Etiket Pelayanan Bank Petunjuk Praktis Menjaring Nasabah* Jakarta: PT Toko gunung agung.
- Rangkuti, Freddy. (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Center*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Rahman, T. K. (2010). *Tafsir Al-Qurthubi*. Bandung: Dar Ibni Hazm.

Khatimah, H. (2011). *Penerapan Syariah Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Utsman, M. (2016). *Ilmu Jiwa dalam Al-Qur'an(Terj)*. Jakarta: Pustaka Azzam.

Al-Badr, A. (2014). *Rifqon Ahlassunnah bi Ahlissunnah Menyikapi Fenomena Tahdzir dan Hajr, Edisi Indonesia*. Bandung: Titian Hidayah Ilahi.

Indrasari, Dr. Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Asnawi dan Fanani. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: Rajawali Pers.

Huda Dkk. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: Kencana.

Jurnal

Abbas, Firdayanti. (2015). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda*. eJournal Administrasi Bisnis, Volume 3, Nomor 1.

Amalia Kurniawan, Dhika., Muhammad Zaenal Abidin. (2018). *Pengantar Pemasaran Islam Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi*. Ponorogo: Penerbitan Universitas Darussalam Gontor.

Sellang, Kamaruddin., DKK. (2019). *Strategi dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Dimensi, Konsep, Indikator, dan Implementasinya*, Pasuruan: Qiara Media Partner.

Tjiptono, Fandy., Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality And Satisfaction edisi 3*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Huzaimah. (2018). *Analisis Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Dalam Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Bank Tabungan Negara (Btn) Syariah Cabang Bogor*. An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah 4, no. 2.

Pramana, I Gede Yogi dan Ni Made Rastini. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali*. EJurnal: Manajemen Unud. Vol. 5, No.1, ISSN: 2302-8912.

Thesya Saimona, Anna. *Etika Kerja dan Kualitas Layanan Islam Terhadap Kinerja Perbankan pada PT. Bank Syariah Mandiri Provinsi Lampung*. EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 2, No. 2.

Ayu Resti Purnama Dewi, Gusti. (2015). *Hubungan Strategi Pemasaran Bank Dengan Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Tabanan Tahun 2013.*

Adinda Agustinayu Rizkyaningrum, “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Syariah Indonesia KCP Nganjuk Yos Sudarso dalam Proses Migrasi”,

Faiz Amrullah, “Implementasi Undang-Undang Republik Indonesia No. 43 Tahun 2009 Tentang Kearsipan Produk Deposito di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Katamso Yogyakarta”, Laporan, 2018

Fadla. A, *Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2016).

Website

Bank Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id>, diakses pada tanggal 29 Oktober, pukul 17.03 WIB.

Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/moneter/pengembangan-ekonomi/cetak-biru/Default.aspx>, diakses pada 19 April 2023 pukul 19.00 WIB.

Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Prinsip-dan-Konsep-PB-Syariah.aspx>., diakses pada 19 April 2023 pukul 15.55 WIB.

Redaksi OCBC NISP. <https://business-law.binus.ac.id/2015/06/02/hukum-perbankan-syariah-di-indonesia/>. diakses pada 19 April 2023 pukul 18.05 WIB.

Wawancara

Karyawan BSI KC Madiun Kartoharjo, 10 Oktober 2022.

Yunias Agiel, wawancara, 10 April 2023.

Dwi Riana Sari, wawancara, 10 April 2023



