

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA DI TANJUNGPINANG

Hartoto

STAI Miftahul Ulum Tanjung Pinang, Indonesia
Email: ir.hartoto@gmail.com

Abstrak

Pembangunan ekonomi syariah telah terintegrasi ke dalam kerangka kebijakan ekonomi Indonesia. Bank Indonesia sebagai otoritas perbankan telah menetapkan perbankan syariah sebagai salah satu pilar dual banking system dan mendorong bank syariah untuk memperluas pangsa pasarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Tanjungpinang. Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan informasi tentang pengaruh kualitas layanan yang biasa dikenal dengan istilah "RATER" (*responsiveness, assurance, tangible, empathy, dan reliability*) terhadap kepuasan nasabah BSI di Tanjungpinang. Data yang dikumpulkan merupakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara memberikan pertanyaan (kuisisioner) kepada 130 responden nasabah pada BSI di Tanjungpinang, sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi yang terkait dengan penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas layanan (*responsiveness, assurance, tangible, empathy, dan reliability*) secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan pembuktiaan rata-rata probabilitas dimensi kurang dari 0,05. Hal ini berarti kualitas layanan BSI di Tanjungpinang sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang menyebabkan nasabah menjadi loyal.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan (*Responsiveness, Assurance, Tangible, Emphaty, Reliability*), dan Kepuasan Nasabah.

Abstract

*Islamic economic development has been integrated into Indonesia's economic policy framework. Bank Indonesia as the banking authority has established Islamic banking as one of the pillars of the dual banking system and encouraged Islamic banks to expand their market share. This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia (BSI) in Tanjungpinang. The benefit of this research is to provide information about the effect of service quality commonly known as "RATER" (*responsiveness, assurance, tangible, empathy, and reliability*) on BSI customer satisfaction in Tanjungpinang. The data collected is primary data and secondary data. Primary data was obtained by giving questions (questionnaires) to 130 customer respondents at BSI in Tanjungpinang, while secondary data was obtained from*

agencies related to research. Based on the results of the study, service quality (responsiveness, assurance, tangible, empathy, and reliability) individually has a significant effect on customer satisfaction by proving that the average probability dimension is less than 0.05. This means that BSI's service quality in Tanjungpinang greatly influences customer satisfaction which causes customers to become loyal.

Keywords: *service quality (responsiveness; assurance; tangible; empathy; reliability); and customer satisfaction*

Pendahuluan

Pengembangan ekonomi Islam telah diadopsi ke dalam kerangka kebijakan ekonomi Indonesia (Ikhwan, 2014). Bank Indonesia sebagai otoritas perbankan telah menetapkan perbankan syariah sebagai salah satu pilar penyangga *dual-banking system* dan mendorong pangsa pasar bank-bank syariah yang lebih luas (Machmud et al., 2010); (Labetubun, 2012). Dari kemajuan serta perkembangan ekonomi syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Salah satu bentuk dari kemajuan ekonomi syariah adalah munculnya perbankan yang berlandaskan syariah (Irawan, 2018).

Upaya meningkatkan peran bank syariah didorong oleh keinginan masyarakat muslim di Indonesia akan adanya suatu sistem perbankan yang sehat, terpercaya dan maju sekaligus mengarah pada prinsip syariah (Hastono, 2009). Strategi pengembangan perbankan syariah diarahkan untuk meningkatkan kompetisi usaha yang sejajar dengan sistem perbankan konvensional yang dilakukan secara komprehensif dengan mengacu pada analisis kelemahan dan kekuatan perbankan syariah di Indonesia (Fasa, 2013).

Pada situasi persaingan perbankan, bank melakukan usaha keras untuk mendapatkan dan mempertahankan nasabah (Sujarwo, 2010). Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas (Sugandi, 2014). Kualitas layanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk menggunakan ulang jasa perbankan (Hidayat, 2009).

Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas layanan yang diberikan (Astuti & Salisah, 2016). Untuk itu karyawan bagian pelayanan sebaiknya selalu memantau kepuasan nasabah untuk tercapainya loyalitas.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan jangan memberi yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Seperti terdapat dalam surah Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ
مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيهِ إِلَّا أَنْ تُعْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ٢٦٧

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”

Perbankan yang gagal dalam memuaskan konsumennya melalui pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks, masalah tersebut diantaranya adalah reputasi dari perbankan tersebut (Engkur, 2018). Dalam memberikan layanan, setidaknya bank harus memenuhi 5 kriteria kualitas layanan yang yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan “RATER” yaitu *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (empati), *reliabillity* (kehandalan) (Eva Sundari & MM, 2021). Daya tangap dapat dilihat dari keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Jaminan dapat dilihat dari pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Bukti fisik dapat dilihat dari fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Empati dapat dilihat dari kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Keandalan dapat dilihat dari kemampuan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan (Tjiptono, 2014).

BSI di Tanjungpinang merupakan lembaga keuangan syariah yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi umat di sektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Dalam operasional BSI di Tanjungpinang memprioritaskan kepuasan konsumen dalam layanan yang dapat menghasilkan kepuasan nasabah. BSI menyadari bahwa nilai dari produk dan kualitas layanan sangat penting untuk membangun citra perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas dapat dijelaskan bahwa kepuasan nasabah merupakan hal yang penting dalam kelangsungan setiap unit usaha. Agar usaha yang dijalankan mampu bertahan dan terus eksis maka nasabah harus diberikan layanan yang terbaik saat menggunakan jasa perbankan. BSI melakukan upaya-upaya untuk memberikan layanan yang terbaik kepada nasabah. Untuk itu dalam memecahkan masalah tersebut perlu dikembangkan pertanyaan penelitian, “Apakah kualitas layanan (*responsiveness, assurance, tangible, emphaty, dan reliability*) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI di Tanjungpinang?”

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September-Desember 2017. Penelitian ini bertempat di BSI Tanjungpinang. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif yang menggunakan produk tabungan berencana dan internet banking pada BSI Tanjungpinang. Sedangkan sampel ditetapkan sebesar 130 responden.

Menurut (Santoso, 2003) suatu angket dikatakan valid jika pertanyaan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Adapun yang menjadi dasar pengambilan keputusan:

1. Jika $r_{\text{hasil}} > r_{\text{table}}$, maka butir atau variabel tersebut valid.
2. Jika $r_{\text{hasil}} < r_{\text{table}}$, maka butir variabel tersebut tidak valid.

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *croanchbach alpha*. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$ (Siregar, 2013: 78).

Menurut (Santoso, 2003) tipe data nominal atau ordinal dan data bertipe interval dan rasio, namun tidak berdistribusi normal, maka harus menggunakan analisis data statistik non parametrik yang khusus digunakan untuk dua sampel berhubungan. Dengan demikian uji yang dipakai peneliti untuk menguji hipotesis adalah Uji *Wilcoxon*. Dengan melihat angka probabilitas, dengan ketentuan: Probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima, jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

Hasil dan Pembahasan

BSI Tanjungpinang menyediakan berbagai produk dan jasa yang menitik beratkan kepada kepuasan nasabah dengan memberikan *service excellent* pada setiap penawaran produk dan jasa BSI. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui 130 kuisisioner yang diberikan kepada responden, semuanya berhasil dikumpulkan dan dinyatakan layak untuk dianalisa lebih lanjut. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa informasi ini dapat menjadi masukan bagi BSI Tanjungpinang dalam menyusun strategi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik nasabahnya di masa yang akan datang.

Pengujian validitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap butir kuisisioner benar-benar telah mengukur atau mengungkapkan faktor (dimensi) yang dilakukan dengan cara menguji apakah skor butir pertanyaan masing-masing variabel mempunyai korelasi yang bermakna (*signifikan*) dengan jumlah skor faktornya. Dalam pengujian validitas ini data yang digunakan berasal dari penelitian terhadap 130 responden. Dari hasil validitas item, butir-butir pernyataan yang valid dapat dilihat pada hasil pengolahan SPSS 24 pada *correlation* untuk masing-masing butir pernyataan dan hasilnya $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Menurut (Ghozali, 2011) yang mengekemukakan bahwa dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* > 0.60 . Dari hasil uji reliabilitas kuisisioner tentang kualitas kerja pegawai dapat dilihat pada *Output Reliability Statistic*. Didapat nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,834. Karena nilai diatas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian kualitas kerja pegawai reliabel.

Pengujian hipotesis untuk masing-masing dimensi kualitas layanan (*responsiveness, assurance, tangible, emphaty, dan reliability*) terhadap kepuasan nasabah. Pengujian hipotesis pada dimensi *responsiveness* kualitas pelayanan terhadap

kepuasan nasabah menggunakan uji *Wilcoxon*. Hasil Pengujian Uji *Wilcoxon* untuk dimensi *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah, bahwa probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya, kualitas layanan dimensi *responsiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kualitas layanan. Pengujian hipotesis pada dimensi *assurance* kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah menggunakan uji *Wilcoxon*, bahwa probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya, kualitas layanan dimensi *assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kualitas pelayanan. Pengujian hipotesis pada dimensi *tangible* kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah menggunakan uji *Wilcoxon*, bahwa probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya, kualitas layanan dimensi *tangible* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kualitas pelayanan. Pengujian hipotesis pada dimensi *emphaty* kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah menggunakan uji *Wilcoxon*, bahwa probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya, kualitas layanan dimensi *emphaty* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kualitas pelayanan. Sedangkan pengujian hipotesis pada dimensi *reliability* kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah menggunakan uji *Wilcoxon*, bahwa probabilitas sebesar $0,001 < 0,05$. Artinya, kualitas layanan dimensi *reliability* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kualitas pelayanan.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan (*responsiveness, assurance, tangible, emphaty, dan reliability*) secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti kualitas layanan BSI Tanjungpinang sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang menyebabkan nasabah menjadi loyal.

Saran yang dapat disampaikan adalah pada dimensi responsive, dan yang perlu ditingkatkan adalah penyediaan produk yang jelas, seperti penjelasan rasio pembagian keuntungan berjenjang. Dengan memberikan penjelasan seperti itu, klien dapat termotivasi untuk meningkatkan target dana nosionalnya saat membuka rekening. Dalam hal penjaminan, yang perlu ditingkatkan adalah kualitas pelayanan yaitu pemahaman karyawan terhadap keunggulan produk, kepercayaan yang ditanamkan karyawan kepada setiap pelanggan, dan rasa aman yang diberikan jika terjadi risiko. tidak perlu pemeriksaan kesehatan, sehingga memudahkan nasabah membuka rekening Tanpa biaya pembukaan rekening, biaya saldo di bawah rata-rata, biaya penutupan rekening setelah jatuh tempo. Pada dimensi tangible yang perlu ditingkatkan adalah kebersihan dan kenyamanan fisik, seperti ruang tunggu, peralatan yang modern dan canggih, image staff yang sempurna, untuk memberikan kesan yang baik kepada pelanggan, selain menyediakan koran dan permen, juga harus diperhatikan. tambah Pelanggan merasa terhormat dan puas dengan fasilitas yang dimiliki BSI KCP Bintan Center. Dari segi empati yang perlu ditingkatkan adalah komunikasi antara pegawai dengan pelanggan, etika komunikasi telepon, yang perlu dipertahankan adalah sikap dan perilaku pegawai terhadap pelanggan, dan prosedur yang harus dilanjutkan adalah pelayanan telepon pada saat itu karena pelanggan.

BIBLIOGRAFI

- Astuti, D., & Salisah, F. N. (2016). Analisis kualitas layanan e-commerce terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode e-servqual (studi kasus: Lejel home shopping pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 2(1), 44–49. <https://doi.org/10.24014/rmsi.v2i1.1784>. [Google Scholar](#)
- Engkur, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 15(01), 23–35. <https://doi.org/10.36406/jam.v15i01.142>. [Google Scholar](#)
- Eva Sundari, S. E., & MM, C. (2021). *Dinamika Citra dan Pelayanan Bank terhadap Loyalitas Nasabah dalam Tinjauan Islam*. Penerbit Adab. [Google Scholar](#)
- Fasa, M. I. (2013). Tantangan dan strategi perkembangan perbankan syariah di indonesia. *Islamic Economics Journal*, 2(1), 19–40. <https://doi.org/10.21111/iej.v2i1.163>. [Google Scholar](#)
- Ghozali, I. (2011). *Application of multivariate analysis with SPSS program*. Semarang: Diponegoro University. [Google Scholar](#)
- Hastono, A. (2009). *Nilai-nilai Islam pada budaya organisasi bank syariah mandiri pusat*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, 2009. [Google Scholar](#)
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 59–72. <https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.pp.%2059-72>. [Google Scholar](#)
- Ikhwan, A. (2014). Konsepsi Ekonomi Islam untuk Pembangunan Ekonomi Negara. *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 1(1), 35–41. [Google Scholar](#)
- Irawan, M. (2018). Politik Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Media Hukum*, 25(1), 10–21. <https://doi.org/10.18196/jmh.2018.0097.10-21>. [Google Scholar](#)
- Labetubun, M. A. H. (2012). Kompetensi Pengadilan Agama Terhadap Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah Berdasarkan Hukum Islam. *Sasi*, 18(1), 56–62. [Google Scholar](#)
- Machmud, A., Hardani, W., Hayati, Y. S., & Sallama, N. I. (2010). *Bank Syariah: teori, kebijakan dan studi empiris di Indonesia*. [Google Scholar](#)
- Santoso, S. (2003). *Statistik Non Parametrik (Buku Latihan SPSS)*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta. [Google Scholar](#)
- Sugandi, L. (2014). Pengaruh Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Pelayanan

dalam Proses Belajar Mengajar. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 939–953. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2339>. [Google Scholar](#)

Sujarwo, S. (2010). *Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Britama pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang Pandanaran*. Diponegoro University. [Google Scholar](#)

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran jasa–prinsip, penerapan, dan penelitian. *Yogyakarta: Andi Offset*. [Google Scholar](#)

Copyright holder:

Hartoto (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

