

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Perbankan Syariah

2.1.1.1 Pengertian Bank Syariah

Menurut Sudarsono (2008:27), menyatakan bahwa bank berasal dari kata *banque* dalam bahasa Prancis dan *banco* dalam bahasa Italia yang berarti peti, lemari, atau bangku. Kata peti atau lemari menyiratkan fungsi sebagai tempat menyimpan benda-benda berharga, seperti peti emas, peti berlian, peti uang, dan sebagainya. Istilah bank tidak disebutkan secara jelas di dalam Al-Qur'an, yang di maksud adalah sesuatu yang memiliki unsur-unsur seperti struktur, manajemen, fungsi, hak dan kewajiban maka semua itu disebut dengan jelas, seperti zakat, shodaqoh (sedekah), ghanimaah (rampasan perang), bai' (jual beli), dayn (utang dagang), maal (harta), dan sebagainya yang memiliki fungsi yang dilakukan oleh peran tertentu dalam kegiatan ekonomi.

Menurut UU Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998, tentang perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan bahwa bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedang pengertian prinsip syariah itu sendiri adalah aturan berdasarkan hukum Islam.

Menurut UU No. 7 Tahun 1992 yang direvisi dengan UU Perbankan No. 10 Tahun 1998 mendefinisikan Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang pengoperasiannya dengan sistem bagi hasil.

Pada umumnya, hal yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberi layanan pembiayaan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam, mengacu kepada ketentuan-ketentuan yang ada dalam Al-Quran dan Al-Hadist. Dengan mengacu kepada Al-Quran dan Al-Hadist,

maka bank syariah diharapkan dapat menghindari kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur riba dan segala hal yang bertentangan dengan syariat Islam.

Bank syariah tidak melaksanakan sistem bunga dalam seluruh aktivitasnya, sedang bank konvensional memakai sistem bunga. Hal ini memiliki peranan yang sangat dalam dan sangat berpengaruh pada aspek operasional dan produk yang dikembangkan oleh bank syariah. Bank syariah lebih menekankan sistem kerja serta *partnership*, kebersamaan terutama kesiapan semua pihak untuk berbagi, termasuk dalam hal-hal keuntungan dan kerugian. Kehadiran bank syariah diharapkan dapat berpengaruh terhadap sistem ekonomi Islam yang menjadi keinginan bagi setiap negara Islam. Kehadiran bank syariah diharapkan memberikan alternatif bagi masyarakat dalam memanfaatkan jasa perbankan yang selama ini masih didominasi oleh sistem bunga.

2.1.1.2 Fungsi Bank Syariah

Menurut Ismail (2011:35) menyatakan bahwa bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, untuk menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan bank syariah untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah, sebagai berikut:

a. Fungsi Bank Syariah untuk Menghimpun Dana Masyarakat

Fungsi bank syariah yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Bank syariah mengumpulkan atau menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad al-wadiah dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad al-mudharabah. Al-wadiah adalah akad antara pihak pertama (masyarakat) dengan pihak kedua (bank), dimana pihak pertama menitipkan dananya kepada bank dan pihak kedua, bank menerima titipan untuk dapat memanfaatkan titipan pihak pertama dalam transaksi yang diperbolehkan dalam islam. Al-mudharabah merupakan akad antara pihak pertama yang memiliki dana, kemudian menginvestasikan dananya kepada

pihak lain. Juga dapat memanfaatkan dana yang investasikan dengan tujuan tertentu yang diperbolehkan dalam syariat islam.

b. Fungsi Bank Syariah sebagai Penyalur Dana Kepada Masyarakat

Fungsi bank syariah yang kedua ialah menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan. Masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank syariah asalkan dapat memenuhi semua ketentuan dan persyaratan yang berlaku. Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank syariah. Dalam hal ini bank syariah akan memperoleh pengembalian atas dana yang disalurkan. Return atau pendapatan yang diperoleh bank syariah atas penyaluran dana ini tergantung pada akadnya.

Bank syariah menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan bermacam-macam akad, antara lain akad jual beli dan akad kemitraan atau kerja sama usaha. Dalam akad jual beli, maka return yang diperoleh bank atas penyaluran dananya adalah dalam bentuk margin keuntungan. Margin keuntungan merupakan selisih antara harga jual kepada nasabah dan harga beli bank. Pendapatan yang diperoleh dari aktivitas penyaluran dana kepada nasabah yang menggunakan akad kerja sama usaha adalah bagi hasil.

c. Fungsi Bank Syariah memberikan Pelayanan Jasa Bank

Fungsi bank syariah disamping menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, bank syariah memberikan pelayanan jasa perbankan kepada nasabahnya. Pelayanan jasa bank syariah ini diberikan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syariah antara lain jasa pengiriman uang (transfer), pemindah bukuan, penagihan surat berharga dan lain sebagainya.

Aktivitas pelayanan jasa merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank syariah untuk dapat meningkatkan pendapatan bank. Beberapa bank

berusaha untuk meningkatkan teknologi informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang memuaskan nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah ialah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank ialah kecepatan dan keakuratannya. Bank syariah berlomba-lomba untuk berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk layanan jasanya. Dengan pelayanan jasa tersebut, maka bank syariah mendapat imbalan berupa *fee* yang disebut *fee based income*.

2.1.1.3 Landasan Hukum Positif Perbankan Islam

a. Undang-undang No.10 Tahun 1998

UU No.10 Tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang No.7 Tahun 1992 hadir untuk memberikan kesempatan meningkatkan peranan bank syariah untuk menampung aspirasi dan kebutuhan masyarakat. Arah kebijakan regulasi ini dimaksudkan agar ada peningkatan peranan bank nasional sesuai fungsinya dalam menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat dengan prioritas koperasi, pengusaha kecil, dan menengah serta seluruh lapisan masyarakat tanpa diskriminasi. Dalam UU No.10 Tahun 1998 ini pun memberi kesempatan bagi masyarakat untuk mendirikan bank yang menyelenggarakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, termasuk pemberian kesempatan kepada bank umum konvensional untuk membuka kantor cabangnya yang khusus menyelenggarakan kegiatan berdasarkan prinsip syariah.

b. Undang-undang No.23 Tahun 2003

UU No.23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia telah menugaskan kepada BI untuk mempersiapkan perangkat aturan dan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya yang mendukung kelancaran operasional bank berbasis syariah serta penerapan dual bank system.

c. Undang-undang No.21 Tahun 2008

Ada beberapa aspek penting dalam UU No.21 Tahun 2008, yaitu:

1. Pertama, adanya kewajiban mencantumkan kata “syariah” bagi bank syariah, kecuali bagi bank-bank syariah yang telah beroperasi sebelum berlakunya UU No.21 Tahun 2008 (pasal 5 no.4), bagi Bank Umum konvensional (BUK) yang memiliki Unit Usaha Syariah (UUS) diwajibkan mencantumkan nama syariah setelah nama bank (pasal 5 no.5).
2. Kedua, adanya sanksi bagi pemegang saham pengendali yang tidak lulus fit and proper test dari BI (pasal 27).
3. Ketiga, satu-satunya pemegang fatwa syariah adalah MUI, karena fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) harus diterjemahkan menjadi produk perundang-undangan (dalam hal ini Peraturan Bank Indonesia / PBI), dalam rangka penyusunan PBI, BI membentuk komite perbankan syariah yang beranggotakan unsur-unsur dari BI, Departemen agama, dan unsur masyarakat dengan komposisi yang berimbang dan memiliki keahlian di bidang syariah (pasal 26).
4. Keempat, adanya definisi baru mengenai transaksi *murabahah*. Dalam definisi lama disebutkan bahwa *murabahah* adalah jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati. Menurut UU No.21 Tahun 2008 disebutkan akad *murabahah* adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati. Diubahnya kata “jual beli” dengan kata “pembiayaan”, menurut UU No.21 Tahun 2008 ini mengatakan bahwa transaksi *murabahah* tidak termasuk transaksi yang dikenakan pajak sebagaimana yang kini menjadi masalah bagi bank syariah.
5. Beberapa Peraturan Bank Indonesia mengenai Perbankan syariah:
 - a. PBI No.9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah.

- b. PBI No.7/35/PBI/2005 tentang perubahan atas peraturan bank Indonesia No. 6/24/PBI/2004 tentang bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.
- c. PBI No.6/24/PBI/2004 tentang bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

2.1.1.4 Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah

Menurut Muhammad (2008:86-87) menyatakan bahwa secara garis besar hubungan ekonomi berdasarkan syariah islam ditentukan oleh hubungan akad yang terdiri dari lima konsep dasar akad. Bersumber dari kelima konsep dasar inilah dapat ditemukan produk-produk bank syariah. Kelima konsep tersebut sebagai berikut :

1. Prinsip Simpanan Murni (*Al-Wadi'ah*)

Prinsip simpanan murni merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank syariah untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang berlebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk *al-Wadi'ah*. Fasilitas *al-Wadi'ah* biasa diberikan untuk tujuan investasi guna mendapatkan keuntungan seperti halnya tabungan dan deposito. Dalam dunia perbankan konvensional *al-Wadi'ah* identik dengan giro.

2. Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana, maupun antara bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah *mudharabah* dan *musyarakah*. Lebih jauh prinsip *mudharabah* dapat dipergunakan sebagai dasar untuk produk pendanaan (tabungan dan deposito) maupun pembiayaan, sedangkan *musyarakah* lebih banyak untuk pembiayaan atau penyertaan.

3. Prinsip Jual Beli (*At-Tijarah*)

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (margin). Implikasinya dapat berupa murabahah, salam, dan istishna'.

4. Prinsip Sewa (*Al-Ijarah*)

Prinsip ini secara garis besar terbagi atas dua jenis, pertama *ijarah* sewa murni, seperti halnya penyewaan traktor dan alat-alat produk lainnya (*operating lease*). Dalam teknis perbankan, bank dapat membeli dahulu *equipment* yang dibutuhkan nasabah kemudian menyewakan dalam waktu dan hanya yang telah disepakati kepada nasabah. Kedua, *bai al-takjiri* atau *ijarah al-muntahiyah bit tamlik* merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa (*financial lease*).

5. Prinsip Jasa (*Al-Ajr wal Umulah*)

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk-bentuk yang berdasarkan prinsip ini antara lain bank garansi, kliring, inkaso, jasa transfer, dan lain-lain. Secara syariah prinsip ini didasarkan pada konsep *al-Ajr wal Umulah*.

2.1.1.5 Produk Operasional Bank Syariah

Menurut Muhammad (2005:88-103) mengatakan bahwa sistem operasi bank syariah, pemilik dana menanamkan uangnya di bank dengan tidak mendapatkan bunga, tetapi mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada pihak yang membutuhkan dengan perjanjian pembagian keuntungan sesuai kesepakatan. Secara garis besar, pengembangan produk bank syariah dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu:

2.1.1.5.1 Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dananya kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi menjadi dalam empat kategori yaitu:

1. Pembiayaan Dengan Prinsip Jual-Beli

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda. Tingkat keuntungan yang bisa di dapat bank ditentukan pada saat akad antara bank dengan nasabah dan menjadi harga atas barang yang dijual. Transaksi jual-beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya yaitu:

a. Pembiayaan *Murabahah*

Murabahah yang berasal dari kata *Ribhu* (keuntungan) adalah transaksi jual-beli di mana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sedangkan nasabah sebagai pembeli. Penentuan harga jual adalah harga beli dari pemasok ditambah dengan keuntungan (*margin*), maka kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan pada saat akad jual beli dan jika telah disepakati harga yang telah ditetapkan tidak bisa berubah selama berlakunya akad.

b. Pembiayaan *Salam*

Salam dalam transaksi jual beli dimana barang yang di pesan belum ada di gudang penyimpanan persediaan bank. Oleh karena itu, barang yang diserahkan kepada pembeli diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Dalam transaksi ini bank sebagai pembeli dan nasabah sebagai penjual. Namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang kepada bank harus ditentukan secara pasti dalam praktiknya, ketika barang telah diterima dari penjual atau nasabah maka bank dapat menjual kembali barang tersebut kepada nasabah lain yang pembayarannya dapat dilakukan secara tunai atau dicicil. Harga jual

yang ditetapkan bank adalah harga beli dari penjual ditambah margin atau keuntungan. Dalam hal ini bank menjual barang dengan tunai biasanya disebut dengan pembiayaan talangan. Sedangkan dalam hal bank menjual barang yang pembayarannya dilakukan dengan dicicil, kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pelunasan.

c. Pembiayaan *Istishna*

Produk *Istishna* hampir menyerupai produk *salam*, tetapi dalam produk *salam* pembayarannya yang dilakukan oleh bank beberapa kali (termin) pembayaran. Biasanya pembiayaan *Istishna* dalam bank syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi. Ketentuan umum pembiayaan *Istishna* adalah spesifikasi barang yang dipesan bank untuk nasabah harus jelas seperti jenis, macam ukuran, mutu, dan jumlahnya.

2. Pembiayaan Dengan Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Transaksi *Ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *Ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tetapi yang membedakannya adalah objek transaksinya. Bila pada prinsip jual-beli objek yang digunakan adalah barang, sedangkan pada prinsip *Ijarah* objek yang digunakan adalah jasa. Pada akhir masa sewa, bank dapat menjual barang yang disewakan kepada nasabah tersebut. Oleh karena itu, dalam perbankan syariah dikenal sebagai *Ijarah muttahhiyah bittamlik* (sewa yang diikuti dengan berpindahnya objek kepemilikan).

3. Pembiayaan Dengan Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Produk yang didasarkan atas dasar bagi hasil adalah sebagai berikut:

a. Pembiayaan *Musyarakah*

Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan sedangkan risiko berdasarkan kontribusi dana. Secara spesifik bentuk kontribusi yang diberikan untuk bekerja sama dalam membangun usaha

tertentu dapat berupa barang perdagangan (*trading asset*), kewiraswastaan (*entrepreneurship*), kepandaian (*skill*), kepemilikan (*property*), peralatan (*equipment*), dan barang-barang lain yang dapat dinilai dengan uang.

b. Pembiayaan *Mudharabah*

Mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal (*shahibul mal*) mempercayakan sejumlah modalnya kepada pengelola (*Mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Transaksi jenis ini tidak mensyaratkan adanya wakil *shahibul mal* dalam mengelola usaha. Sebagai orang kepercayaan atau *mudharib*, *mudharib* harus bertanggung jawab atas kerugian apabila kerugian tersebut terjadi karena kelalaian yang dilakukan *mudharib*, sedangkan sebagai wakil *shahibul mal* dia diharapkan mampu mengelola modal untuk menciptakan laba yang optimal.

Perbedaan yang mendasar antara *musyarakah* dengan *mudharabah* terletak pada besarnya kontribusi atas manajemen dan keuangan atau salah satu di antara itu. Dalam *mudharabah* sumber dana yang dihasilkan hanya dari satu pihak, sedangkan pada *musyarakah* sumber dana yang dihasilkan berasal dari dua pihak atau lebih. *Musyarakah* dan *mudharabah* dalam literature fiqih berbentuk perjanjian kepercayaan (*uqud al-amanah*) yang menuntut kejujuran yang tinggi dan menjunjung keadilan yang baik.

2.1.1.5.2 *Penghimpunan Dana*

Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berbentuk Giro, Tabungan, dan Deposito. Prinsip operasional yang digunakan bank syariah dalam menghimpun dana adalah prinsip *Wadi'ah* dan *Mudharabah*. Adapun prinsip-prinsip tersebut adalah :

a. Prinsip *Wadi'ah*

Prinsip *wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadi'ah yad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *Wadi'ah yad dhamanah* berbeda dengan *wadi'ah amanah*. Dalam *wadi'ah amanah* pada dasarnya harta hanya dtitipan di bank dan bank sebagai pihak yang

dititipi tidak boleh memanfaatkan dana tersebut. Sedangkan *wadi'ah yad dhamanah* pihak yang dititipi atau bank dapat memanfaatkan dana tersebut dan bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan tersebut.

b. Prinsip *Mudharabah*

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik modal) dan bank bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana). Dana yang telah diperoleh bank dalam prinsip *mudharabah* dapat digunakan bank dalam memberikan pembiayaan *murabahah* atau *ijarah*. Hasil usaha ini akan dibagi hasilnya berdasarkan nisbah yang telah disepakati. Prinsip *mudharabah* ini dapat diaplikasikan pada produk tabungan berjangka dan deposito berjangka.

2.1.1.5.3 *Jasa Perbankan Syariah*

Selain menjalankan fungsi sebagai penghubung antara pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*) dengan pihak yang kelebihan dan (*surplus unit*), bank syariah juga dapat menjalankan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan (*ujrh*). Jasa perbankan tersebut antara lain sebagai berikut:

a. Jual Beli Valuta Asing (*Sharf*)

Sharf adalah jual beli mata uang, Asalnya mata uang hanya emas dan perak, uang emas disebut *dinar* dan uang perak disebut *dirham*. Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip *sharf*. Jual beli mata uang yang tidak sejenis, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*).

b. *Kafalah*

Kafalah memiliki arti yaitu jaminan, yang dimaksud dengan jaminan adalah bertanggung jawab atas hak yang wajib bagi orang lain atau seseorang yang mempunyai sesuatu tanggung jawab untuk diambil tindakan atau mendapatkan suatu barang pengganti dari pihak yang berhak. Dengan ini, jaminan adalah menempatkan tanggung jawab seseorang kepada tanggung jawab orang lain.

c. *Wakalah*

Wakalah memiliki arti yaitu penyerahan, pendelegasian, atau pemberian mandat. *Wakalah* merupakan salah satu perjanjian yang memberikan kuasa orang yang mewakili pada wakil untuk menjalankan suatu kerja bagi pihak diwakili itu. Misalnya, seorang nasabah bank islam mewakilkan untuk membeli sejumlah saham dari sebuah perusahaan tertentu bagi pihaknya dengan membuat bayaran yang disetujui. Setelah pembelian tersebut selesai, maka pihak bank menyerahkan saham tersebut kepada nasabah yang telah memesan saham itu, dengan itulah selesailah transaksi hubungan *wakalah* antara nasabah dengan bank.

d. *Hawalah*

Hawalah adalah akad pengalihan hutang dari pihak yang berhutang kepada pihak lain yang wajib membayar atau menanggung hutang tersebut. Misalnya mengambil contoh secara sederhana, dapat dijelaskan bahwa bank memberikan pinjaman kepada Pak Agus, sedangkan Pak Agus memiliki piutang kepada Pak Diki. Begitu Pak Agus tidak mampu membayar hutangnya kepada bank lalu Pak Agus mengalihkan hutangnya kepada Pak Diki, dengan demikian Pak Diki membayar hutang Pak Agus yang ada di bank, sedangkan hutang Pak Diki kepada Pak Agus dianggap selesai.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Suwithi dalam Anwar (2002:84) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan.

Menurut Fandy Tjiptono (2012:157) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan

Mauludin (2013:67) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh.

Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Dari definisi diatas bahwa kualitas pelayanan mengacu pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan nasabah dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan, dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh nasabah.

Berbicara mengenai kualitas pelayanan sekarang ini pelanggan semakin pintar, mereka sangat kritis, sehingga para pelaku bisnis harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan para pelanggan. Sedikit saja penyimpangan, misalnya pelayanan tidak sesuai dengan harapan, para pelanggan akan menilai buruk. Agar produk yang dibuat laku dipasaran, maka penciptaan produk harus haruslah memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabah. Produk yang berkualitas tinggi yang sesuai dengan keinginan nasabah, maka produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering juga disebut produk plus atau produk yang bagus.

Menurut Fitzsimmons bersaudara dalam Sulastiyono (2011:35-36), menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks, dan tamu akan menilai kualitas pelayanan melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai ukurannya, yaitu sebagai berikut :

1. Keandalan (*Reliability*), adalah kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada tamu.

2. Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan pelayanan yang tepat waktu.
3. Kepastian/jaminan (*Assurance*), adalah pengetahuan dan kesopanan santunan serta kepercayaan diri para pegawai. Dimensi assurance memiliki ciri-ciri yaitu kompetensi untuk memberikan pelayanan, sopan dan memiliki sifat menghargai terhadap tamu.
4. Empati (*Empathy*), memberikan perhatian individu tamu secara khusus. Dimensi empathy ini memiliki ciri-ciri dengan kemauan untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan dan usaha untuk mengerti keinginan, kebutuhan dan perasaan tamu.
5. Bentuk fisik (*Tangibles*), yaitu sesuatu yang nampak atau yang nyata, seperti penampilan para pegawai, dan fasilitas-fasilitas fisik, lainnya seperti peralatan dan perlengkapan yang menunjang pelaksanaan pelayanan.

2.1.3 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil.

Menurut Tjiptono dalam Noviyantie (2001) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama dengan harapan pelanggan. Ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Menurut William B.Martin (2005) menyatakan bahwa pelayanan pelanggan bermutu hanya bisa dipahami dari sudut pandang pelanggan. Kita harus merumuskan pelayanan bermutu melalui mata pelanggan. Hanya bila pelanggan menganggap bahwa anda sebagai pelayanan telah memberikan pelayanan pelanggan bermutu.

Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Menurut Adisaputro (2010:68) menyatakan bahwa beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan antara lain:

1. Memonitor dan menganalisis penyebab pelanggan yang tidak lagi membeli pada perusahaan.
2. Menemukan pelanggan yang berhenti membeli dari kita atau berubah membeli brand pesaing.
3. Membentuk pembeli bayangan untuk berperan sebagai pembeli potensial produk pesaing dan melaporkan baik kekuatan maupun kelemahan produk kita maupun produk pesaing.

Menurut Kottler, et al (2004) dan Tjiptono (2005 ; 210-214) menyatakan bahwa ada beberapa metode yang dapat dipergunakan oleh setiap perusahaan untuk memantau kepuasan pelanggan yaitu:

1. *Complaint and Sugestion System* (Sistem keluhan dan saran) Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan yang luas dan nyaman bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapatan dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan antara lain kotak saran, saluran bebas pulsa, website, dll.
2. *Ghost Shopping* (Pembeli Bayangan)
Metode ini dilakukan dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial

produk pesaing. Setelah itu diminta untuk melaporkan temuan-temuan mereka berupa kekuatan dan kelemahan produk pesaing.

3. *Lost customer Analysis* (Analisis Pelanggan yang lari)

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah ke pemasok lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

4. *Customer satisfaction surveys* (Survei Kepuasan Pelanggan)

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dan perhatian dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya :

a. *Directly Reported Satisfaction* yaitu pengukuran dilakukan secara langsung melalui pengajuan pertanyaan kepada pelanggan.

b. *Derived Dissatisfaction* yaitu pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama berupa besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c. *Problem Analysis* yaitu pelanggan yang dijadikan responden diminta mengungkapkan dua hal pokoknya yaitu tentang masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan saran-saran perbaikannya.

d. *Important Performance Analysis* yaitu responden diminta untuk mengurutkan berbagai elemen atau atribut penawaran berdasarkan kepentingannya. Selain itu pelanggan juga diminta untuk mengurutkan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut. Angka-angka ini kemudian digunakan untuk menghitung indeks kepuasan pelanggan dengan cara mengalikan antara tingkat kepuasan dengan tingkat kepentingan.

Menurut Irawan (2004:37) menyatakan bahwa faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan sebagai berikut :

a. Kualitas produk

Kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan, pelanggan akan puas setelah membeli dan produk yang ternyata memiliki kualitas produk baik dan konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa jasa yang mereka gunakan berkualitas.

b. Harga

komponen harga sangat penting, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

c. *Service Quality*

Pelanggan akan puas jika mendapatkan pelayanan yang baik.

d. *Emotional Factor*, pelanggan akan merasa puas atau bangga karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut

e. Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan

Pengukuran mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk beberapa tujuan :

a. Mempelajari persepsi masing-masing pelanggan terhadap mutu pelayanan yang dicari, diminati dan diterima atau tidak di terima pelanggan, yang akhirnya pelanggan merasa puas dan terus melakukan kerja sama

b. Mengetahui kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan pada saat sekarang dan masa yang akan datang yang disediakan perusahaan yang sesungguhnya dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima

- c. Meningkatkan mutu pelayanan sesuai dengan harapanharapan pelanggan
- d. Menyusun rencana kerja dan menyempurnakan kualitas pelayanan dimasa akan datang.

2.1.4 Diversifikasi Produk

2.1.4.1 Pengertian Diversifikasi Produk

Menurut Philip Kotler (2005:52) menyatakan bahwa diversifikasi produk adalah pemahaman subyektif dan produsen atas sesuatu yang ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

Menurut Kotler dan Gary Amstrong (2001) menyatakan bahwa diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kinerja bisnis yang ada dengan jalan mengidentifikasi peluang untuk menambah bisnis menarik yang tidak berkaitan dengan bisnis perusahaan saat ini.

Menurut Effendy Rustam (2001) menyatakan bahwa diversifikasi produk didefinisikan sebagai suatu perluasan pemilihan barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan dengan jalan menambah produk baru atau jasa ataupun memperbaiki tipe, warna, model, ukuran, jenis dari produk yang sudah ada dalam rangka memperoleh laba maksimal.

Diversifikasi produk adalah upaya mencari atau mengembangkan produk atau pasar yang baru atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas.

Nasabah memilih suatu produk tidak hanya memilih sekedar kumpulan atribut fisik karena nasabah memilih sesuatu yang dapat memuaskan keinginannya. Perusahaan seharusnya tidak hanya menawarkan produk tetapi menawarkan manfaat yang dapat diperoleh dari produk itu, karena nasabah tidak hanya menggunakan fungsi produk tetapi mereka juga menggunakan produk yang dapat memperkuat citra dirinya.

2.1.4.2 Jenis-jenis Diversifikasi Produk

Jenis-jenis diversifikasi perlu untuk diketahui terlebih dahulu untuk memudahkan perusahaan dalam menentukan jenis diversifikasi apa yang tepat untuk diimplementasikan sesuai dengan kondisi perusahaan.

Menurut Fandy Tjiptono yang menyatakan ada tiga jenis diversifikasi yang perlu dipertimbangkan, yaitu :

- a. Diversifikasi konsentris, dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada.
- b. Diversifikasi horizontal, dimana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.

2.1.4.3 Keuntungan dan Kesulitan Diversifikasi Produk

Dalam melaksanakan diversifikasi, perusahaan pasti mengalami keuntungan dan juga kesulitan, adapun keuntungan dan kesulitan melaksanakan diversifikasi adalah sebagai berikut:

1. Keuntungan dalam diversifikasi
 - a. Perusahaan tidak tergantung hanya dari satu pasar tertentu saja untuk memperluas pasarnya.
 - b. Untuk menggunakan kecakapan manajemen sebanyak banyaknya.
 - c. Untuk memperluas perusahaan dan untuk memperoleh laba yang lebih besar.
 - d. Untuk menggunakan hasil hasil dari penemuan yang baru
2. Kesulitan dalam diversifikasi
 - a. Kesulitan dalam bidang manajemen dan keuangan manajemen lebih rumit, modal bertambah besar.

b. Kesulitan yang berpusat pada aspek marketing bahwa setiap produk mempunyai pasar yang berbeda.

c. Kesulitan yang menyangkut penggunaan channel yang berbeda beda.

2.1.5 Tabungan

2.1.5.1 Pengertian Tabungan

Tabungan merupakan sumber dana pihak ketiga, dana tersebut dihimpun oleh suatu bank dan berasal dari masyarakat.

Menurut Kasmir (2012:37) menyatakan bahwa simpanan tabungan (*saving deposit*) adalah simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan sesuai perjanjian antara bank dengan nasabah dan penarikannya dengan menggunakan slip penarikan, buku tabungan, kartu ATM atau sarana penarikan lainnya.

Jenis simpanan ini sangat populer di lapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan. Dalam perkembangan zaman, masyarakat saat ini justru membutuhkan bank sebagai tempat menyimpan uangnya. Hal ini disebabkan karena keamanan uangnya yang dibutuhkan oleh masyarakat.

2.1.5.2 Tujuan Tabungan

Tabungan merupakan salah satu produk bank yang memiliki banyak keuntungan bagi penggunanya. Adapun tujuan tabungan antara lain :

- a. Meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank dengan memberikan kepercayaan kepada bank untuk mengelola dananya.
- b. Meningkatkan pelayanan kepada nasabah bank dalam hal ini nasabah tabungan dengan berbagai fasilitas transaksi yang bisa dilakukan seperti penyetoran, penarikan, pemindahbukuan dan pelayanan lainnya.
- c. Mengantisipasi persaingan antar bank.
- d. Mendapatkan keuntungan.
- e. Untuk melatih seseorang berlaku disiplin.

- f. Dengan banyaknya produk tabungan yang ditawarkan oleh berbagai bank di Indonesia, maka diciptakan produk yang diharapkan dapat ikut bersaing dalam menghimpun dana masyarakat.

Dengan menawarkan fasilitas online, kartu ATM , dan lain-lain. Fasilitas-fasilitas tersebut diharapkan dapat menarik minat nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama agar tidak pindah ke bank lain.

2.1.5.3 Manfaat Tabungan

Adapun manfaat tabungan yang diperoleh baik bagi nasabah maupun bagi pihak bank itu sendiri. Beberapa manfaat yang diperoleh dari tabungan pada umumnya, antara lain :

a. Manfaat yang diperoleh bagi bank antara lain adalah :

1. Sebagai salah satu sumber dana bagi bank yang bersangkutan dan dapat digunakan sebagai penunjang operasional bank dalam memperoleh keuntungan atau laba.
2. Sebagai penunjang untuk menarik nasabah dalam rangka menggunakan fasilitas produk-produk lainnya.
3. Untuk membantu program pemerintah dalam rangka pertumbuhan ekonomi.
4. Meningkatkan kesadaran bagi masyarakat untuk menyimpan dananya di bank.

b. Manfaat yang diperoleh bagi nasabah antara lain :

1. Terjamin keamanannya karena dengan menyimpan uang di bank keamanan uang akan terjamin.
2. Akan mendapatkan bunga dengan menyimpan uang di bank.
3. Dapat terhindar dari pemakaian uang secara terus-menerus.
4. Adanya kepastian saat penarikan uang, karena dapat dilakukan setiap saat dimana saja dan tidak dikenakan biaya administrasi dengan fasilitas ATM.

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Jurnal menurut Lilis Karlina (2018) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Diversifikasi Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis asosiatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, diversifikasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, pelayanan dan diversifikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jurnal menurut Raja Ingot Pardede (2013) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan menggunakan *system survey*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Jurnal menurut Narantia Pitaloka (2017) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Sangasanga di Kutainegara”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan survey langsung ke objek penelitian, dengan alat bantu kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Jurnal menurut Tengku Putri Lindung Bulan (2017) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Diversifikasi produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Juragan Jasmine Langsa”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.2

No	Nama Peneliti & Tahun	Judul	Variabel	Teknik pengumpulan data	Hasil Penelitian
1.	Lilis Karlina (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Diversifikasi Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri	Kualitas pelayanan (X1), Diversifikasi Produk (X2), Kepuasan Nasabah (Y)	Menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian asosiatif, metode angket/kuesioner dan dokumentasi	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, Diversifikasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
2.	Raja Ingot Pardede (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	<i>Reliability</i> (X1), <i>Responsiveness</i> (X2), <i>Assurance</i> (X3), <i>Emphaty</i> (X4),	Menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif	Kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan

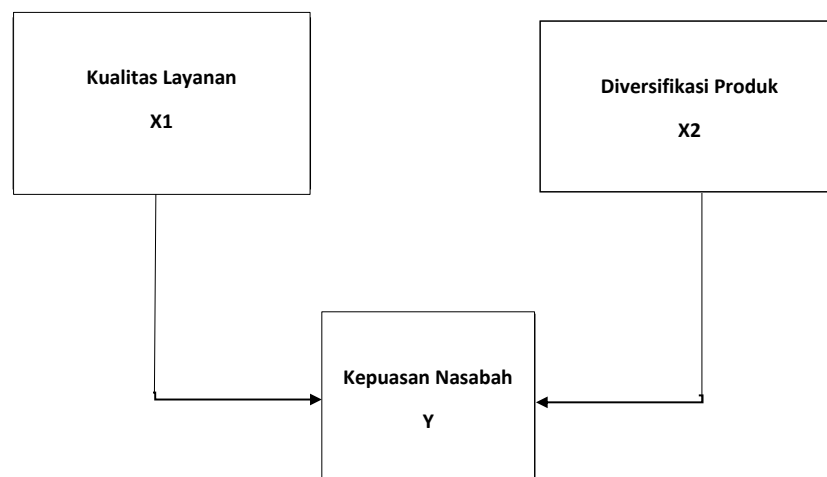
			<i>Tangible</i> (X5), Kepuasan Nasabah (Y)		bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
3.	Narantia Pitaloka (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Sangasanga di Kutainegara	Bentuk fisik (X1), Kehandala n (X2), Ketanggapa an (X3), Jaminan (X4), Empati (X5), Kepuasan Nasabah (Y)	Menggunakan pendekatan kuantitatif, metode angket/kuesion er, observasi dan Penelitian Kepustakaan	bukti fisik (X1), keandalan (X2), ketanggapa n (X3), jaminan (X4)dan empati (X5) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
4.	Reza Dimas Sigit P (2014)	Tengku Putri Lindung Bulan (2017)	Pengaruh Diversifik asi produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada	Menggunakan pendekatan kuantitatif, metode angket/kuesion er, observasi	diversifikasi produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

			Juragan Jasmine Langsa		
--	--	--	------------------------------	--	--

2.3 Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan telaah penelitian terdahulu, maka kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.3



Keterangan :

1. Pengaruh variabel kualitas layanan (X_1) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) didasarkan oleh teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, serta didukung dalam kajian penelitian terdahulu.
2. Pengaruh variabel diversifikasi produk (X_2) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) didasarkan oleh Fandy Tjiptono, serta didukung dalam kajian penelitian terdahulu.

2.4 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis yang dijawab dalam penelitian ini mengacu pada tinjauan pustaka yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya. Berdasarkan tinjauan pustaka, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Malang Soekarno Hatta.

H2 : Diduga diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Malang Soekarno Hatta.