

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. *Mobile Banking*

1. *Pengertian Mobile Banking*

Mobile banking menurut Maulana yakni fasilitas pelayanan didalam pemberi kemudahan pengaksesan cepatnya didalam mendapatkan info serta transaksi finansial. *Mobile banking* bisa di akses perorangan melalui ponsel yang dipunyai. Produk *mobile banking* yakni sarana intermediasi guna melakukan pengaksesan rekening lewat telepon seluler.¹

Mobile banking menurut Dwi Mutiara yakni satu diantara bagian pada e-banking sebagai pelayanan info bank lewat online sangat terbru yang dilakukan penawaran pada pihak banknya dengan sarana *smart phone*. Didalam *mobile banking*, anggotanya guna memperoleh kemudahan yang ditawarkannya pada purnakan didalam mendapatkan peragam info finansial serta melakukan transaksi dengan online terkhusus pada yang mempunyai mobilitas yang besar.²

Mobile banking menurut Mutia yakni satu diantara hasil pelayanan perbankan banyak disukai pada para anggotanya dikarenakan pelayanan *online* angota pada melaksanakan teransaksi bank dan juga melihat info mengenai nomer rekening memakai *handphone*. Bila sebuah teknologi sistem infonya yang hasanya memberi keuntungan pada penggunaanya perasaan posotif yang diakibatkan karenak makin tinggi.³

Menurut Dhika Santhi dan Miftahul Khairah Anwar dalam rentang waktu yang lama, baik disukai atau tidak disukai layanan *online* akan mengubah sikap pengguna secara keseluruhan. Transaksi perbankan yang semula dilakukan secara manual, akan

¹ Rian Maulana and others, 'PENGARUH PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP', *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Informasi*, 2 (2018), 146–55 <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22373/cj.v2i2.4161>>.

² Mutiara Dwi Sari, Iqbal Muhammad Fasa, and Suharto, 'Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking', *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 12.2 (2021), 171 <<https://doi.org/https://doi.org/10.32507/ajei.v12i2.892>>.

³ Febrianti and Dkk.

menjadi berteknologi dengan menggunakan handphone dengan meminimalisir waktu dan biaya.⁴

Mobile banking menurut Novita Sari secara umum saat ini dapat di kategorikan menjadi 3 golongan:

a. Informasi

Informasi merupakan sistem yang hanyalah mendapatkan beragam info tentang berbagai produk serta pelayanan yang dimiliki pada perbankan. Risiko pada sistem sejenis ini amatlah lemah, dikarenakan sistem saat ini tak ada hubungannya pada server utamanya serta jaringan yang terdapat di pebanan. Akan tetapi hanyalah penghubung pada server hosting situs. Risiko yang bisa ada yakni melakukan perubahan pada isinya pada situs internetnya (ataupun yang dinamakan *deface*). Disinilah hal yang sangat bahaya sistem pada perbankan itu, namun bisa dijadikan acuan yang terdapat pada situsnya perbankan yang ada.

b. Komunikatif

Tipe yang kedua ini lebih bersifat interaktif di bandingkan dengan tipe yang pertama. Pada tipe ini, di mungkinkan terjadinya interaksi antar anggota dengan sistem yang ada di bank. Interaksi ini dapat berupa informasi saldo, laporan transaksi, perubahan data pribadi anggota maupun formulir-formulir keanggotaan layanan dari bank yang bersangkutan. Di lihat dari cara kerjanya, risiko dalam sistem ini jelas lebih besar dibandingkan yang pertama, karena adanya hubungan antara anggota dengan beberapa server jaringan di bank. Untuk itu di perlukan pengawasan dan penjagaan dalam sistem ini, untuk mencegah penyusup maupun program-program yang dapat merusak sistem seperti virus, trojan, dan lainnya.

c. Transaksi

Yang terakhir yakni jenis yang terlengkap bila dilakukan perbandingan pada jenisnya yang lainnya, umumnya pula dilakukan pemuatan pada sistem dua tipe sebelum itu. Dalam sistem inilah, anggotanya memungkinkan guna melaksanakan transaksi dengan

⁴ Novita Sari, 'Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking', *Jurnal Bisnis Dan Iptek Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pasundan Bandung*, Vol. 10.2 (2017), 141-145
<<https://jurnal.stipas.ac.id/index.php/bistek/articel/view/90>>.

langsung.⁵ dikarenakan sistem ini memiliki jalur langsung keserver utama dan jaringan yang ada di bank, maka resiko yang di miliki sistem ini cukup besar, paling besar dibandingkan dengan dua tipe sebelumnya.

2. Produk *Mobile Banking*

a. SMS Banking (Via SMS)

SMS *banking* adalah langkah lanjutan pada phone banking, yang bisa menyebabkan anggota bisa melakukan transaksi dengan *handphone* melalui SMS. Fiturnya dalam bertransaksi yang bisa dilaksanakan yakni mengenai informasi saldo, pemindah buku rekening dan pembelian voucher. Untuk transaksi lainnya pada dasarnya dapat dilakukan, namun anggota harus menghafal kode-kode transaksi dalam pengetikan SMS.⁶

b. Phone Banking (Via Telepon)

Phone Banking, yakni jaringan yang bisa mungkin anggotanya bisa melaksanakan transaksi dengan perbankan melalui telepon. Mulanya individu melakukan pengaksesan dengan telephone rumah, akan tetapi dengan makin pesatnya telephone gengam, menyebabkan adanya akses khusus melalui telephone dari mana saja anggota berada. Akan tetapi profilnya dilakukan pengembangan guna bertransaksi dengan pemindahan buku antar rekenng. Kemamanannya juga ada didalam *phone banking* :⁷

- 1) Pin yakni suatu pegkodean didalam mengakses hingga nomer pin adalah kode yang sangat memiliki kerahasiaan, tak diperblehkan individu yang lain untuk tahu
- 2) Dalam internet banking, user ID memiliki sifat yang rahasia serta *key* tokennya tak boleh dilakukan peminjaman pada individu lainnya dan melakukan pengaksesan situs perbankan yang sesuai.

⁵ Novita Sari, 'Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan *Mobile Banking*', 147.

⁶ Nurdin and others, 'Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah', *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2.1.2686–6625 (2020), 89 -92<<https://jurnaljipsya.org/index.php/jipsya/article/view/24>>.

⁷ Mawar Indah, Wicaksana Dwi Prasetyo, and Nurbaiti, 'Analisis Keamanan Sistem Informasi *Mobile Banking* Terhadap Nasabah Studi Kasus: Bank Rakyat Indonesia (BRI)', *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 2.1.2808–8980 (2023), 132–33.

- 3) Dalam mengganti pin dengan berkala yakni satu diantara cara didalam melakukan meminimalisir pada risikonya.
- 4) Anggota juga mesti melakukan kehati-hatian, dikarenakan banyaknya orang jahat yang terus berusaha didalam melakukan pemanfaatan kelengahan anggota bisa melewati *phising* ataupun hacker.

3. Manfaat Penerapan *Mobile Banking (M-Banking)*

Dalam hadirnya *Mobile banking*, perbankan mengusahakan didalam memudahkan pengaksesan nasabahnya melaksanakan transaksi. Mayoritas perbankan melaksanakan penyediaan *m-banking* ini.⁸ Manfaatnya, keuntungannya serta kenyamanannya yang bisa dirasakan pemakai *Mobile banking*, yakni:⁹

a. Kemudahan

Didalam melaksakan transaksi tak memerlukan ke perbankan langsung, terkhusus bila melakukan pendaftaran nomer ponselnya.

b. Praktis

Tiap nasabah bisa langsung melakukan transaksi dengan ponselnya tiap waktu, kapan pun serta dimana pun.

c. Aman

M-banking dilengkapi dengan sistem proteksi yang maksimal. Selain menggunakan pin yang dapat dipilih sendiri, setiap transaksi yang dilakukan juga akan diacak untuk menjamin keamanan para anggota.

d. Nyaman

Anggota akan merasakan kenyamanan, karena berbagai transaksi dapat dilakukan melalui *m-banking* kecuali penarikan tunai.

4. Tipe Layanan *Online Banking*

Dalam layanan *online banking* juga sebenarnya memiliki beragam tipe. Tipe-tipe dalam layanan *online banking* yakni meliputi:¹⁰

⁸ Nur Makmuriyadhan Kartika Marella Vanni, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang)', *Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, Vol. 5.1 (2020), 38.

⁹ Mutiara Dwi Sari, Iqbal Muhammad Fasa, and Suharto, 'Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking', *Jurnal Ekonomi Islam*, 12.2 (2021), 176–77.

¹⁰ Nila Nurochani, Eddy Jusuf, and Undang Juju, *Strategi Pengembangan Layanan E-Banking Syariah*, ed. by Maharani Dewi (Surabaya: Cipta Media

a. *Automatic Teller Machine (ATM)*

Automatic Teller Machine (ATM) merupakan sebuah mesin yang dapat digunakan untuk bertransaksi dengan sarana kartu sebagai syarat melakukan transaksi. Mesin ATM, juga tersedia di pusat perbelanjaan sebagai alat pembayaran. ATM merupakan mesin yang dapat digunakan untuk mengambil uang menerima setoran uang, yang dikenal dengan *cash deposit machine*.¹¹

b. *Electronik banking (e-banking)*

Pelayanan *e-banking* yakni pelayanan bank lewat internet banking, *mobile banking*, *SMS banking* serta *phone banking*. Pelayanan internet banking, memberken kemungkinan masyarakat didalam melaksanakan transaksi banl dengan memakai media jaringan komputernya yakni internet.¹² Perbankan juga bisa memberiken penyediaan web site tertentu yang bisa dipakai anggotanya didalam melaksanakan transaksi tak masuk pada kategori internet banking. Pelayanan *mobile banking* perbankan syariah yakni perkembangan dua inovasinya berbentuk perbankan syariah yang sebelum *SMS banking* serta internet banking. Ada beberapa yang sama baik fungsinya antar internet dan mobile banking keduanya memiliki kesamaan yang basisnya internet. Jenis layanannya dalam bank ini pun ada *mobile banking* yang hampir memiliki kesamaan pada internet bankingnya misalnya dalam pentransferan pendanaan, informasi saldonya, mutasi rekeningnya, pembayarannya, serta pelayanan lain.

5. Kelebihan dan Kelemahan *Mobile Banking*

Dalam kegiatan operasionalnya *mobile banking* memiliki berbagai kelebihannya serta kelemahannya didalam pengaplikasiannya yakni:¹³

Nusantara, 2023) <<https://ciptapublishing.id/strategi-pengembangan-layana-e-banking-syariah/>>.

¹¹ Hesti Rinda Kusumaningtyas and Elsy Rahajeng, 'Persepsi Nasabah Akan Layanan ATM Dan E-Banking Dengan Metode TAM', *Jurnal Kusumaningtyas and Rahajeng.Sistem Informasi*, 10.2 (2018), 90, <<https://doi.org/10.15408/sijsiv10i2.7756>>.

¹² Anindita Imam Basri, 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol, 2. 1 (2019), 4.

¹³ Sari, Dkk., "Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi *Mobile Banking*," : 178-179.

- a. Kelebihan *mobile banking*
 - 1) Memiliki jangkauan yang luas.
 - 2) Menghemat biaya dan aman.
 - 3) Dapat diakses oleh anggota dimana saja dan kapan saja tanpa ada batasan waktu.
 - 4) Terdapat tampilan fitur yang sederhana yang mempermudah anggota untuk dipahami.¹⁴
 - 5) Dapat diakses walaupun koneksi internet tidak stabil.
- b. Kelemahan *mobile banking*

Selain mendapatkan dampak positif, *mobile banking* juga memiliki dampak negatif, diantaranya:¹⁵

 - 1) Fitur keamanan melalui koneksi yang kemungkinan dapat di bobol, jika *handphone* hilang atau di ambil alih oleh seseorang.
 - 2) Rawannya terjadinya penipuan karena terdapat kejahatan berupa penyalahgunaan dalam data pribadi seseorang sehingga akun keuangan tersebut dapat di ambil oleh oknum.

B. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan menurut istilah asalnya dari kata “layan” maksudnya yakni memberikan pertolongan didalam melakukan penyediaan berbagai hal yang individu perlukan didalam melakukan layanan. Secara mendasar tiap individu memerlukan layanan, tak jarang bisa disebut bila layanan tak bisa dilakukan pemisahan pada kehidupan individu dikarenakan layanan yakni pemrosesan didalam melakukan pemenuhan kebutuhannya lewat beragam aktivitas individu lainnya dengan langsung.¹⁶

Didalam kamus Bahasa Indonesia dipaparkan bila layanan yakni suatu usaha melakukan pelayanan pada yang individu lainnya butuhkan, adapun melakukan layanan yakni memberikan bantuan menyiapkan. Secara kegiatan layanan yakni rangkaian aktivitas yang berupa pemrosesan, sebagian

¹⁴ Unggul Basoeky and others, *Pemanfaatan Teknologi Digital* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2021), 9–14.

¹⁶ Norhadi, ‘Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah’, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 2.2 (2018), 139.

layanan yang ada dengan rutin serta berhubungan mencakup semua kehidupannya individu didalam bermasyarakat, pemrosesan pemenuhannya kebutuhannya individu lain.

Menurut Daryanto dan Ismanto Setyo Budi pelayanan adalah produk-produk yang tidak dapat diraba, dengan melibatkan usaha-usaha manusia didukung dengan peralatan, kemudian menjadikan interaksi antara konsumen dengan karyawan.¹⁷ Sedangkan menurut Sirhan Fikri menyatakan bahwa karakteristik pelayanan antara lain sebagai berikut:¹⁸

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba.
- b. Pelayanan sangat berlawanan dengan sifat barang jadi.
- c. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata.

Konsep dasar dari suatu pelayanan yang amat sangat baik adalah dari sabda Rosullullah SAW “Barang siapa yang ditemukan jatuh tertidur pada malam hari karena lelah bekerja, maka Allah akan mengampuni dosa dosanya”, serta Rasullullah pernah bersabda “Allah senang melihat pekerjaan seseorang selesai pada tingkat hasil terbaik dengan melakukan segala sesuatu dengan kualitas tinggi.” Maka dari sabda Rosullullah diatas dapat diambil kesimpulan yaitu seorang muslim haruslah mendahulukan orang lain dan memastikan bahwa apapun yang ia buat, tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain dan sebuah keharusan untuk memberikan kepuasan kepada orang lain.¹⁹

Pelayanan menurut Norhadi mengatakan secara spesifik pelayanan dapat dibentuk 3 kategori yaitu sebagai berikut:²⁰

- a. Pelayanan dengan lisan

Layanan secara lisan dilaksanakan oleh beragam petugasnya yang berkaitan pada anggota, dibidang pelauanan informasi serta beragam bidang lainnya yang

¹⁷ Daryanto dan Ismanto Setyo Budi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2014).

¹⁸ Sirhan Fikri and Dkk, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa’, *Jurnal Liquidity*, Vol. 3.1 (2016), 121.

¹⁹ Ambardi Juniawan, ‘Kualitas Pelayanan Islami, Dan Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Jakarta’, *Jurnal Liquidity*, Vol. 3.1 (2014), 11.

²⁰ Norhadi, “*Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah*,”:139-141.

memiliki tugas memberi kejelasan ataupun pemaparan dengan siapa saja yang memerlukannya.

b. Pelayanan melalui tulisan.

Layanan dengan tulisan yakni bentuk pelayanan yang condong didalam melaksanakan tugasnya, tak Cuma pada jumlahnya namun pada peranannya pula.

c. Pelayanan dalam bentuk perbuatan.

Biasanya pelayanan didalam bentuk perbuatan 70-80% dilakukan petugasnya yang berada pada level menengah serta bawah, dikarenakan faktor keahliannya serta keterampilannya petugas itu amatlah ditentukan pada hasil pekerjaannya.

2. Tujuan dan Manfaat Pelayanan

Tujuan dari pelayanan adalah memuaskan dan memenuhi keinginan pelanggan. Adapun manfaat dari pelayanan merupakan sebagai bagian upaya peningkatan kualitas pelayanan kepada masyarakatnya yang berperan menjadi konsumen serta acuannya pada perkembangan didalam menyusun standar layanan.²¹ Baik layanan konsumennya didalam aktivitas layanan, akan mempunyai acuan tentang kapan, mengapa, dengan siapa, dimana, serta bagaimanakah layanan yang harus dilaksanakan.²²

Layanan acuannya pada rasa puas konsumen, dengan terdapatnya layanan yang bagus konsumen bisa memiliki kepuasan didalam layanan yang sudah didapatkannya. Hingga produsennya memiliki harapan didalam melakukan peningkatan kelayakan konsumennya.²³

3. Jenis-Jenis Pelayanan

Adapun dua jenis pelayanan yang harus diikuti dalam melayani karyawan dan pelanggan yaitu:²⁴

- a. Pelayanan ke dalam pelayanan ke dalam artinya pelayanan antara karyawan dengan karyawan dalam mendukung pelayanan terhadap pelanggan. Atau pelayanan antara karyawan dengan pimpinan atau sebaliknya.

²¹ Darmadi, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, 1st edn (Sleman: CV Budi Utama, 2018), 78.

²² Daryanto dan Budi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, 108-125, 66.

²³ Kirana Aspari Ayuningtias and Salim Sirager, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah', *Jurnal Manajemen*, Vol 11, 1 (2021), 64 <<https://doi.org/https://doi.org/10.30656/jm.v11i1.3032>>.

²⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo, 2012), 78-79.

b. Pelayanan ke luar

Pelayanan ke luar artinya pelayanan yang diberikan kepada pihak luar perusahaan misalnya dengan anggota atau pelanggan. Pelayanan seperti ini dilakukan dalam rangka melayani proses transaksi sampai pelanggan membeli atau mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan.

4. Kualitas Pelayanan dalam Islam

Konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi dari konsumen atas penyajian jasa yang diberikan. Menurut Andriani Rahmawati mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.²⁵ Sedangkan menurut Riski Pratama dan Sri Herianingrum terdapat tiga karakteristik etika pelayanan dari perspektif Islam.

- a. Etika pelayanan Islam didasarkan pada Al-Quran dan tidak meninggalkan ruang untuk intepretasi yang ambigu.
- b. Kedua, perbedaan utama adalah aspek kerohanian bersifat lunak.
- c. Ketiga, pendekatan Islam yang menekankan pemaksimalan nilai dalam pandangan kebaikan di masyarakat.²⁶

Hal ini ditegaskan Allah SWT dalam surat An Nisa' ayat 8 yang berbunyi:

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينُ فَأَرْزُقُوهُمْ مِنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya : "Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat, anak yatim dan orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada

²⁵ Zulfadli Hamzah, 'Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Baitul Mall Wat Tamwil (Bmt) Di Kota Pekanbaru Melalui Integrasi Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA)', 89.

²⁶ Rizki Pratama Putra dan Sri Herianingrum, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya," *JESTT* Vol. 1, no. 9 (2014): 16 <<https://ciptapublishing.id/strategi-pengembangan-layana-e-banking-syariah/>>.

mereka perkataan yang baik" (QS. An-nisa ayat 8).²⁷

Surat An-Aisa di atas menjelaskan bagian mesti berbicara secara bagus, tulus, serta menarik didalam melakukan pengambilan hati pelanggannya, hingga pelanggan memiliki ketertarikan pada jasa ataupun produk yang ditawarkannya. Terus memiliki sikap keramahan, kesopanan serta terus mengacu pada yang konsumen tawarkan. Hal ini sudah tentu berdasarkan pada hati yang memiliki ketulusan, keikhlasan dan mengharapkan keridhaan Allah SWT.

5. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Pelayanan yang baik yang harus diterapkan dalam melayani pelanggan atau anggota yaitu:²⁸

a. Tersedia karyawan yang baik

Kenyamanan pelanggan atau anggota sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya. Karyawa harus bersikap ramah, sopan dan menarik dalam melayani pelanggan. Karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar dalam membaca suasana, serta bisa menghargai perbedaan.²⁹

b. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Melayani pelanggan hal yang paling penting diperhatikan selain kualitas dan kuantitas sumber daya manusia juga sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan yaitu peralatan, tempat ibadah dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu.

c. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Melayani pelanggan karyawan diharapkan harus melakukannya sesuai prosedur yang ada. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan pelanggan.

d. Mampu berkomunikasi

Karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami dan dapat mudah

²⁷ Dery Anzar Susanti, 'Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan Dan Kualitas Produk Online Secara Syariah', *Analytica Islamic Journal*, Vol. 2.2 (2016), 374.

²⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 195.

²⁹ Nurhadi, 'Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 2. 2 (2018), 140-143 <<https://doi.org/https://doi.org/10.14421/EkBis.2018.2.2,100>>.

dimengerti. Jangan sekali kali menggunakan istilah yang sulit untuk dimengerti.

- e. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus dan memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu karena tugas karyawan selalu berhubungan dengan manusia, maka karyawan perlu khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi pelanggan atau anggota atau kemampuan dalam bekerja.³⁰

6. Dimensi Kualitas Layanan

Kualitas layanan juga mempunyai ruang dimensi seperti yang dikatakan oleh Sirhan Fikri mengidentifikasi ada lima dimensi yang dipakai oleh pelanggan didalam melakukan evaluasi mutu jasanya, yakni.³¹

- a. *Tangibles* (bukti fisik), berhubungan pada penampilan fasilitas fisiknya, personilnya, serta materi komunikasinya.
- b. *Reliability* (kehandalan), berhubungan pada kemampuannya didalam melaksanakan layanan yang menjanjikan, bisa diandalkan, serta sesuai.
- c. *Responsiveness* (daya tanggap), kesediaannya didalam memberikan bantuan langganannya serta melakukan penyediaan promosi layanannya.
- d. *Assurance* (jaminan), yang mencakup:³²
 - 1) Kredibilitas, berhubungan pada kejujurannya didalam menyediakan layanan.
 - 2) Keamanan, berhubungan pada kebebasannya dari bahayanya, risikonya, serta keraguannya.
 - 3) Kompetensi, mempunyai keterampilan serta pengetahuan yang penting didalam melakukan layanan.
 - 4) Sopan-santun, berhubungan pada kesopananannya, rasa hormatnya, pertimbangannya serta keramahannya didalam pelayanan.
- e. *Empathy* (empati), yang meliputi:
 - 1) Akses, kemudahan dilakukan pendekatan serta kemudahan dalam dihubungi.

³⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 196.

³¹ Sirhan Fikri, Dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa," : 121.

³² Faby Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011), 98.

- 2) Komunikasi, mendengar konsumen serta melakukan penjagaan supaya bisa menginfokan pada bahasanya yang mudah dipahami.
- 3) Memahami konsumen, menjadikan upaya didalam melakukan pengenalan konsumen serta kebutuhannya.³³

7. Dasar-Dasar Pelayanan

Melakukan pembekalan tentang layanan yang diikutinya dan memahami seluk beluk pelayanan.³⁴ Beragam dasar layanan yang mesti dipahami serta dimengerti seorang karyawannya, pimpinannya, *customer servicenya*, pramuniaganya, *public relationnya*, dan satpamnya, yakni:

- a. Berpakaian serta berpenampilan rapi juga bersih
Memakai pakaian yang rapi juga bersih menandakan jika karyawannya mesti memakai atasan serta bawahannya yang senada dan pengkombinasian yang pas.
- b. Aroma tubuh yang menyegarkan
Karyawan diwajibkan untuk mempunyaiaroma tubuh yang menyegarkan dan juga berpenampilan rapi dan bersih. Dan senantiasa menjaga diri agar bau mulut dan nafas tetap wangi.
- c. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
Karyawan tak dibolehkan takut atau keragu-raguan dalam melayani anggota. Karyawan diwajibkan memiliki rasa percaya diri yang tinggi, serta memiliki keyakinan. Karyawan pun diharuskan untuk memiliki sikap yang mudah bergaul pada konsumen, seakan-akan telah lama mengenal.³⁵
- d. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal.
Karyawan dan anggota sudah pernah saling bertemu, karyawan tersebut diusahakan untuk mengingat namanya agar pada saat bertemu karyawan bisa menyapa dulu dengan menyebut namanya dan pada saat anggota datang karyawan diwajibkan menyapa dahulu agar seolah-olah seperti teman akrab.

³³ Christopher Lovecock, Dkk, *Pemasaran Jasa: Perspektif Indonesia* (Jakarta: Erlangga, 2010), 155.

³⁴ Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Makasar: PT Elex Media, 2003), 78.

³⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 198.

- e. Tenang dan tekun mendengarkan setiap pembicaraan
Mengusahakan dalam pelayanan konsumen ataupun anggota didalam perasaan tenang, tak butu-buru. Keadaan yang buru-buru ii bisa menjadikan keadaan menjadi tak memberikan kenyamanan.
- f. Sikap sopan dan santun
Karyawan harus menunjukkan rasa sopan dan santunnya sebelum ataupun pada saat layanan dilaksanakan. Maka konsumen akan merasanakan tertarik serta segan pada karyawan yang melaksakannya.³⁶
- g. Hormat
Karyawan mesti hormat pada yang konsumen ingini. Tak boleh menyebabkan rasa tak suka yang menjadikan konsumen merasa tersinggung. Bagaimanapun konsumen yakni yang kemitraan yang terhormat.
- h. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
Melakukan komunikasi pada konsumen mesti memakai bahasa yang sesuai ataupun bila memakai bahasa daerah yang juga sopan.
- i. Bergairah dalam melayani pelanggan atau anggota dan tunjukkan kemampuannya.
Karyawan didalam melakukan layanan mesti semangar. Menunjukkan layanan yang prima seakan-akan merasa memiliki ketertarikan pada yang konsumen inginkan

C. Peningkatan Pelayanan

1. Definisi Peningkatan

Peningkatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yakni pemrosesan, startegi serta perbuatan didalam melakukan peningkatan usahanya, proses serta lainnya.³⁷ Peningkatan yakni asalnya dari kata tigtat yang artinya lapisan pada suatu yang selanjutnya terbentuk suatu susunan, tingkatan ini bisa memiliki arti pangkat, taraf serta kelas. Adapun peningkatan maksudnya kemajuan. Umumnya didalam peningkatan yakni guna melakukan penambahan pada drajatnya, tingkatnya, serta mutu dan jumlahnya. Peningkatan pun bisa memiliki arti penambahan skill dan inovasinya yang jadi lebih bagus. Dilain sisi juga melakukan

³⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 199-201.

³⁷ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama Edisi Ke Empat, 2008), 1476.

peningkatan didalam mencapai suatu pemrosesan, ukurannya, sifatnya, hubungannya, serta lainnya.

2. Peningkatan Pelayanan

Peningkatan pelayanan yakni rangkaian kegiatan yang *customer service* lakukan pada anggotanya didalam melakukan perwujudan peningkatan mutu layanan dan juga memberi kepuasan pada anggota yang dilayaninya.³⁸ Secara teoritis, tujuan layanan secara mendasar memberikan kepuasan pada anggotanya. Guna melakukan pencapaian layanan yang dituntut mutu layanan prima yang tercermin pada:³⁹

- a. Transparansi, yaitu layanan yang sifatnya terbuka, memberikan kemudahan serta bisa dilakukan pengaksesan seluruh pihak yang memerlukannya serta menyediakannya dengan memadai dan memberikan kemudahan dalam pemahamannya.
- b. Akuntabilitas, yakni layanan yang bisa memberikan tanggung jawab disesuaikan pada peraturan undang-undang.
- c. Kondisional, yaitu layanan yang disesuaikan pada keadaan serta skill pemberinya serta penerima layanannya dengan terus berpegangan pada prinsip efisiensinya serta efektifitasnya.
- d. Partisipatif, yakni layanan yang sesuai yang bisa memberikan dorongan pada pernana anggota didalam menyelenggarakan layanan dengan memfokuskan pada aspirasinya, kebutuhannya serta harapannya anggota.
- e. Kesamaan hak, yakni layanan yang tak perlu deskriminasi dipandang pada aspek apapun terkhusus sukunya, rasnya, agamanya, golongannya, status sosialnya, serta lainnya.
- f. Keseimbangan haknya serta kewajibannya yakni layanan yang memperhatikan pada aspek keadilannya antar pemberinya serta penerima layanannya.
- g. Tiap individu memerlukan layanan, bahkan secara ekstrim, bisa disimpulkan jika layanan tak bisa dilakukan pemisahan pada individu. Didalam melakukan layanan anggota *customer service* terus memberi layanan yang

³⁸ Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa* (Jakarta: Andi, 1996), 109.

³⁹ Lijan Poltak Sinambela, *Reformasi Pelayanan Public Teori, Kebijakan Dan Implementasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 50.

prima supaya terus memberikan perwujudan pada mutu didalam meningkatkan layanan pada anggota yang hadir di banknya.

D. *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT)

1. Pengertian dan Sejarah berdirinya *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) di Indonesia

BMT menurut istilah berasal dari dua kata, yakni *baitul mal* juga *baitul tamwil*. Baitul mal arahnya pada usaha mengumpulkan ataupun menyalurkan pendanaan yang sifatnya non-profit, berbentuk zakat, infaq, juga shadaqah. Adapun *baitul tamwil* arahnya pada usaha melakukan pengumpulan serta penyaluran pendanaan komersil.⁴⁰ BMT sebagai *baitul tamwil* melakukan aktivitas guna meningkatkan kegiatan perekonomian di masyarakatnya golongan bawah, terkhusus pengusaha kecil bawah dengan aktivitas menabung serta pembiayaan usahanya.

Dalam zaman Rasulullah sudah dilakukan pembentukan pada lembaga penyimpanan yang melakukan penyelenggaraan aktivitas menerima pendapatan serta perbelanjaan yang mengandung transparansi yang tujuannya pada *welfare oriented*, yang dikenal dengan baitul mal.⁴¹ Adapun di Indonesia sejarah mendirikan BMT didasarkan pada tiga faktor yakni:

a. Faktor Filosofis

Filosofis, gagasan pendirian BMT berdasarkan pada kepentingannya didalam melakuka penjabaran prinsip perekonomian islami, misalnya ketauhidahnya, keadilannya, persamaannya, kebebasannya, tolong menolongnya, serta toleransinya, dan juga melakukan beragam asas jual beli, misalnya kekeluargaan, gotong royong, mengambil manfaat serta menghindari kemadharatan, serta peduli pada golongan perekonomian yang lemah.⁴²

⁴⁰ Ahmad Supriyadi, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Kudus: STAIN Kudus, 2008), 67-69. <<https://media.neliti/.media.publicstions/92384-analisis-filisofid-yuridis.-dan=sosiologi>>.

⁴¹ Neni Sri Imaniyati, *Aspek-Aspek Hukum BMT (Baitul Mal Wa Tamwil)* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2018), 73.

⁴² Sofhian, 'Baitul Mall Wat Tamwil (BMT) Berbasis Kearifan Lokal Gorontalo', *Al-Ulum*, Vol 17. 1 (2018), 166 <<https://doi.org/https://doi.org/10.30603/au.v.17i1.112>>.

b. Secara Sosiologis

Secara sosiologis, pendiriannya BMT di Indonesia didasarkan pada terdapatnya tuntutan day dukungannya pada umat islami bagi adanya lembaga financial didasarkan prinsip islam. Secara yuridis, pendirian BMT di Indonesia.⁴³

c. Secara Yuridis

Kebijakan pemerintah didasarkan UU No. 7/1992 mengenai Perbankan serta PP No. 72 tentang BPR berdasarkan bagi hasil. Sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) hadir beragam peluang didalam melakukan pendirian perbankan yang prinsipnya syariah.⁴⁴ Sebabnya, pada konteks negara Indonesia yang amat luas, perbankan muamalat Indonesia sukar didalam memberi layanan pada umat islami yang terdapat di desa dikarenakan didalam melakukan pembangunan infrastrukturnya bank sampai ke perdesaan itu, rasanya terdapat kebutuhan juga peluang dalam melakukan pendirian lembaga finansial lainnya yang bisa melakukan pejangkauan sasaran yang jauh di desa, terkhusus untuk masyarakat islam yang menginginkan adanya sistem finansial islam. Jadi dibuatlah BMT untuk masyarakat desa yang perlu usaha mikro serta BPRS guna masyarakat kota yang perlu usaha mikro.⁴⁵

2. Karakteristik *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT)

BMT dilakukan pendirian dari oleh serta untuk masarakat dengan kegiatan bisnis yang tujuannya guna memberikan bantuan penguasaha kecil bawah memberi pembiayaan yang digunakan untuk permodalan didalam melakukan pengembangan dalam usaha dengan pelaksanaan usaha ini, BMT mengalami perkembangan dan BMT mendapatkan pendapatan hingga aktivitas BMT berkesinambungan dengan mandiri.⁴⁶ Sebagai Lembaga

⁴³ Nurul Huda and Ika Saniyati Rahmaniayah, *Koperasi Syariah* (Surakarta: PT Era Intermedia, 2008), 54.

⁴⁴ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2015), 316-317.

⁴⁵ Ma'ruf Abdullah, *Hukum Keuangan Syariah Pada Lembaga Keuangan Bank Dan Non Bank* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2016), 203-204.

⁴⁶ Suhendra, *Peran Birokrasi Dalam Pemberdayaan Masyarakat* (Bandung: Alfabeta, 2006), 55.

Keuangan Mikro Syariah, BMT memiliki berbagai ciri yakni.⁴⁷

- a. Manajemen, yang mempunyai peran pengurus sebagai tokoh masyarakat mempengaruhi kinerja manajemen dan memiliki hubungan yang baik antar BMT, budaya kekeluargaan serta syariah.
- b. Operasional, dengan belum memiliki SOP, hanya terdapat buku pedoman kerja, rata-rata telah memiliki cabang (dalam area kabupaten)
- c. Sumber daya manusia dan organisasi bentuk kelembagaan, antara lain koperasi, kopontren, struktur organisasi sederhana, masih terdapat jabatan rangkap pada pengelola.
- d. Pendidikan setingkat SMU-S2, hanya terdapat basic training.
- e. *Treasury, pricing* ditentukan oleh pengelola, likuiditas terjaga dengan bantuan lembaga sejenis berdasarkan jaminan kekeluargaan
- f. kontrol pengawasan, terdapat pengawasan terhadap produk oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Selain itu, BMT pun mempunyai beragam ciri yakni:

- a. Orientasinya pada bisnis, yakni mempunyai tujuan guna melakukan pencarian keuntungan bersamaan serta memanfaatkan berbagai potensinya.
- b. Bukanlah lembaga sosial, namun bisa dimanfaatkan guna melakukan pengelolaan pendanaan sosial umat, misalnya: zakat, infaq, sedekah, hibah, serta wakaf.
- c. Kelembagaan perekonomian umat yang dilakukan pembangunan dengan swadaya yang mengaitkan peranan masyarakatnya.
- d. Kelembagaan perekonomian milik bersamaan antar golongan masyarakat lemah dan bukanlah milih perorangan ataupun kelompok khusus diluar masyarakat sekitar BMT.⁴⁸

Kehadirannya BMT mempunyai berbagai peranan, yakni:

- a. BMT bisa melaksanakan aktifitas transaksi yang islami (agar terdapat bukti transaksinya, kejujuran dengan pelanggan, serta tak ada kecurangan didalam melakukan penimbangan pada barangnya) sebagai usaha BMT dalam melakukan penghindaran masyarakat pada aktivitas perekonomian yang mengalami penyimpangan didalam aturan syara'

⁴⁷ Imaniyati, *Aspek-Aspek Hukum BMT (Baitul Mal Wa Tamwil)*, 76-77.

⁴⁸ Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, 23-26.

- b. Membina serta mendata usaha mikro, melakukan pendampingan, pembinaan, melaksanakan penyuluhan serta pengawasan usaha anggota pembiayaan sebagai lembaga finansial syariah yang sifatnya mikro.
- c. BMT memberi layanan dengan bagus di masyarakat dengan melakukan penyediaan pendanaan tiap saat serta persyaratan pembiayaan yang sifatnya sederhana.
- d. BMT harapannya memberi keadilan serta tak membedakan didalam memberi pembiayaan supaya pendistribusian bisa merata dengan terus perhatian pada kelayakannya pemberian pembiayaannya lewat penganalisisan pembiayaan.⁴⁹

Didalam ekonominya BMT mesti bisa memiliki fungsi berikut:

- a. Melakukan pengidentifikasian, pemobilisasi, pengorganisasian, pendorongan, serta pengembangan potensinya juga skill didalam perekonomian anggotanya, kelompok anggotanya serta daerah kinerjanya.
- b. Meningkatkan mutu SDM, baik anggotanya ataupun pengurusnya.
- c. Meningkatkan kesejahteraannya anggota dengan memobilisasi potensi masyarakatnya dengan baik.
- d. Sebagai perantara antar masyarakat yang mempunyai pendanaan yang cukup dengan penerimaan pendanaan sosialnya.
- e. Menjadikan perantara finansial antar pemiliknya serta baik sebagai pemodal ataupun penyimpa antar pemakai pendanaan guna melakukan pengembangan usaha produktif.⁵⁰

BMT dilakukan pendirian didasarkan pada masyarakatnya yang salam yakni penuh keselamatan dan berpedoman pada Al-Qur'an, antara lain sebagai berikut. Q.S Al-Baqarah [1] : 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

⁴⁹ Supriyadi, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, 83-84.

⁵⁰ M. Nur Ariyanto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoritis Dan Praktis*, 321.

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual-beli sama dengan riba. menghalalkan mengharamkan Padahal Allah telah jual-beli riba. dan Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang diperolehnya dahulu menjadi miliknya Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”⁵¹

Selain itu juga berpedoman pada Q.S At-Taubah [9] : 103

حُدِّ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةٌ تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلَّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Ambillah zakat dari harta mereka, gu membersihkan dan mereka, berdoalah untuk mereka Sesungguhnya menyucikan doamu (menumbuhkan) kententraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.”⁵²

3. Status Hukum *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT)

Sama dengan jenis kelembagaan mikro lain yang terjadi permasalahan pengaturannya serta pengawasannya, BMT pula mengalami masalah yang sejenis, mengenai pengaturannya serta pengawasannya pada BMT. Terdapat kepastian hukumnya pada skemanya operasi investasinya kelembagaan finansial mikro termasuk BMT akan melakukan pendukungan serta memperlancar kontribusi BMT didalam memberi alternatif pemodalannya untuk usaha mikro, kecil serta menengah disemua Indonesia.⁵³ Status hukumnya BMT ada tiga golongan, yakni:

- a. Status hukum koperasi (KSP, KSU, KBMT, KSBMT).
- b. Status hukum yayasan.
- c. Belum mempunyai status hukum (BMT yang berbentuk Kelompok Swadaya Masyarakat atau Lembaga Swadaya Masyarakat).

Status hukumnya BMT saat ini yakni asosiasi yang tujuannya guna melakukan pencapaian kepentingan

⁵¹ Al-Qur'an al-Baqarah ayat 275, Al-Qur'an Dan Terjemahnya

⁵² Al-Qur'an at-Taubah ayat 103, Al-Qur'an Dan Terjemahnya

⁵³ Neni Sri Imaniyati, *Aspek-Aspek Hukum BMT (Baitul Mal Wa Tamwil)*, 97-109.

kesejahterannya para anggota ataupun masyarakatnya. Bentuk pegasosialisan tersebut mencakup koperasi, yayasan, KSM ataupun LSM. Disini disesuaikan pada anjuran Pusat Inkubasi Usaha Kecil (Pinbuk) sebagai kelembagaan yang menjadi pendampingannya serta pembinaannya BMT.

BMT sebagai kelembagaan keuangan syariah non perbankan mempunyai legalisasi serta memiliki badan hukum. BMT dilakukan pendirian dengan proses serta tahapan yang dimulai pada Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM), serta jika sudah terpenuhi syarat keanggotaannya serta pengurusnya bisa dilakukan peningkatan jadi kelembagaan yang berbadan hukum koperasi. Kemudian jika sudah terpenuhi syarat aset pada total khusus, BMT mesti melakukan persiapan aktivitas pengadministrasian guna jadi suatu badan usaha yang bagus, yang dilakukan pengelolaan dengan islami, dengan memfokuskan pada tindakan syariah.⁵⁴

Kemudian dalam operasionalnya koprasia syariah kinerjanya didasarkan pada asas kekeluargaan, tolong menolong, saling memberikan kekuatan, adil serta memberi pemanfaatan sesuai pada prinsip yakni:

a. Koperasi syariah melakukan penegakan pada prinsip perekonomian islami, yakni:⁵⁵

1) Amanah

Kekayaan yakni amanah Allah yang tidak dapat dimiliki oleh siapapun secara mutlak.

2) Mubah

Manusia diberi kebebasan bermuamalah selama tidak bertentangan dengan syariah, seperti: maisir, gharar, riba, dan bahil.

3) Keadilan

Menjunjung tinggi keadilan serta menolak setiap bentuk eksploitasi oleh salah satu pihak.

⁵⁴ Ahmad Rodoni dan Abdul Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2008), 61.

⁵⁵ Andri Soemetra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), 66.

- b. Koperasi syariah melaksanakan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah:⁵⁶
- 1) Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka.
 - 2) Keputusan ditetapkan secara musyawarah dan dilaksanakan secara konsisten dan istiqomah.
 - 3) Pengelolaan dilakukan secara demokratis, transparan dan profesional.
 - 4) Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil dan berimbang sesuai pola bagi hasil.
 - 5) Jujur, amanah, dan mandiri.
 - 6) Mengembangkan sumberdaya manusia, sumber daya ekonomi, dan sumber daya informasi secara optimal, serta
 - 7) Menjalinkan dan menguatkan kerjasama diantara anggota, antara koperasi dan atau lembaga lainnya.

E. Manajemen Perbankan Syariah

Manajemen merupakan suatu yang penting dalam mencapai suatu pencapaian yang diinginkan.⁵⁷ Jadi pembahasan manajemen dimulai dari definisi manajemen.

1. Definisi

Manajemen perbankan syariah menurut Andrianto dan M. Anang Firmansyah manajemen perbankan syariah meliputi riba dan bunga bank, konsep operasional dan pengembangan produk, manajemen pemasaran bank syariah, manajemen permodalan, manajemen dana, manajemen sumber daya insani, dan manajemen resiko bank. Secara istilah, manajemen artinya sebagai suatu alat guna melakukan realisasi tujuan umumnya, ataupun sebagai sebuah proses khusus mengenai permasalahan kepemimpinannya, pengaraannya, pengembangannya, persoalannya, perencanaannya, serta pengawasannya pada beragam pekerja yang berhubungan pada beragam unsur inti didalam suatu proyek.

2. Dasar Dasar Manajemen Bank Syariah

Dasar dasar manajemen perbankan syariah menurut Jamil dapat ditemui pada Q.S. As-Shad [29] dan Q.S Al-Mu'minin [68]. Dimana prinsip-prinsip manajemen bank syariah tersebut

⁵⁶ Neneng Nurhasanah, *Mudharabah (Dalam Teori Dan Praktek)* (Bandung: Refika Aditama, 2015), 197-198.

⁵⁷ Andrianto and Aang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah* (Pasuruah: CV Penerbit Qiara Media, 2019), 52-79.

kedalam tiga jenis. Ketiga jenis prinsip dari bank syariah tersebut antara lain:⁵⁸

a) Keadilan

Keadilan yakni suatu prinsip yang fundamental didalam ideologi islami. Pengelolaannya keadilan tersebut harus dilaksanakan dengan sepotong-potong, serta tidak merujuk didalam status sosialnya, keuangannya, kelasnya dan juga keyakinannya ataupun religuilitasnya pada individu.

b) Amanah dan Pertanggung jawaban

Sesuai yang terdapat didalam Q.S. An-Nahl ayat 93 yang artinya “*Dan sesungguhnya kamu akan ditanya tentang apa yang kamu kerjakan*”. Ibn Katsir melakukan pemaparan bila firman ini menjelaskan beragam sifat dari utusan Tuhan, yaitu melakukan penyampaian pada seruannya Tuhan, memberikan nasehatnya serta kepercayaannya. Prinsip amanah serta tanggung jawab inilah yang memiliki maksud jika, tiap pribadiya yang dipunyai sebuah kedudukan fungsionalnya didalam berinteraksi antar individu dilakukan penuntutan guna melakukan kewajibannya dengan maksimal.

c) Komunikatif

Komunikasi didalam manajemen yakni satu dari faktor yang urgen didalam melaksanakan transformasi kebijakan ataupun keputusannya didalam melaksanakan manajerial itu guna merujuk pada tujuannya yang ditetapkannya.

3. Prinsip-Prinsip Manajemen Bank Syariah

Terdapat empat prinsip dasar dalam manajemen bank syariah. Berikut ini adalah uraian mengenai ke empat prinsip manajemen dalam perbankan syariah :⁵⁹

a) Prinsip *Amar Ma'ruf Nahi Munkar*

Tiap orang islam harus melakukan perbuatan *ma'ruf* yaitu tindakan yang bagus serta terpuji, contohnya tindakan memberikan pertolongan, melakukan penegakan keadilan antar sesama individu, melakukan peningkatan kesejahteraan masyarakatnya dan lain-lain. Adapun tindakan *mungkar* atau jelek, contohnya, koruptor, penyuapan, boros, dan lainnya, hal ini harus dihindari dan dimusnahkan. Melakukan tindakan *amar ma'ruf* ataupun kebaikan serta melakukan

⁵⁸ Zainur Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah* (Jakarta: Pustaka Alfabet, 2009), 129.

⁵⁹ Muhammad Nizar, ‘Prinsip-Prinsip Bank Syariah’, *Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol 4.2 (2018), 117.

pencegaha didalam keburukan ataupun *nahi munkar* yakni harus dilakukan. Jadi didalam melakukan prinsip itu, ilmu manajemen mesti didalam dengan kuat dan baik.

- b) **Kewajiban Menegakkan Kebenaran**
Manajemen yakni satu diantara metode pengolahan yang bagus dan seusai, didalam melakukan penghindaran ataupun sebuah kesalahan yang selajutnya melakukan kebenaran.
- c) **Kewajiban Menegakkan Keadilan**
Hukum syariah yang wajib ditegakkan yakni adil, bagaimanapun keadaannya seluruh tindakan mesti dilaksanakan secara adil. Adil didalam melaksanakan timbangannya, keadilan didalam tindakannya serta keadilan didalam menegakkan hukumnya.⁶⁰
- d) **Kewajiban Menyampaikan Amanah**
Manajer suatu perusahaan yakni memegang amanah dari para pemegang saham yang harus melakukan pengelolaan usahanya secara maksimal, hingga selanjutnya bisa memberikan keuntungan investornya dan memberi kepuasan pelanggannya.

4. Tujuan Manajemen Perbankan Syariah

Adapun tujuan dari manajemen perbankan syariah itu sendiri adalah sebagai berikut :⁶¹

- a) Untuk memperoleh keuntungan atau profil secara efisien yang tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Assunah.
- b) Merubah pola manajemen individualistis dan kapitalis yang hanya mementingkan kepentingan diri sendiri.
- c) Mulai menanamkan nilai-nilai religus yang berdasarkan hubungan tanggung jawab antara manusia dengan Tuhan nya.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting dilakukan didalam penelitian dikarenakan bisa menguraikan hasil penelitian terdahulu yang bermanfaat guna melihat posisi penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian yang telah ada. Disini juga bermanfaat didalam menghindari adanya penelitian yang serupa ataupun mengulangi riset. Dibawah ini yakni beberapa riset terdahulu yang dilaksanakan peneliti sebagai referensi didalam melakukan penyelesaian penelitian:

⁶⁰ Abdul Ghofur Anshori, *Penerapan Syariah Dalam Lembaga Keuangan, Lembaga Pembiayaan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 81.

⁶¹ Zulkifli Rusby, *Manajemen Perbankan Syariah*, 67.

1. Penelitian dalam bentuk Jurnal Volume 5 Nomor 4 Tahun 2019 oleh Mohammad Santosa Mulyo Diningrat, Bambang Soedjiono, dan Henderi mengemukakan bahwa BNI *mobile banking* sudah memenuhi kebutuhan, dilihat dari harapan usaha dan harapan kerja. Akan tetapi, pengaruh sosialnya itu masih kurang karena rekening bersifat individu dan jarang ada orang dengan rekening yang sama dalam komunitas tertentu. Selain itu banyak juga anggota yang mengeluh dengan aplikasi BNI *mobile banking* karena dianggap masih membingungkan sehingga memerlukan waktu yang lebih untuk menggunakan BNI *mobile banking*.⁶² Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang aplikasi *mobile banking* dan sama-sama meneliti di lembaga keuangan. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian dan di metode penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian dari Mohammad Santosa Mulyo Diningrat dkk, menggunakan metode penelitian kuantitatif.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Admaja Dwi Herlambang, dan Rimbi Dewayanti menyatakan bahwa niatan seseorang dalam menggunakan layanan *mobile banking* BRI dapat dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, biaya keuangan yang dirasakan, sedangkan kredibilitas yang dirasakan tidak mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking* BRI. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti di lembaga keuangan dan sama-sama membahas tentang aplikasi *mobile banking*. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian dan di metode penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penelitian dari Admaja Dwi Herlambang, dan Rimbi Dewayanti, menggunakan metode penelitian kuantitatif.⁶³
3. Penelitian yang dilakukan oleh Annisa Fitri Irriani mengemukakan bahwa dengan menggunakan layanan *mobile banking* kita sudah tidak perlu mengantri di Bank untuk melakukan transaksi perbankan, menggunakan handphone saja sudah bisa melakukan transaksi tersebut sehingga layanan *mobile*

⁶² Henderi3) Mohammad Santosa Mulyo Diningrat1), Bambang Soedjiono W.A2) and 1, 'Banking , Internet Banking , Phone Banking', 5 (2019), 2–6 <<https://doi.org/10.26905/jkdp.v20i3.269>>.

⁶³ Herlambang and Dewayanti, 'Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking', *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 20.3 (2016), 14–16 <<https://doi.org/10.32815/jitika.v12i1.227>> .

banking ini sangat diminati karena cepat mendapat informasi apabila melakukan transaksi atau transfer dan menarik tabungan dari dalam ATM. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang *mobile banking*. Sedangkan dari segi perbedaannya adalah membahas tentang minat anggota dalam menggunakan *mobile banking* sedangkan pada penelitian yang digunakan peneliti lebih membahas tentang implementasi atau penerapan *mobile banking* serta tempat lokasinya juga berbeda.

4. Penelitian dilakukan oleh Heri Setiawan memberikan hasil dari bahwa penelitian ini memberikan bukti empiris yang mendukung hubungan antara kualitas layanan, persepsi nilai, kepercayaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas anggota bank. Pada saat yang sama, penelitian ini juga memberikan dukungan empiris untuk teori *Tripartite Attitude Model: Cognitive-Affective-Conative*. Pada penelitian ini, kualitas layanan, persepsi nilai dan kepercayaan merupakan komponen kognisi yang membentuk persepsi positif terhadap bank. Kepuasan pelanggan adalah komponen afektif yang membentuk perasaan positif konsumen terhadap produk dan jasa bank. Loyalitas pelanggan adalah komponen konatif di mana pelanggan akan memiliki niat untuk menggunakan layanan bank dalam jangka panjang. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang *mobile banking*. Sedangkan dari sisi perbedaannya membahas tentang persepsi nilai dan kepercayaan sedangkan pada penelitian yang digunakan peneliti lebih membahas tentang implementasi atau penerapan *mobile banking* serta metode penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian dari Heri Setiawan, menggunakan metode penelitian kuantitatif.⁶⁴
5. Penelitian yang dilakukan Annisa Fitria dkk. Menyimpulkan bahwa internet banking, *mobile banking*, dan sms banking dengan kepuasan anggota secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dengan nilai F Hitung sebesar 94.373 dan lebih besar dibandingkan F Tabel (1,985). Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang layanan dan *Mobile banking*. Sedangkan dari segi perbedaannya berada di metode penelitian yang dilaksanakan

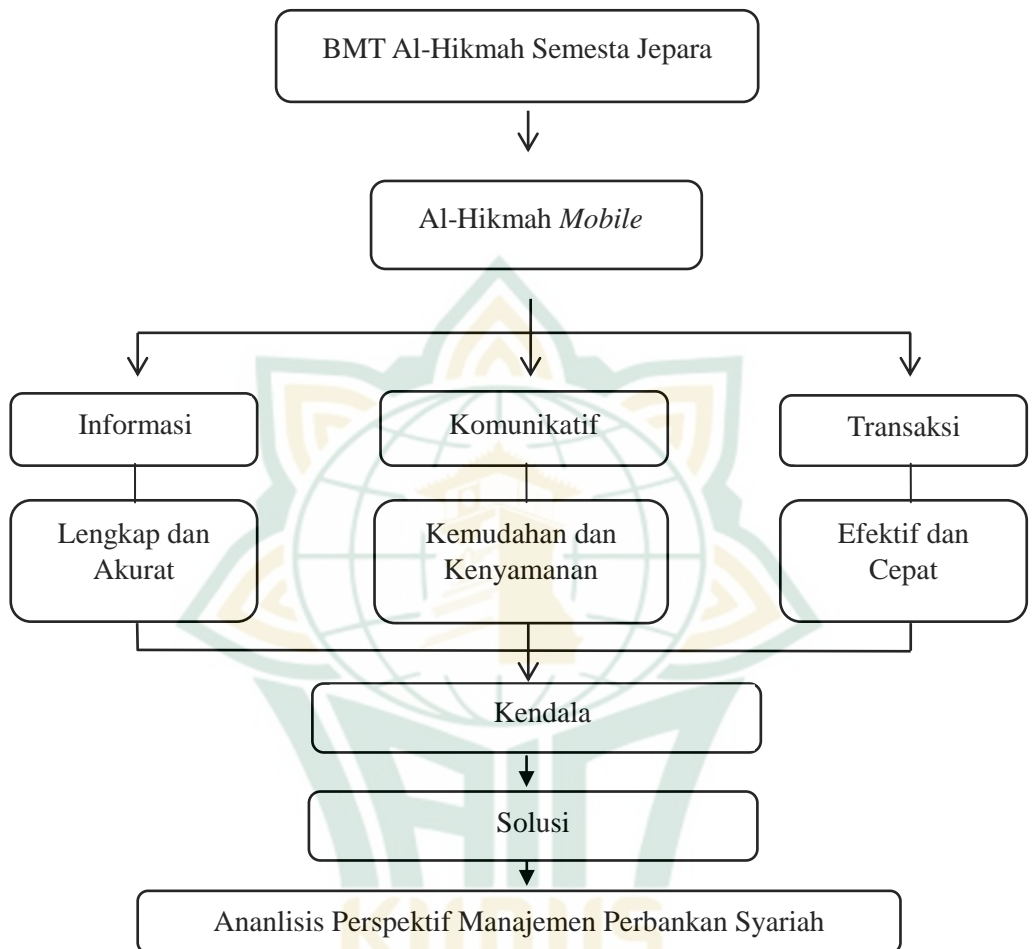
⁶⁴ Heri Setiawan, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Layanan Mobile Banking', *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 20.3 (2016), 518–28 <<https://doi.org/10.26905/jkdp.v20i3.269>>.

oleh peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian dari Annisa Fitri dkk, menggunakan metode penelitian kuantitatif.

G. Kerangka Berfikir

BMT Al-Hikmah merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang beroperasi untuk membantu masyarakat umum dibidang keuangan dan sosial. Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh BMT Al-Hikmah adalah alhikmah *mobile*. Alhikmah *mobile* merupakan salah satu bagian dari *e-banking* yang merupakan layanan informasi perbankan via *wireless* paling baru yang ditawarkan pihak bank dengan menggunakan teknologi *smartphone* untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan.

BMT Al-Hikmah Semesta Jepara membuat alhikmah *mobile* digunakan untuk memudahkan anggota sehingga lebih efektif, efisien, serta praktis dalam melakukan transaksi dan dimaksudkan dengan adanya alhikmah *mobile* ini diharapkan dapat meningkatkan pelayanannya terhadap anggota Perspektif



Penjelasan dari kerangka teori diatas adalah peneliti memulai langkah dari tempat penelitian yaitu BMT Al-Hikmah Semesta Jepara, kemudian peneliti akan fokus pada layanan *mobile banking* yang dimiliki oleh alhikmah, namanya adalah alhikmah *mobile*. Kemudian dari layanan *mobile* tersebut nanti peneliti memecahkan menjadi beberapa faktor yaitu alhikmah *mobile* dari segi informasinya (lengkap dan akurat), komunikasi (kemudahan dan kenyamana) dan transaksi (efisien dan cepat) apa saja yang ada di dalamnya, peneliti memecah menjadi tiga indikator dengan maksud agar penggalian informasi dapat menghasilkan hasil yang maksimal, kemudian peneliti juga akan menggali kendala apa yang dialaminya serta mencari solusi seperti yang diharapkan peneliti.