

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Deskripsi Teori

Teori dalam penelitian kuantitatif (*theory in quantitative research*) merupakan seperangkat gagasan konstrak (atau variabel) yang saling berhubungan, yang berasosiasi dengan proposisi atau hipotesis yang memerinci hubungan antarvariabel. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Theory of Reasoned* (TRA), merupakan teori bidang kajian psikologi sosial yang diusulkan oleh Sheppard et al (1998). Dalam kajian psikologi sosial TRA memusatkan pada faktor penentu perilaku dan faktor determinannya, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*) dan norma subjektif (*subjective norm*). Dua faktor ini, sikap terhadap perilaku dan norma subjektif, sebenarnya diambil dari teori Fishbein dan Ajzen (1975). TRA sendiri sebenarnya sudah dikembangkan sejak tahun 1960 oleh Fishbein, dan terus dikembangkan lagi oleh Fishbein dan Ajzen sampai tahun 1980. Teori tersebut menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia dan menjelaskan hubungan antara keyakinan, sikap, norma, subjektif, niat dan perilaku individu.<sup>1</sup> Sehingga peneliti menerapkan TRA untuk mengkaji faktor-faktor yang menjelaskan penentu kepuasan nasabah di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Kantor Cabang Juwana.

Isu *corporate governance* dilatarbelakangi oleh *agency theory* (teori keagenan) yang menyatakan bahwa permasalahan *agency* muncul ketika kepengurusan suatu perusahaan. Dewan komisaris dan direksi yang berperan sebagai agen dalam suatu perusahaan diberi kewenangan untuk mengurus jalannya perusahaan dan mengambil keputusan atas nama pemilik. Dengan kewenangan yang dimiliki maka manajer mempunyai kemungkinan untuk tidak bertindak yang terbaik bagi kepentingan pemilik karena adanya perbedaan kepentingan. Dengan kata lain,

---

<sup>1</sup> Edi Purwanto, *Technology Adoption a Conceptual Framework*, (Tangerang: Yayasan Pendidikan Philadelphia, 2020), 1.

manajemen mempunyai kepentingan yang berbeda dengan kepentingan pemilik.

## 1. *Good Corporate Governance* (GCG)

### a. Pengertian *Good Corporate Governance* (GCG)

Istilah “*Corporate Governance*” merupakan kata bahasa Inggris yang diartikan dengan “tata kelola perusahaan”. Jika dimaknai secara umum GCG ialah sistem pengaturan dan pengendalian perusahaan diketahui dari keterkaitan antara berbagai pihak yang mengurus perusahaan atau “*hard definition*”, bisa juga dipahami melalui “nilai-nilai” yang ada didalam mekanisme pengelolaan itu sendiri atau “*soft definition*”. *Corporate governance* diartikan dengan serangkaian proses terstruktur yang dipakai untuk memipin, mengarahkan dan mengelola usaha dan bisnis korporasi dimana tujuannya yaitu kontinuitas usaha dan memberikan peningkatan nilai perusahaan.<sup>2</sup>

Menurut Hamdani (2016: 20), menjelaskan *Good Corporate Governance* dalam dua arti, secara sederhana GCG dimaknai dengan kesetaraan hubungan diantara pemegang saham dan perusahaan. Namun secara lebih luas GCG dimaknai sebagai “*a web of relationship*” tidak hanya hubungan antara pemegang saham dan perusahaan, namun juga hubungannya dengan *stakeholders* lain yaitu *boundholders*, pemasok, pelanggan, karyawan dan lain-lain. Sukrisno (2012: 101) menjelaskan bahwasannya GCG ialah sistem pengelolaan perusahaan dengan baik yang mengatur hubungan pemegang saham, direksi, dewan komisaris dan juga pemegang kepentingan yang lain. Salma (2018:39) juga menjelaskan mengenai GCG yang diartikan dengan berbagai aturan yang mengatur mengenai hubungan

---

<sup>2</sup> Dedi kusmayadi, Dedi Rudiana dan Jajang Badruzaman, *Good Corporate Governance*, (Tasikmalaya: LPPM Universitas Siliwangi, 2015), 8.

karyawan, pemerintah, pihak kreditur, pengelola atau pengurus perusahaan, investor, serta pemegang kepentingan eksternal dan internal yang lain yang berkenaan dengan kewajiban dan hak mereka, atau bisa juga diartikan dengan sistem yang mengendalikan dan mengarahkan perusahaan.

Pengertian GCG menurut berbagai pihak yaitu:

1) Bank Dunia (*World Bank*)

GCG ialah sekumpulan kaidah, aturan dan hukum yang harus dipenuhi dan memberikan dorongan inerja sumber perusahaan demi menjalankan pekerjaan seefisien mungkin, memberikan hasil ekonomi dalam jangka waktu yang lama serta konsisten bagi nasabah secara keseluruhan dan pemegang saham.

2) OECD atau "*Organization for Economic Cooperation & Development*"

GCG yaitu sekumpulan interaksi antara investor, board, manajemen perusahaan dan pihak lain yang mmeiliki kepentingan dalam suatu perusahaan. Baiknya suatu GCG memberikan insetif atau rangsangan yang baik bagi manajemen dan pemegang saham demi menggapai tujuan yang menjadi kepentingan pemegang saham dan perusahaan serta memberikan fasilitas untuk memonitor perusahaan secara efektif.

Melalui berbagai pandangan tentang GCG diatas, maka bisa disimpulkan bahwasannya GCG ialah sistem yang digunakan untuk mengelola perusahaan yang dirancang guna meningkatkan kepatuhan terhadap nilai etika yang berlaku dan peraturan perundang-undangan, melindungi kepentingan *stakeholders* dan meningkatkan kinerja perusahaan.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Dedi kusmayadi, Dedi Rudiana dan Jajang Badruzaman, *Good Corporate Governance*, 10-11.

## b. Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*

Hakikat GCG ialah upaya untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan pemantauan kerja manajemen atau supervise dan adanya akuntabilitas manajemen terhadap pemangku kepentingan yang lain didasarkan pada kerangka peraturan yang berlaku (Kaihatu, 2006). Oleh karenanya GCG mempunyai tujuan dalam menciptakan nilai tambah bagi seluruh pihak yang memiliki kepentingan didalamnya (Arifin, 2005). Pihak ini meliputi pihak internal yaitu karyawan, direksi, dewan komisaris dan pihak eksternal yaitu masyarakat, pemerintah, kreditur, investor dan *stakeholders*. Tujuan GCG secara spesifik yaitu:

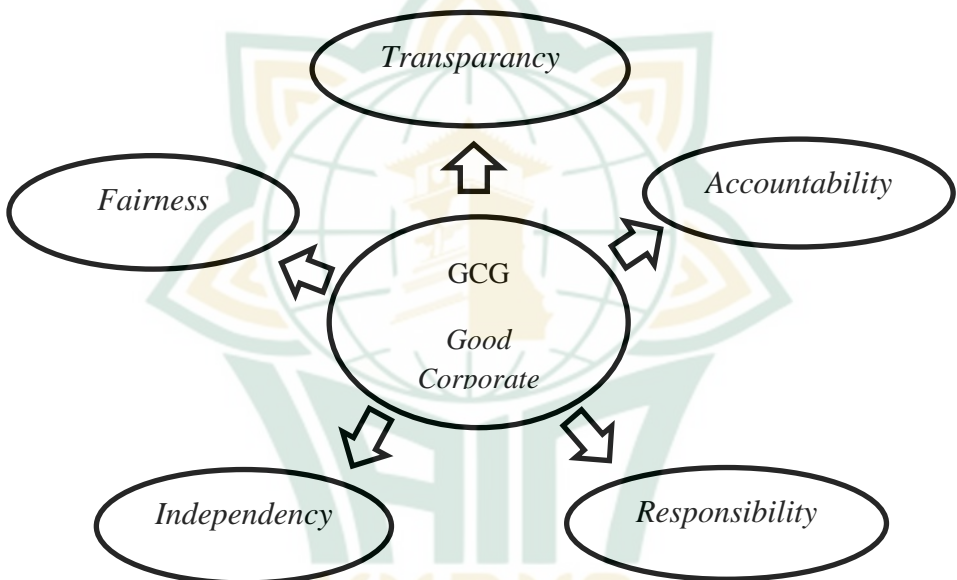
- 1) Meningkatkan konsistensi, efektifitas dan efisiensi perusahaan yang berkontribusi pada terwujudnya kesejahteraan pegawai, investor dan *stakeholders* serta menjadi solusi ketika berhadapan dengan tantangan organisasi di masa mendatang.
- 2) Meningkatkan legitimasi organisasi yang dijalankan secara adil, bisa dipertanggungjawabkan dan terbuka.
- 3) Melindungi dan mengakui kewajiban dan hak para *stakeholders* dan *shareholders*.

Untuk menciptakan GCG, diperlukan keseimbangan antara eksternal dan internal. Keseimbangan internal dijalankan dengan memberikan data yang bermanfaat bagi evaluasi kerja, data mengenai sumber daya yang terdapat dalam perusahaan, segala transaksi dan data yang berguna untuk keputusan manajerial internal. Keseimbangan eksternal sendiri dijalankan dengan memberikan informasi bisnis kepada bank, kreditur, pemegang saham dan organisasi yang lain yang memiliki kepentingan.

Terwujudnya keseimbangan dua hal diatas diperlukan adanya prinsip dasar dalam mempraktikkan GCG. Melalui panduan umum GCG Indonesia, yang diatur oleh KNKG atau

“Komite Nasional Kebijakan Governance” (KNKG, 2006) diberikan lima prinsip GCG yaitu *transparency*, *accountability*, *responsibility*, *independency*, serta *fairness*,<sup>4</sup>

**Gambar 2.1 Prinsip Good Corporate Governance**



- 1) *Transparency* atau keterbukaan, ialah terbuka dalam mengambil keputusan dan memberikan informasi relevan dan materil prihal perusahaan.

Keterbukaan informasi ialah konsep yang populer dalam pengelolaan perusahaan, instansi dan organisasi termasuk didalamnya perusahaan perbankan syariah. *Transparency*

---

<sup>4</sup> Hendrik Manossoh, *Good Corporate Governance untuk Meningkatkan Kualitas Laporan Keuangan*, (Bandung: PT. Norlive Kharisma Indonesia, 2016), 21-22.

perbankan diwajibkan mengungkapkan informasi yang akurat, relevan, mudah diakses, bisa dibandingkan dan kevalidan informasi yang diberikan (Intan dan Emile, 2015).

Terdapat pedoman pokok yang mesti ditaati dalam menjalankan prinsip *transparency* ini, yaitu (KNKG, 2006):

- a) Tersedianya informasi dari perusahaan yang mudah diakses bagi pemangku kepentingan sejalan dengan haknya, bisa dibandingkan, akurat, jelas, memadai dan tepat waktu.
  - b) Informasi yang tersedia ini didalamnya mengenai : tidak hanya mengenai visi dan misi, strategi perusahaan dan sasaran usahanya, kejadian penting yang berdampak pada kondoso perusahaan, pelaksanaan dan sistem GCG serta kepatuhannya, pengendalian dan pengawasan internal, sistem manajemen risiko, kepemilikan saham oleh komisaris dan direksi beserta keluarganya di perusahaan dan perusahaan yang lain, pemegang saham pengendali, kompensasi dan susunan pengurus, dan kondisi keuangan.
  - c) Prinsip keterbukaan ini tidak memberikan pengurangan kepada tanggung jawab untuk memenuhi kerahasiaan perusahaan sejalan dengan aturan undang-undang, hak pribadi dan rahasia jabatan.
  - d) Kebijakan perusahaan ini mestilah dibeirkan dalam tulisan dan secara proporsional dihubungkan dengan pemangku kepentingan.
- 2) *Accountability* atau akuntabilitas, yaitu jelasnya suatu fungsi, struktur, system, dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga perusahaan dapat dikelola secara

efektif. Akuntabilitas juga menjadi syarat utama dalam menggapai kinerja yang konsisten. Terdapat beberapa pedoman yang mesti dijalankan dalam menerapkan prinsip akuntabilitas yaitu: (KNKG, 2006)

- a) Kewajiban perusahaan dalam menetapkan rincian tanggung jawab dan tugas seluruh karyawan dan setiap organ perusahaan dengan jelas dan sesuai dengan strategi, nilai, visi dan misi perusahaan.
  - b) Perusahaan yakin bahwasannya seluruh karyawan dan organ perusahaan memiliki kompetensi yang sejalan dengan peran, tugas dan tanggung jawabnya dalam menjalankan GCG.
  - c) Perusahaan wajib mempunyai ukuran kinerja bagi seluruh jajaran perusahaan yang memiliki konsistensi mengenai tujuan perusahaan, dan adanya sanksi serta penghargaan “*reward and punishment system*”
- 3) *Responsibility* atau pertanggungjawaban, ialah kepatuhan atau kesesuaian dalam mengelola perusahaan berdasarkan prinsip korporasi yang sehat dan aturan undang-undang. Panduan pelaksanaan prinsip ini menurut KNKG yaitu:
- a) Organ perusahaan wajib menjalankan tugasnya berdasarkan prinsip hati-hati dan memastikan kepatuhannya terhadap peraturan perundangan, aturan perusahaan dan anggaran dasar.
  - b) Perusahaan wajib menjalankan tanggungjawab sosial yaitu kepeduliannya terhadap kelestarian lingkungan dan masyarakat khususnya yang berada disekitar perusahaan dengan merencanakan dan melaksanakan program yang memadai.

- 4) *Independency* atau kemandirian, ialah upaya dalam mengelola perusahaan secara profesional tanpa ada tekanan atau pengaruh dari berbagai pihak yang manajemen dan benturan kepentingan yang tidak sejalan dengan aturan dan undang-undang serta prinsip sehat didalam korporasi. Terdapat beberapa pedoman dalam pelaksanaan prinsip ini menurut KNKG yaitu:
  - a) Setiap organ perusahaan wajib mencegah terjadinya dominasi oleh pihak-pihak tertentu, bebas dari benturan tekanan, pengaruh dan benturan kepentingan, tidak terpengaruh oleh kepentingan tertentu sehingga keputusannya bisa didapatkan secara objektif.
  - b) Setiap organ perusahaan wajib melaksanakan tugas dan fungsinya sejalan dengan peraturan dan undang-undang, tidak menyerahkan tanggung jawab kepada yang lainnya atau mendominasi yang lain.
- 5) *Fairness* atau kesewajaran dan kesetaraan ialah sikap setara dan adil ketika melakukan pemenuhan hak *stakeholder* yang muncul didasarkan pada undang-undang dan perjanjian. Prinsip ini mengacu pada pedoman yang dikeluarkan oleh KNKG yaitu:
  - a) Kewajiban perusahaan dalam membuka kesempatan bagi pemangku kepentingan guna memberi pendapat dan masukannya bagi kepentingan perusahaan dan memberikan akses informasi berdasarkan prinsip transparansi sesuai dengan kedudukan masing-masing.
  - b) Perusahaan wajib memberi sikap yang wajar dan setara terhadap pemangku kepentingan sejalan dengan kontribusi dan



manfaat yang diserahkan untuk perusahaan.<sup>5</sup>

**c. Manfaat *Good Corporate Governance***

Menurut FCGI atau “*Forum Corporate Governance in Indonesia*” terdapat berbagai kemanfaatan yang bisa didapatkan ketika menerapkan GCG, yaitu:

- 1) Meningkatkan kinerja perusahaan dengan menciptakan aktivitas dalam mengambil keputusan yang baik, pelayanan kepada *stakeholders*, dan efisiensi operasional perusahaan.
- 2) Memudahkan perolehan biaya yang murah sehingga *corporate value* bisa ditingkatkan.
- 3) Mengembalikan kepercayaan investor agar memberikan modal miliknya di Indonesia.
- 4) Kepuasan pemegang saham mengenai kinerja perusahaannya dimana hal ini bisa memberikan peningkatan pada dividen dan *shareholders value*.

BCBS atau “*Bassel Committee on Banking Supervision*” dalam Sari (2010) menjelaskan bahwasannya manfaat dan tujuan GCG yaitu:

- 1) Mengurangi *agency cost*, biaya yang muncul karena pencegahan terjadinya suatu masalah dan penyalahgunaan wewenang.
- 2) Mengurangi biaya modal yang muncul dalam manajemen yang baik dan mampu meminimalkan risiko.
- 3) Maksimalisasi nilai saham perusahaan agar citra perusahaan di mata publik dapat meningkat dalam jangka waktu yang lama.
- 4) Memberikan dorongan kepada pengelolaan perbankan secara efisien, transparan dan

---

<sup>5</sup> Thomas S Kaihatu, “Good Corporate Governance dan Penerapannya di Indonesia”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 8, No. 1, Maret (2006): 2, diakses pada 03 Juni, 2021, <http://www.petra.ac.id/~puslit/journals/dir.php?DepartmentID=MAN>

profesional serta meningkatkan kemandirian dan fungsi direksi dan dewan komisaris.

- 5) Memberikan dorongan untung pemegang saham, komisaris, dan direksi ketika mengambil keputusan dan melaksanakan tindakannya yang didasarkan pada kepatuhan dan moral yang tinggi.
- 6) Menjaga *Going Concern* perusahaan.<sup>6</sup>

#### d. GCG dalam Perspektif Islam

Konsep yang terdapat dalam Islam lebih komperhensif dan lengkap serta didasarkan kepada ketakwaan kepada Allah dan akhlakul karimah dalam menjalankan amanah agar tidak terjatuh pada perilaku yang tidak jujur dan ilegal.<sup>7</sup> Muqorobin berpendapat bahwasannya terdapat beberapa prinsip acuan dalam menjalankan GCG yaitu.<sup>8</sup>

##### 1) Tauhid

Tauhid ialah pondasi utama ajaran Islam. Tauhid adalah dasar dari aktivitas umat islam dan konsepnya pada bidang budaya, sosial, politik dan ekonomi. Tauhid pada hakikatnya ialah menyerahkan seluruh diri kepada kehendak Allah swt baik berkenaan dengan muamalah ataupun ibadah sehingga segala aktivitas yang dijalankan demi terciptanya

---

<sup>6</sup> Nur Hisamuddin dan M. Yayang Tirta K, “Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah”, *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, Vol. 10, No. 2, Desember, (2012): 115-116, diakses pada 03 Juni, 2021, <http://jurnal.unej.ac.id/index.php/JAUJ/article/view/1254>

<sup>7</sup> Dessy Lailany dan Isfandayani, “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance (GCG) di Bank BRI Syariah Pusat” *Jurnal Masalah*, Vol. 9, No. 1, Mei (2018): 47, diakses pada 03 Juni, 2021, <https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/masalah/article/download/1479/1282>

<sup>8</sup> Muqorobin Masyudi, *Fikih Tata Kelola Organisasi Laba: Sebuah Pengantar*, (Purwokerto: Universitas Muhammadiyah), 4.

pola kehidupan yang sesuai dengan kehendak Allah swt.

Ketika seseorang ingin menjalankan bisnis, maka didrinya diwajibkan memahami hukum islam yang mengatur mengenainya agar aktifitasnya tidak tergolong dalam aktifitas yang merugikan masyarakat dan diharamkan. Terdapat berbagai hal yang mesti diperhatikan ketika seseorang akan bermuamalah yaitu bagaimana kondisi dan suasana muamalah diciptakan sejalan dengan nilai ketuhanan.

## 2) Taqwa dan ridha

Prinsip utama dalam menegakkan institusi Islam ialah rindha dan takwa kepada Allah dan mendapatkan ridha-Nya. Begitu juga dalam pengelolaan muamalah atau bisnis Islam mestilah didasarkan kepada ketakwaan kepada Allah SWT sesuai dengan Q.S at-Taubah: 109,

أَفَمَنْ أَسَّسَ بُنْيَانَهُ عَلَىٰ تَقْوَىٰ مِنَ اللَّهِ وَرِضْوَانٍ خَيْرٌ أَمَّنْ  
 أَسَّسَ بُنْيَانَهُ عَلَىٰ شِقَاٍ جُرُفٍ هَارٍ فَانْهَارَ بِهِ فِي نَارِ جَهَنَّمَ  
 وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ ﴿١٠٩﴾

Artinya: *“Maka apakah orang-orang yang mendirikan masjidnya di atas dasar taqwa kepada Allah dan keridhaan-Nya itu yang baik, ataukah orang-orang yang mendirikan bangunannya di tepi jurang yang runtuh, lalu bangunannya itu jatuh bersama-sama dengan dia ke dalam neraka jahannam. Dan Allah tidak memberikan petunjuk kepada orang-orang yang zalim”*. (Q.S at-Taubah: 109)

### 3) Keseimbangan dan Keadilan

*Mizan* atau *tawazun* memiliki arti keseimbangan dan keadilan sendiri ialah *al-'adalah* yang menjadi dua konsep mengenai ekuilibrium dalam Islam. *Tawazun* mengambil posisi dalam menjelaskan kejadian fisik dimana implikasi sosialnya menjadi wilayah *al-'adalah* dan hal ini merupakan manifestasi dari ketauhidan khususnya dalam konteks social kemasyarakatan termasuk didalamnya keadilan dalam bisnis dan ekonomi.

Keadilan dalam bidang sosial mengharuskan pihak yang menjalankan ikatan untuk berperilaku secara benar ketika mengungkapkan keinginan dan keadaan, menepati janji yang dibuatnya dan memenuhi segala kewajiban.

### 4) Kemashlahatan

Maslahat dimaknai dengan kesejahteraan atau kebaikan di dunia dan setelahnya. Ahli ushul fikih mendefinisikannya dengan semua hal yang memiliki kandungan kebaikan, manfaat dan menghindarkan diri dari mafsadat, kerusakan dan mudarat.<sup>9</sup>

## 2. *Sharia Compliance*

### a. *Pengertian Sharia Compliance*

Istilah “Syariah” biasanya ditujukan kepada lembaga keuangan Islam atau bank Islam. Pengembangan bank Islam atau lembaga keuangan syariah sendiri ialah *Sharia Compliance*. Ini merupakan pilar yang memberikan nilai beda antara bank konvensional dan syariah. System lembaga keuangan syariah dalam praktiknya wajib menjalankan aturan yang ada di dalam Al-Qur’an dan Hadits. Kepatuhan

---

<sup>9</sup> Dessy Lailany dan Isfandayani, “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Good Corporate....”, 49.

terhadap *Sharia Compliance* ialah dasar dalam mengembangkan bank syariah.

Menurut Sutedi (2009: 145), kepatuhan syariah (*sharia compliance*) tidak hanya berkenaan mengenai produk yang terdapat didalam bank syariah saja, namun juga berkenaan dengan identitas, teknik dan sistemnya. Melalui hal ini, budaya perusahaan yang mencakup image, dekorasi dan pakian di dalam perusahaan wajib mematuhi etika Islam. Hal ini bertujuan agar spiritual dan moralitas kolektif dapat tercipta dimana ketika disatukan dengan produksi jasa atau barang menjadi penopang pertumbuhan dan kemajuan kehidupan yang Islami.

Arifin (2009) berpendapat bahwasannya *sharia compliance* yang terdapat di bank syariah ialah diterapkannya berbagai prinsip Islam, taradisi dan syariahnya dalam bertransaksi perbankan dan keuangan serta bisnisnya.<sup>10</sup> Ansori (2001) memberikan pandangannya mengenai *sharia compliance* yang menjadi indikator penjelasan Islami yang memberikan jaminan kepatuhan pada bank syariah terhadap prinsip syariah.<sup>11</sup>

*Sharia Compliance* ialah manifestasi pemenuhan segala prinsip syariah yang terdapat dalam lembaga yang mempunyai kredibilitas, integritas dan karakterisk di bank syariah, maka *Sharia Compliance* secara operasional dimaknai dengan kepatuhan terhadap DSN atau “Fatwa Dewan Syariah Nasional” yang menjadi wujud

---

<sup>10</sup> Zainal Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Tangerang: Aztera Publisher, 2009), 2.

<sup>11</sup> Abdul Aziz Nugraha Pratama, *Perilaku Organisasi Penopang Kepatuhan Syariah Industri Perbankan Syariah*, (Salatiga: LP2M-Press, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2017), 9.

aturan dan prinsip syariah yang wajib dipatuhi dalam perbankan syariah.<sup>12</sup>

Dari berbagai pandangan yang sudah diberikan, bisa disimpulkan bahwasannya *Sharia Compliance* adalah implementasi nilai syariah dilembaga keuangan.<sup>13</sup> Bank syariah ialah lembaga keuangan yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah sehingga dalam pelaksanaannya wajib patuh kepada aturan syariat Islam khususnya berkenaan dengan cara bermuamalah sesuai dengan kaidah Islam. Prinsip ini wajib diimplementasikan dalam berbagai akad yang dipakai dalam produk syariah.<sup>14</sup>

#### **b. Regulasi Kepatuhan Syariah**

Regulasi kepatuhan syariah muncul dengan adanya aturan mengenai perbankan yang beroperasi dibidang syariah. Hal ini sejalan dengan pergantian UU No. 7 Tahun 1992 mejadi UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan yang merupakan dasar dijalankannya perbankan syariah di Indonesia. Aturan ini masih lemah dalam mengatur perbankan syariah sehingga Bank Indonesia mengeluarkan PBI atau “Peraturan Bank Indonesia” dan SEBI atau “Surat Edaran Bank Indonesia” No. 7/35/PBI/2005 menegnai perubahan PBI No. 6/24/PBI/2004 membahas mengenai bank umum yang dijalankan dengan memegang prinsip syariah, serta PBI No. 8/3/PBI/2006 yang mengatur mengenai perubahan bank konvensional menjadi bank umum yang menjalankan prinsip syariah dan pembukaan

---

<sup>12</sup> Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah, Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), 145.

<sup>13</sup> Abdul Aziz Nugraha Pratama, *Perilaku Organisasi Penopang Kepatuhan Syariah....*, 10.

<sup>14</sup> Siti Maria Wardayati, “Implikasi Shariah Governance terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah”, *Jurnal Walisongo*, Vol. 19, No. 1, Mei (2011): 3, diakses pada 03 Juni, 2021, <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/walisongo/article/view/210>

kantornya. Berkenaan dengan regulasi yang sudah ditetapkan sebelumnya, maka diterbitkan UU No. 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah dimana didalamnya mempertegas dalam mengatur mengenai perankan syariah yang ada di Indonesia.<sup>15</sup>

Sumber dari hukum islam ialah Al-Qur'an dan Hadits dan prinsip syariah ialah berbagai aturan yang didasarkan kepada kedua sumber hukum tersebut. Ketika menjalankan prinsip kepatuhan syariah, perlunya dilakukan pembentukan aturan teknis yang dirancang oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam sistem hukum negara yang serupa dengan produk hukum yang sifatnya amali. Melalui peraturan ini, selanjutnya berbagai prinsip syariah dirancang oleh pemuat hukum atau pemberi yang secara khusus dimana sistem hukum keuangan berasal.<sup>16</sup>

Prinsip syariah dirancang dan dijadikan pedoman untuk dewan syariah untuk membuat regulasi mengenai kegiatan keuangan yang didasarkan pada syariah yang diperuntukan bagi perbankan syariah. Selain itu eksistensi prinsip syariah dipakai untuk menyediakan DPS dalam pengawasannya kepada IKBS atau "Industri keuangan Bank Syariah" ataupun IKNB atau "Industri Keuangan Non Bank". Setiap lembaga keuangan syariah berbentuk bank atau tidak diwajibkan mempunyai dewan pengawas dan

---

<sup>15</sup> Luqman Nurhisam, "Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) dalam Industri Keuangan Syariah", *Jurnal hukum IUS QUIA IUSTUM*, Vol. 23, No. 1, Januari (2016): 81-82. diakses pada 09 Juni, 2021, Peraturan Bank Indonesia, <http://www.bi.go.id/id/peraturan/perbankan/Default.aspx>

<sup>16</sup> Haniah Ilhami, "Pertanggungjawaban Dewan Pengawas Syariah sebagai Otoritas Pengawas Kepatuhan Syariah Bagi Bank Syariah", *Mimbar Hukum*, Vol. 21, No. 3, Oktober (2009): 479, diakses pada 09 Juni, 2021, <https://www.neliti.com/publications/40548/pertanggungjawaban-dewan-pengurus-syariah-sebagai-otoritas-pengawas-kepatuhan-sy>

mengikatnya dengan aturan syariah ini dinamakan dengan kepatuhan syariah.<sup>17</sup>

**c. Indikator Sharia Compliance**

Bank syariah sudah memenuhi kepatuhan yang terdapat dalam *sharia compliance* ketika segala entuk kegiatan dan transaksinya tidak terdapat unsur misir, gharar dan riba, bisnis dijalankan dengan orientasi keuntungan halal, memenuhi amanah nasabah kepada bank dan melakukan pengelolaan pada shadaqah, infaq dan zakat dengan amanah. Berikut penjelasannya:

- 1) Transaksi bank tidak dijalankan atas riba  
Pengharaman riba dalam Islam didasarkan pada berbagai pertimbangan kemanusiaan dan moral, dimana hakikat dilarangnya riba ialah menghapus segala bentuk praktik ekonomi yang memunculkan ketidakadilan dan kedzaliman.<sup>18</sup>
- 2) Transaksi bank tidak dijalankan atas gharar  
Taghrir sebagai nama lain dari gharar ialah keadaan dimana informasi yang diberikan tidak menyeluruh disebabkan ketidakpastian dari kedua pihak yang melakukan transaksi “*uncertainty to both parties*”. Terjadinya gharar bisa diketahui dengan adanya hal yang bersifat pasti menjadi tidak pasti.<sup>19</sup>
- 3) Transaksi bank tidak dijalankan atas maisir  
Maisir diartikan dengan penggantungan transaksi kepada realitas yang tidak pasti dan

---

<sup>17</sup> Luqman Nurhisam, “Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) dalam Industri Keuangan Syariah”, *Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies*, Vol. 3, No. 1, Juni (2016): 26, diakses pada 09 Juni, 2021, [www.journalarrainly.com](http://www.journalarrainly.com)

<sup>18</sup> Ummi Kalsum, “Riba dan Bunga Bank dalam Islam (Analisis Hukum dan Dampaknya terhadap Perekonomian Umat)”, *Jurnal Al-‘Adl*, Vol. 7, No. 2, Juli (2014): 67, diakses pada 10 Juni, 2021, <https://ejournal.iainkendari.ac.id/al-adl/article/view/220>

<sup>19</sup> Adiwarman Karim, *Bank Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 32.



sifatnya untung-untungan. Secara sederhana, masiri ataupun judi ialah permainan yang memposisikan satu pihak untuk menanggung beban pihak lainnya. Setiap pertandingan atau permainan waji terhindar dari “*zero sum game*” atau keadaan dimana salah satu pihak harus menanggung beban pihak yang lain.<sup>20</sup>

- 4) Bisnis yang dijalankan oleh bank berbasis keuntungan halal

Halal diartikan dengan dibenarkan. Antonim dari kata halal adalah haram yang diartikan dengan dilarang atau tidak ada pembenaran syariat Islam di dalamnya.<sup>21</sup> Lembaga keuangan syariah melekatkan kata syariah didalam penamaannya dimana hal ini berarti kewajiban lembaga tersebut menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip hukum Islam sesuai dengan fatwa dari DSN-MUI.<sup>22</sup> Prinsip-prinsip yang ada wajib dijalankan oleh bank syariah agar keuntungan yang didapatkannya menjadi keuntungan yang halal.

- 5) Amanah yang dipercayakan nasabah kepada bank harus dijalankan dengan baik

Amanah dalam kajian etimologi ialah hal yang dipercayakan kepada seseorang, titipan dan janji. Sedangkan dalam kajian terminologi ialah sikap dan sifat pribadi yang jujur, tulus dan setia dalam menjalankan hal yang

---

<sup>20</sup> Adiwarmarman Karim, *Bank Analisis....*, 43.

<sup>21</sup> <https://www.halalmuibali.or.id/pengertian-halal-dan-haram-menurut-ajaran-islam/> diakses tanggal 09 Juni 2021 pukul 19.37 WIB.

<sup>22</sup> Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Pasal 1 Nomor 12, <https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Pages/Undang-Undang-Nomor-21-Tahun-2008-Tentang-Perbankan-Syariah.aspx>

dipercayakan kepadanya berbentuk kewajian, tugas, rahasia, dan juga harta benda.<sup>23</sup>

### 3. Kualitas Pelayanan

#### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas yaitu “*meeting the needs of customers*” semua hal yang bisa memenuhi kebutuhan atau keinginan nasabah.<sup>24</sup> Baiknya suatu kualitas akan memberikan penilaian yang baik oleh nasabah, dimana terpenuhinya suatu kualitas akan menumbuhkan rasa kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Sedangkan pelayanan yaitu perbuatan atau tindakan organisasi atau seseorang dalam memberikan kepuasan kepada nasabah atau pelanggan.<sup>25</sup>

Konsep mengenai kualitas pelayanan di kemukakan oleh Wyckof (dalam Tjiptono, 1996:58) sebagai berikut:

“Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelanggan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi masyarakat (pelanggan) penerima layanan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan itu sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas

---

<sup>23</sup> Sudarsono, *Kamus Agama Islam*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003), Cet ke-1, 33.

<sup>24</sup> Vincent Gaspersz, *Total Quality Management*, (Jakarta: Gramedia: Pustaka Utama, 2001), 4.

<sup>25</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafinda Persada, 2005), 15.

pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik buruknya kualitas pelayanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan masyarakat (para penerima layanan) secara konsisten.<sup>26</sup>

Kualitas pelayanan ialah bentuk penilaian nasabah mengenai tingkat pelayanan yang didapatkannya dengan yang diharapkan (Philip Kotler, 1997:38). Definisi mengenai kualitas pelayanan yaitu tingkat perbedaan antara harapan dan kenyataan nasabah mengenai pelayanan yang didapatkan (Rambat Lupiyoadi, 2014:148).<sup>27</sup>

Supriyono mengartikan pelayanan dengan aktivitas yang dijalankan oleh organisasi mengenai kebutuhan nasabah yang memiliki kepentingan sehingga dilayani sesuai dengan harapan nasabah dan bisa menimbulkan kesan sendiri. Diberikannya pelayanan yang baik memunculkan kepuasan dalam diri nasabah. Melalui hal ini bisa diketahui bahwasannya pelayanan menjadi hal penting dalam upaya untuk menarik nasabah dalam memanfaatkan jasa dan produk yang ditawarkan.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> Rahman Mulyawan, *Birokrasi dan Pelayan Publik*, (UNPAD PRESS, Cetakan 1, September, 2016), 47-48.

<sup>27</sup> Dyah Kusumawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT NU Sejahtera Mijen Semarang", *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, Vol. 3, No. 2, (2018): 52, diakses pada 02 Juni, 2021. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/equilibriapendidikan>

<sup>28</sup> Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), cet. Ke 4, 152.

Kualitas pelayanan ialah proses dalam membentuk keterikatan dalam mengelola nasabah, membangun hubungan dalam upaya meningkatkan loyalitas dan nilai nasabah dimana harapannya yaitu mendapatkan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, dimana nasabah yang loyal merupakan asset perusahaan yang wajib dipertahankan.<sup>29</sup>

#### b. Pelayanan dalam Islam

Islam mengajarkan ketika manusia menginginkan mendapatkan kebaikan hasil usaha, maka hendaklah dirinya memberi pelayanan yang baik dan produk atau jasa yang diberikan ialah hal yang berkualitas. Q.S Al-Baqarah ayat 267 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ  
مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ  
تُعِضُوا فِيهِ وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِ حَمِيدٍ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu, dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya, dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (Q.S. Al-Baqarah: 267).

Islam memberikan penekanan kepada keabsahan pelayanan yang harus didasari dengan

<sup>29</sup> Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), 172.

niat yang baik. Pelayanan dengan niat yang baik didalam islam yaitu:

- 1) Pelayanan untuk nasabah sejalan dengan apa yang diinginkan dan nasabah merasakan kepuasan maksimal.
- 2) Munculnya kesukaran dalam melayani nasabah tanpa sepengetahuan nasabah.
- 3) Kesalahan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah sehingga nasabah tidak merasa puas dengan pelayanan petugas.

Demi mencapai kesuksesan dalam berbisnis sesuai dengan apa yang dijalankan dan digapai Nabi Muhammad saw, maka dalam menjalankan bisnis harus berdasarkan pada:

- 1) Shiddiq

Arti dari shiddiq adalah melandaskan perbuatan, keyakinan, ucapannya pada ajaran Islam dan adanya kejujuran dalam diri. Dunia usaha dan kerja sikap jujur dimunculkan dengan ketepatan dan kesungguhan pelayanan dan janji.

- 2) Istiqamah

Arti dari Istiqamah adalah konsistensi dalam menjalankan niat baik dan keimanan walaupun berhadapan dengan beragam tantangan dan godaan. Istiqamah muncul ketika manusia memiliki sikap ulet, sabar, dan teguh sampai memunculkan sesuatu yang maksimal.

- 3) Fathanah

Arti dari fathanah adalah menaati, memahami dan mengerti dengan mendalam mengenai berbagai hal yang menadi kewajiban dan tugas.

- 4) Tabligh

Arti dari tabligh adalah kemampuan dalam menjalin komunikasi dengan baik, mencontohkan dan mengajak dalam menjalani ajaran Islam. Tabligh mesti dijalankan dengan argumentatife, sabar, hikmah dan persuasife

yang nantinya bisa memunculkan hubungan kemanusiaan yang kuat dan solid.

5) Amanah (tanggungjawab)

Arti dari amanah ialah adanya rasa tanggung jawab dalam menjalankan setiap kewajiban dan tugas. Amanah dimunculkan dalam pelayanan, kejujuran, keterbukaan yang ihsan dan optimal dalam semua aspek.<sup>30</sup>

**c. Konsep Kualitas Pelayanan**

Moenir (1995:41) menjelaskan bahwasannya: “Hak atas pelayanan itu sifatnya sudah universal, berlaku terhadap siapa saja yang berkepentingan atas hak itu”. Demi menggapai maksimalnya kualitas pelayanan, maka diwajibkan bagi pemimpin untuk mempunyai kompetensi dalam mengukur kualitas pelayanan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

Pelayanan yang baik wajib dilandaskan pada bukti langsung yang berkaitan dengan sarana dan prasarana, yang meliputi fasilitas fisik dikantor. Selain itu tersedia pula berbagai perlengkapan yang dibutuhkan dalam upaya memberikan pelayanan kepada nasabah agar nasabah mendapatkan manfaat dari pelayanan yang diberikan.

Kualiatas pelayanan bisa didapatkan ketika janji yang diberikan kepada nasabah dibuktikan dengan adanya pelayanan yang responsibel, akurat, dan segera sehingga waktu yang dijalankan untuk menjalankan pelayanan dapat berjalan dengan efektif dan efisien bagi nasabah. Selain itu akurasi pelayanan juga membutuhkan keadilan karyawan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas.

Nasabah akan merasa puas dnegan pelayanan yang diberikan ketika lembaga bisa memenuhi kebutuhan nasabah. Hal ini

---

<sup>30</sup> Didin Hafihuddin dan HendrinTanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), Cet. Ke 1, 71.

meniscayakan adanya kerja dinas yang bisa menjalankan pelayanan secara responsife, maksimal tanpa adanya pilihkasih didalamnya, dimana hal ini berarti bahwasannya pelayanan yang diberikan kepada nasabah setara dan nasabah mendapatkan perlakuan dan perhatian yang sama.

Demi terciptanya pelayanan yang berkualitas, maka dibutuhkan karyawan dengan pengalaman, pengetahuan dan latar belakang pendidikan sesuai dengan bidang yang ditekuninya sehingga kesalahan dalam melayani dapat dihilangkan. Tuntutan terhadap satuan kerja dinas memiliki cakupan kesopanan, kemampuan, pengetahuan dan sifat yang bisa dipercaya seta bebas dari keraguan, risiko dan biaya dalam pelayanan yang diberikan. Sehingga akunatbel, transparansi dan jaminan mutlak dibutuhkan.<sup>31</sup>

#### **d. Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono(2016:51) terdapat lima indikator utama yang berkenaan dengan kualitas layanan, yaitu:

- 1) *Tangible* atau berwujud, ialah ketersediabnya sarana komunikasi, perlengkapan, perlengkapan fasilitas fisik dan kenyamanan.
- 2) *Reliability* atau kehandalan, ialah kompetensi dalam melayani dengan memuaskan, segera dan akurat.
- 3) *Responsiviness* atau ketanggapan, ialah harapan staff dalam memberikan bantuan dan layanan kepada nasabah dengan tanggap.
- 4) *Assurance* atau jaminan, mencakup kebebasan dalam keraguan, risiko, bahaya, sifat staff yang bisa dipercaya, kesopnan, kemampuan dan pengetahuan.
- 5) *Empathy* (empati), mencakup memahami kebutuhan nasabah, kemudahan dalam berhubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi.

---

<sup>31</sup> Rahman Mulyawan, *Birokrasi dan Pelayan Publik*, 61-62.

Kualitas pelayanan untuk nasabah bisa dilihat dengan mengukur berbagai dimensi kualitas pelayanan. Zeitham dkk. (1990; 58-60), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan bisa diukur dengan lima indikator, yaitu :

- 1) *Tangible* (bukti fisik/berwujud), yaitu berkaitan dengan daya tarik material, perlengkapan, fasilitas fisik yang dipakai lembaga dan staff. Dengan indikator:
  - a) Pemanfaatan alat bantu pelayanan
  - b) Kedisiplinan staff dalam memberikan pelayanan
  - c) Kemudahan dalam proses pelayanan
  - d) Kenyamanan lokasi pelayanan
  - e) Penampilan petugas atau aparatur dalam melayani pelanggan
- 2) *Reliability* (kehandalan), yaitu berkenaan dengan kompetensi perusahaan dalam melayani nasabah secara akurat ketika menjelaskan mengenai produk sejalan dengan apa yang sudah menjadi kesepakatan, dimana indikatornya yaitu:
  - a) Keandalan staff dalam memanfaatkan alat bantu pelayanan
  - b) Kemampuan staff dalam memanfaatkan alat bantu pelayanan
  - c) Adanya kejelasan dalam standar pelayanan
  - d) Kecermatan staff dalam memberikan layanan kepada pelanggan.
- 3) *Responsiveness* atau daya tanggap ialah berkaitan dengan kemampuan dan kesediaan karyawan dalam memberikan bantuan kepada pelanggan dan memberikan informasi kapan jasa bisa diberikan secara tepat dan cepat, dimana indikatornya yaitu:
  - a) Memberikan respon kepada nasabah yang menginginkan untuk dilayani.
  - b) Petugas menjalankan pelayanan dengan cermat, tepat dan cepat.



- c) Pelayanan yang diberikan kepada tugas dijalankan dalam waktu yang tepat.
  - d) Petugas memberikan respon seuruh keluhan nasabah.
- 4) *Assurance* atau jaminan, adalah berkaitan dengan kompetensi karyawan dalam memunculkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan dan perusahaan mampu menciptakan rasa aman bagi nasabahnya, dimana indikatornya yaitu:
- a) Jaminan ketepatan waktu dalam pelayanan dari petugas.
  - b) Jaminan biaya dalam pelayanan dari petugas.
  - c) Jaminan kepastian biaya dalam pelayanan dari petugas.
  - d) Jaminan legalitas dalam pelayanan dari petugas.
- 5) *Empathy* (empati), yaitu pemahaman perusahaan mengenai problematika yang dialami nasabah, berperilaku demi kepentingan nasabahnya, memperhatikan nasabah secara personal dan adanya kenyamanan dalam jam operasional, dimana indikatornya yaitu:
- a) Menghargai dan melayani setiap nasabah
  - b) Melayani nasabah tanpa diskriminatif
  - c) Melayani nasabah dengan sopan dan santun
  - d) Mendahulukan kepentingan nasabah.

Melalui hal ini bisa dipahami bahwasannya untuk melakukan pengukuran terhadap kualitas pelayanan tidak hanya memanfaatkan indikator tunggal, dan akan digunakan indikator ganda atau multi indikator. Melalui hal ini bisa diketahui bahwasannya dimensi yang sudah diberikan berpengaruh besar dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh staff dibidang pelayanan pembangunan dan

pemerintah, pertahanan, kesejahteraan rakyat, sosial, kesehatan, pendidikan, dan juga ekonomi.<sup>32</sup>

**e. Dasar-dasar pelayanan yang perlu dikuasai oleh seorang karyawan BMT**

Setiap karyawan BMT harus melayani nasabah secara maksimal. Demi mendapatkan pelayanan yang maksimal, maka staff harus mempunyai dasar pelayanan yang kuat. Berbagai dasar pelayanan yang mesti menjadi kompetensi karyawan yaitu:

- 1) Berpenampilan dan pakian yang bersih dan rapi
- 2) Penuh senyum, bersikap akrab dan percaya diri
- 3) Menyebut nama jika kenal dan menyapanya dengan lembut
- 4) Teknu, hormat, sopan dan tenang dalam mendengarkan pembicaraan
- 5) Berbicara dengan menggunakan bahasa yang benar dan baik
- 6) Memperlihatkan kemampuan dan gairah dalam melayani nasabah
- 7) Tidak memotong dan menyela pembicaraan
- 8) Memberikan kepuasan dan meyakinkan nasabah
- 9) Meminta petugas lain ketika tidak mampu menyelesaikan permasalahan
- 10) Ketika belum bisa memberikan pelayanan maka nasabah diberi tahu kapan pelayanan bisa dilakukan.<sup>33</sup>

**f. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan**

Terdapat enam prinsip utama yang mesti dijalankan oleh lembaga ketika ingin meningkatkan manajemenya demi meningkatkan

---

<sup>32</sup> Ismail Nurdin, *Kualitas Pelayanan Publik (perilaku aparatur dan komunikasi birokrasi dalam pelayanan publik)*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), 57-59.

<sup>33</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2003), 219.

kepuasan nasabah dalam kualitas pelayanannya. Keenam prinsip ini ialah:<sup>34</sup>

1) Kepemimpinan

Prinsip ini memberikan pengaruh yang besar demi berjalannya perusahaan, dimana manajemen puncak memegang teguh strategi, komitmen dan inisiatif. Manajemen harus mengelola perusahaan demi meningkatkan kinerja kualitas pelayanannya agar nasabah merasa puas terhadap kinerja pimpinannya.

2) Pendidikan

Semua karyawan dalam suatu perusahaan harus mendapatkan pendidikan mengenai aspek dan kualitas yang mesti ditekankan dalam pelayanan, mencakup kualitas sebagai teknik, alat, dan strategi bisnis demi memahami kepuasan nasabah.

3) Perencanaan

Perencanaan didalamnya mestilah meliputi tujuan kualitas dan pengukuran yang dipakai dalam mengarahkan perusahaan dalam menggapai visi lembaga.

4) Review

Tahap ini ialah mekanisme yang memberikan jaminan mengenai adanya perhatian yang kontinu dalam menggapai tujuan mutu.

5) Komunikasi

Komunikasi ialah proses dalam menyampaikan gagasan, pesan, ide, dan informasi dari satu pihak ke pihak lainnya. Kualitas pelayanan yang baik terhadap anggota dipengaruhi dengan adanya komunikasi yang baik juga.

6) Penghargaan dan pengukuran

---

<sup>34</sup> M Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), 60.

Penghargaan dan pengukuran ialah aspek yang bermanfaat dalam kualitas pelayanan. Karyawan yang memiliki prestasi dan pengetahuan luas ketika memberikan pelayanan kepada nasabah akan diberikan penghargaan. Hal ini mampu meningkatkan rasa memiliki, moral kerja dan motivasi dalam suatu lembaga, yang pada akhirnya berkontribusi besar pada nasabah dan perusahaan.

#### 4. Kepuasan Nasabah

##### a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Perusahaan jasa memiliki tujuan utama dalam menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan hasil penelitian nasabah terhadap apa yang diinginkan dengan merasakan, mengonsumsi dan membeli jasa ataupun barang.<sup>35</sup> Kepuasan ialah tingkat perasaan manusia ketika melakukan perbandingan jasa atau produk yang diterima dengan hasil kerja yang diinginkan.<sup>36</sup> Melalui hal ini tingkat kepuasan ialah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang diharapkan dengan yang dirasakan. Ketika kinerja sesuai dengan apa yang diinginkan maka rasa puas akan ada dalam diri nasabah, namun ketika kinerja melebihi apa yang diinginkan, maka nasabah akan merasa puas, gembira atau senang dan ketika kinerja tidak sejalan dengan apa yang diinginkan maka nasabah merasa kecewa dan tidak puas.<sup>37</sup>

Kepuasan nasabah ialah ketidakpuasan dan kepuasan merupakan respon nasabah mengenai evaluasi keselarasan yang dirasakannya antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual

---

<sup>35</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 192.

<sup>36</sup> Philip Kotler, *Marketing Manajemen*, (New Jersey: Prentice Hall, 2000), 36.

<sup>37</sup> Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 1999), Edisi Pertama, 52.

produk yang dirasakannya sesudah memakai produk. Dimensi keinginan nasabah dijalankan oleh perusahaan dalam bentuk strategi bauran pemasaran, bahwa nilai nasabah bisa diciptakan dengan:<sup>38</sup>

- 1) Dimensi produk, mencakup: *potential product, augmented product, expected product, basic product* dan *care product*.
- 2) Layanan penjualan, mencakup: proaktif terhadap keinginan dan kebutuhan nasabah, atmosfir pelayanan yang bersahabat dan hangat, kesederhanaan dalam prosedur transaksi dan birokrasi, kemudahan mengakses jaringan perbankan, ketepatan dan kecepatan produk yang diterima, ketepatan dan kecepatan proses transaksi.
- 3) Layanan keluhan dan purna jual, mencakup: customer service ialah bagian layanan purna jual ketika terdapat masalah mengenai produk yang sudah dibeli atau dipakai oleh nasabah, layanan proaktif, layanan yang simpatik, masalah direspon dengan cepat, atau petugas call center yang tugasnya ialah mengatasi keluhan yang dinyatakan oleh nasabah berkenaan dengan pelayanan perbankan.

#### **b. Indikator Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah merupakan perasaan puas dan senang dari nasabah dengan proses pelayanan, kualitas produk, dan berbagai fasilitas yang diperoleh. Dalam mencapai kepuasan terdapat berbagai indikator yang dipakai, sebagai berikut:

- 1) Keselarasan kenyataan dengan harapan nasabah:
  - a) Keselarasan kenyataan dan informasi mengenai produk
  - b) Pelayanan yang diterima selaras dengan harapan

---

<sup>38</sup> Philip Kotler, *Marketing Manajemen.....*, 195.

- 2) Loyalitas anggota terhadap produk dan pelayanan:
  - a) Memanfaatkan kembali produk
  - b) Daya tahan nasabah untuk tidak berpindah produk dan pelayanan pesaing
- 3) Rekomendasi positif anggota kepada pihak lain:
  - a) Rekomendasi positif kepada orang lain karena pelayanannya
  - b) Rekomendasi positif kepada orang lain karena kualitas produknya.<sup>39</sup>

### c. Strategi Kepuasan Nasabah

Berbagai strategi kepuasan nasabah yang hendak dicapai dan dipenuhi oleh perusahaan ialah:<sup>40</sup>

- 1) Strategi pemasaran berkesinambungan atau “*Relationship marketing strategy*” yang diartikan dengan terjalinnya hubungan yang baik secara berkesinambungan dengan nasabah, khususnya dalam hubungan jangka panjang. Nasabah loyal kepada perusahaan tidak hanya cukup sampai taraf kepuasannya.
- 2) Strategi pelayanan prima, ialah penawaran pelayanan yang baik dibandingkan dengan pesaing perusahaan. Biaya yang besar biasanya dibutuhkan dalam upaya ini, namun dampak yang diberikan kepada nasabah juga positif. Hal ini berlaku kebalikannya ketika biaya yang dikeluarkan kecil maka nasabah akan merasakan dampak kecil.

## B. Penelitian Terdahulu

Bagian ini akan menyajikan mengenai penelitian yang sudah pernah dijalankan namun dengan menggunakan sudut pandang yang berbeda dengan tujuan

---

<sup>39</sup> Dyah Kusumawati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk....”, 54.

<sup>40</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*..., 205.

akan memperkaya pengetahuan yang nantinya didapatkan. Penelitian yang sudah pernah dilakukan akan diuraikan dalam tabel berikut:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

| Peneliti  | Judul Penelitian   | Variabel   | Hasil Penelitian  | Persamaan  | Perbedaan   |
|---|--|--|---|--|---|
| Hana Septi Kuncaraningsih, M. Rasyid Ridla (2015) | “ <i>Good Corporate Governance</i> dalam Meningkatkan Kepuasan Muzakki di Badan Amil Zakat Nasional I” | <i>Good Corporate Governance</i> (X)<br>Kepuasan Muzakki (Y) | “Hasil pengujian yang dilakukan menyatakan bahwasannya <i>Good Corporate Governance</i> memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan muzakki pada BAZNAS Kabupaten Sleman, sebesar 16,3%, sedangkan 83,7% merupakan | Variabel independen :<br>- <i>Good Corporate Governance</i><br><br>Variabel dependen :<br>- Kepuasan muzakki/nasabah | Variabel independen :<br>- <i>Sharia compliance</i><br>- Kualitas pelayanan |

|                        |   |   |   |  |   |
|------------------------|---|---|---|--|---|
|                        |   |   | pengaruh dari faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.” <sup>41</sup>  |  |   |
| Dyah Kusumawati (2018) | “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT NU Sejahtera | Kualitas Pelayanan (X1)<br>Kualitas Produk (X2)<br>Kepuasan Anggota (Y) | “Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwasanya terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota dengan nilai korelasinya yaitu 0,920.” <sup>42</sup> | Variabel independen :<br>-Kualitas pelayanan<br>Variabel dependen :<br>- Kepuasan nasabah/anggota. | Variabel independen :<br>- Kualitas produk<br>-Good corporate governance<br>- Sharia compliance |

<sup>41</sup> Hana Septi Kuncaraningsih dan M. Rasyid Ridla, “Good Corporate Governance dalam Meningkatkan Kepuasan Muzakki di Badan Amil Zakat Nasional” *Jurnal MD Membangun Profesionalisme Keilmuan*, Vol. 1, No. 1 (2015): 97-113, <https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/JMD/article/view/293>

<sup>42</sup> Dyah Kusumawati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT NU Sejahtera Mijen Semarang”,



|   |  |   |  |   |  |
|---|--|---|--|---|--|
|   | a Mijen Semarang”  |   |  |   |  |
| Orin Verawati Ramadan i, Abd Rahman Kadir, Abdullah Sanusi (2018) | “Analisis Pengaruh <i>Shariah Compliance</i> dan <i>Assurance</i> terhadap Kepuasan Nasabah BMT Barokatul Umah di Kabupaten Merauke” | <i>Shariah Compliance</i> (X1)<br><i>Assurance</i> (X2)<br>Kepuasan Nasabah (Y) | “Hasil pengolahan data memperlihatkan bahwasannya dimensi <i>Shariah Compliance</i> dan <i>Assurance</i> sudah dijalankan dengan baik, dan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BMT Barokatul Ummah. Hal ini berarti meningkatnya dimensi | Variabel independen : <i>Shariah Compliance</i><br><br>Variabel dependen : Kepuasan nasabah | Variabel independen :<br>- <i>Assurance</i><br>- Good corporate governance<br>- Kualitas Pelayanan |

*Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, Vol. 3, No. 2 (2018): 51-57,  
<http://journal.upgris.ac.id/index.php/equilibriapendidikan>

|   |   |   |  |  |   |
|---|---|---|--|--|---|
|   |   |   | <p><i>Shariah Compliance dan Assurance</i> maka kepuasan nasabah juga meningkat.<sup>43</sup></p>  |  |   |
| <p>Atika Oktaviani, Lucky Rachmawati (2019)</p> | <p>“Persepsi Nasabah tentang Kepatuhan Syariah dan <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya.”</p> | <p>Kepatuhan Syariah (X1)<br/><i>Good Corporate Governance</i> (X2)<br/>Loyalitas Nasabah (Y)</p> | <p>“Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwasanya Variabel kepatuhan syariah dan <i>good corporate governance</i> secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah. Berdasar kan uji parsial</p> | <p>Variabel independen :<br/>- Kepatuhan syariah (<i>sharia compliance</i>)<br/>-<i>Good corporate governance</i>.</p> | <p>Variabel independen :<br/>- Kualitas Pelayanan</p> |

<sup>43</sup> Orin Verawati Ramadani, Abd Rahman Kadir, dan Abdullah Sanusi, “Analisis Pengaruh Shariah Compliance dan Assurance terhadap Kepuasan Nasabah BMT Barokatul Ummah di Kabupaten Merauke”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 9, No. 2 (2018): 349-373, <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/economica/article/view/2662>

|   |   |                                     |  |  |   |
|---|---|-------------------------------------|--|--|---|
|   |   |                                     | memperlihatkan bahwasannya variabel kepatuhan syariah tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah. Sedangkan variabel <i>good corporate governance</i> berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah.” <sup>44</sup> |  |   |
| Ni Putu Lenny Pratiwi, Ni Ketut Seminari (2015) | “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan | Kualitas Pelayanan (X1) Kepercayaan | “Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwasannya   | Variabel independen : kualitas pelayanan variabel dependen | Variabel independen : - <i>Good corporate</i> |

<sup>44</sup> Atika Oktaviani dan Lucky Rachmawati, “Persepsi Nasabah tentang Kepatuhan Syariah dan Good Corporate Governance terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 2 (2019): 162-169, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/28565/26143>

|   |   |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|
|   | dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah”                  | (X2)<br>Nilai Nasabah (X3)<br>Kepuasan Nasabah (Y) | secara parsial kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Dauh Ayu Denpasar. <sup>45</sup> | :<br>-<br>Kepuasan nasabah.                            | <i>governance</i><br>-<br><i>Sharia compliance</i> |
| Novieta Merry Charolina, Fena Ulfa Aulia, dan Lasmi Febrianin | <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) sebagai Faktor Penentu | <i>Good Corporate Governance</i>                   | Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan GCG tidak berpengaruh   | Variabel independen : <i>Good Corporate Governance</i> | Objek penelitian                                   |

<sup>45</sup> Ni Putu Lenny Pratiwi dan Ni Ketut Seminari, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 5 (2015). 1422-1433, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/11823>

|                |   |  |   |  |  |
|----------------|---|--|---|--|--|
| grum<br>(2021) | Loyalitas<br>Nasabah<br>Bank<br>Umum<br>Syariah |  | ruh<br>terhadap<br>loyalitas<br>nasabah<br>bank<br>umum<br>syariah.<br>Dengan<br>begitu<br>loyalitas<br>nasabah<br>di bank<br>umum<br>syariah<br>tidak<br>terbentuk<br>karena<br>adanya<br>pelaksana<br>an GCG<br>dalam<br>bank<br>umum<br>syariah. <sup>46</sup> |  |  |
|----------------|---|--|---|--|--|

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir ialah pemahaman mendasar dan digunakan sebagai landasan bagi pemikiran selanjutnya. Kerangka berpikir juga dimaknai dengan sebuah pemahaman yang menjadi landasan pemahaman yang lain, sebuah pemahaman yang paling dasar dan menjadi fondasi bagi setiap pemikiran lainnya.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Novieta Merry Charolina, Fena Ulfa Aulia, Lasmi Febrianingrum, "Good Corporate Governance (GCG) sebagai Faktor Penentu Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah", *Jurnal Akuntansi Integratif*, Vol. 7, No. 2, Oktober (2021), 145-162, <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/JAI/article/download/568/350>

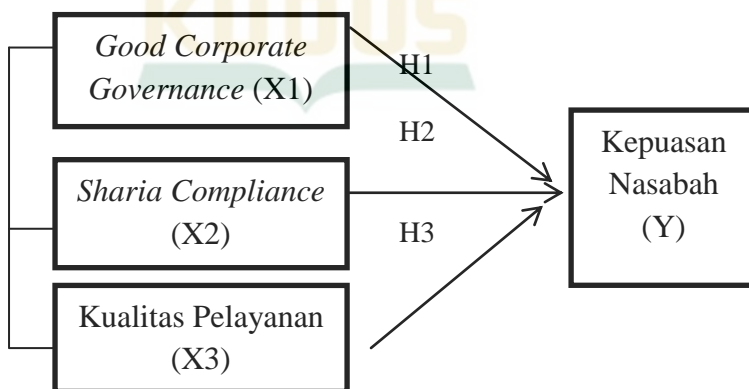
<sup>47</sup> Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 166.

Kerangka berpikir diposisikan sebagai dasar dalam memberikan jawaban mengenai beragam pertanyaan penelitian yang ditetapkan di rumusan masalah. Kerangka berpikir menjadi kerangka konseptual yang memiliki relevansi dalam memberikan jawaban mengenai penyebab suatu permasalahan. Kerangka berpikir disusun sedemikian rupa guna membuktikan kecermatan dan kebenaran dari kajian pustaka dan dikuatkan dengan berbagai hasil penelitian yang sudah dilakukan yang mempunyai hal yang relevan dengan tema penelitian ini. Urgensi kerangka berpikir yaitu digunakan untuk memberikan dorongan dan bantuan kepada peneliti agar penelitiannya berpusat dan digunakan untuk memahami hubungan diantara variabel tertentu yang sudah dipilih, memudahkan untuk menyadari dan memahami keunggulan dan kelemahan penelitian yang dilakukan daripada penelitian terdahulu.<sup>48</sup>

Penelitian ini mempunyai empat variabel, meliputi tiga variabel independen yaitu *good corporate governance*, *sharia compliance*, dan kualitas pelayanan, serta satu variabel dependen yaitu kepuasan nasabah yang diposisikan sebagai suatu permasalahan yang penting.

Berikut ini kerangka konseptual yang dipakai dalam penelitian:

**Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran**



<sup>48</sup> Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik...*, 167-168.

#### D. Hipotesis

Hipotesis ialah jawaban sementara dari rumusan permasalahan yang sudah ditetapkan berbentuk pertanyaan. Jawaban ini didasarkan pada teori yang menjelaskan mengenai tema penelitian, belum menyetuh fakta dari lapangan yang didapatkan dengan teknik pengumpulan data.<sup>49</sup>

Pada suatu penelitian yang dijalankan terhadap populasi, dapat terjadi hipotesis penelitian namun tidak ada hipotesis statistic. Hal yang harus diperhatikan bahwasannya hipotesis hanya menjadi jawaban yang sifatnya masih sementara terhadap rumusan permasalahan dan hipotesis lain yang hendak diuji dinamakan dengan hipotesis kerja. Kealikan dari hipotesis kerja adalah hipotesis nihil atau nol. Penyusunan hipotesis kerja didasarkan pada teori yang andal, sedangkan hipotesis nol muncul karena terdapat keraguan terhadap teori yang digunakan.<sup>50</sup>

Melalui berbagai pandangan yang sudah diberikan, maka bisa membuat dugaan sementara sebagai berikut:

1. Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian terdahulu oleh Hana Septi Kuncaraningsih dan M. Rasyid Ridla, dimana hasil penelitiannya yaitu terdapat pengaruh yang signifikan dan positif *Good Corporate Governance* terhadap kepuasan *muzakki* pada BAZNAS Kabupaten Sleman. Meningkatnya *Good Corporate Governance* juga berdampak pada meningkatnya kepuasan *muzakki* dan juga sebaliknya menurunnya *Good Corporate Governance* maka kepuasan *muzakki* juga mengalami penurunan.

H1 : *Good corporate governance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

---

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 99.

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 106.

2. Pengaruh *Sharia Compliance* terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian terdahulu oleh Orin Verawati Ramadani, Abd Rahman Kadir, dan Abdullah Sanusi, dimana hasil penelitiannya yaitu terdapat pengaruh baik secara simultan ataupun parsial *shariah compliance* dan *assurance* terhadap kepuasan nasabah BMT Barokatul Ummah. Meningkatnya dimensi *Shariah Compliance* dan *Assurance* maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi.

H2 : *Sharia compliance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian terdahulu oleh Dyah Kusumawati dimana hasil penelitiannya yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota di KSPPS BMT NU Sejahtera sebesar 92%.

Penelitian terdahulu oleh Ni Putu Lenny Pratiwi dan Ni Ketut Seminari, dimana hasil penelitiannya yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Dauh Ayu Denpasar secara parsial dan simultan.

H3 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.