

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Konsep Dasar Bank Sumut Syariah

2.1.1.1 Definisi Bank Sumut Syariah

Peraturan Bank Syariah di Indonesia telah tertuang dalam aturan Undang-Undang No. 21 tahun 2008 yang berisikan tentang perbankan syariah. Adapun Bank Syariah harus menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank SUMUT Syariah adalah salah satu Unit Usaha Syariah (UUS) yang menjadi tujuan masyarakat untuk membuka rekening tabungan syariah. Hadirnya Bank SUMUT Syariah sebagai bank yang menggabungkan antara nilai rohani dan idealisme usaha, dan merupakan solusi baru bagi perbankan di Indonesia.

Sebagai Bank BUMD milik Pemerintah Daerah, PT Bank Pembangunan Daerah Sumatra Utara (Bank Sumut) memiliki tujuan dan peran dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah serta sebagai salah satu

sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

Bank Sumut berharap penggunaan konsep bisnis yang berkelanjutan adalah memberikan dampak positif untuk kehidupan masyarakat berikut dengan lingkungannya. Salah satu instrumen mewujudkan hal tersebut adalah dengan menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan.

2.1.1.2 Produk Bank Sumut Syariah

Berikut ini merupakan produk-produk yang dikeluarkan oleh Bank Syariah sebagai berikut:

1. Produk pendanaan (*Funding*)

Produk pendanaan merupakan produk yang dikeluarkan oleh bank kepada masyarakat, dengan produk ini bank dapat memperoleh dan mengambil dana, seperti Tabungan, Deposito, dan Giro.

a. Tabungan

Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang produknya dapat diambil apabila nasabah membutuhkan, dan bagi hasilnya rendah untuk yang menabung. Akan tetapi produk ini adalah produk yang menghimpun dana lebih yang dimana biaya minimal bagi pihak bank tersebut akan menawarkan bagi hasil yang rendah.

Pada masa sekarang sudah ada produk yang gabungan dari tabungan dan deposito seperti produk tabungan berencana yang sifatnya itu hampir sama dengan tabungan biasa akan tetapi nasabah wajib menyetor dana secara rutin sesuai dengan kemampuan nasabah, kemudian tidak boleh diambil dalam

waktu tertentu. Tabungan berencana ini bagi hasilnya lebih besar dibandingkan kesulitan dalam mengatur keuangan mereka, maka nasabah terkadang memilih tabungan ini sebagai strategi dalam mengatur keuangan keluarga dan dilengkapi fasilitas asuransi jiwa (Al- Arif, 2012).

Tabungan adalah simpanan uang di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu. Umumnya bank akan memberikan buku tabungan yang berisi informasi seluruh transaksi yang Anda lakukan dan kartu ATM lengkap dengan nomor pribadi (PIN). Dalam perkembangannya saat ini, terdapat beberapa jenis tabungan yang tidak lagi menggunakan buku tabungan melainkan *internet/mobile banking* (OJK, 2019).

b. Deposito

Menurut UU Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008, deposito adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad yang disepakati oleh nasabah dan bank syariah dan/atau UUS.

Deposito adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu menurut perjanjian antara pihak ketiga dan bank yang bersangkutan. Penarikan yang dimaksud ialah simpanan yang

ditarik oleh si penyimpan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah penyimpan dengan bank (Hermansyah, 2005).

c. Giro

Giro adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan cek, surat perintah pembayaran lainnya, atau dengan cara pemindahbukuan. Simpanan giro ini mempunyai kegunaan bagi si penyimpan yaitu dapat membayar transaksi jual beli dengan mempergunakan cek, bilyet giro, atau sarana pemerintah pembayaran lainnya (Hermansyah, 2005).

Simpanan giro merupakan simpanan yang berasal dari masyarakat atau dana pihak ketiga yang dapat ditarik setiap saat menggunakan sarana penarikan berupa cek dan bilyet giro atau sarana lainnya. Memiliki rekening giro sama dengan memiliki uang tunai, pebisnis dan masyarakat dapat dengan mudah melakukan transaksi bisnisnya hanya dengan melakukan pembayaran cek atau bilyet giro (Ismail, 2014: 28).

2. Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

Produk penyaluran dana adalah produk yang dapat menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan agar masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank dengan memenuhi semua persyaratan dan ketentuan yang berlaku. Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi

yang telah direncanakan, baik dari lembaga maupun individu. Adapun produk – produk yang sedang dikembangkan di PT. Bank Sumut Syariah yaitu :

a. Tabungan *Marhamah*

Tabungan *Marhamah* adalah salah satu produk perbankan syariah yang disediakan oleh Bank Sumut. Produk ini dirancang untuk memfasilitasi nasabah dalam menabung sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang tidak melibatkan *riba* (bunga) dan mengedepankan sistem bagi hasil. Nama “Marhamah” sendiri berasal dari bahasa Arab yang berarti kasih sayang atau belas kasih.

Tabungan ini memiliki biaya administrasi yang lebih rendah atau bahkan bebas biaya administrasi. Alih-alih mendapatkan bunga, nasabah akan mendapatkan keuntungan berdasarkan bagi hasil dari investasi yang dilakukan oleh bank menggunakan dana tersebut. Produk ini sangat cocok bagi individu yang ingin menabung sambil tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah Islam.

b. Tabungan *Mudharabah*

Tabungan *Mudharabah* adalah jenis produk tabungan dalam perbankan syariah yang didasarkan pada akad *Mudharabah*, yaitu suatu bentuk kerjasama antara pemilik dana (*shahibul maal*) dan pengelola dana

(*mudharib*). Dalam konteks tabungan ini, nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* yang menyimpan uangnya di bank, sementara bank bertindak sebagai *mudharib* yang mengelola dana tersebut untuk investasi yang sesuai dengan prinsip syariah.

c. Tabungan *Marwah*

Tabungan *Marwah* adalah salah satu produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank Sumut. Produk ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam menabung sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Tabungan *Marwah* dikelola berdasarkan prinsip-prinsip perbankan syariah, khususnya akad *Wadiah Yad Dhamanah*. Dalam akad ini, nasabah menitipkan dananya kepada bank dan bank bertanggung jawab untuk mengelola dana tersebut. Produk ini biasanya memiliki biaya administrasi yang rendah atau bahkan bebas biaya administrasi, tergantung pada kebijakan bank. Sesuai dengan prinsip syariah, Tabungan *Marwah* tidak memberikan bunga, tetapi nasabah dapat menerima bonus dari bank yang sifatnya tidak mengikat dan diberikan atas kebijaksanaan bank.

d. Tabungan *Haji Makbul*

Tabungan *Haji Makbul* adalah produk tabungan yang dirancang khusus untuk membantu nasabah mempersiapkan dana guna melaksanakan ibadah haji. Produk ini biasanya ditawarkan oleh bank syariah dan

memiliki beberapa fitur serta manfaat yang sesuai dengan kebutuhan calon jamaah haji.

Tabungan ini secara khusus ditujukan untuk mengumpulkan dana haji, membantu nasabah dalam merencanakan dan mempersiapkan biaya perjalanan haji. Nasabah dapat membuka tabungan dengan setoran awal yang terjangkau dan melanjutkannya dengan setoran berkala sesuai kemampuan hingga mencapai jumlah yang dibutuhkan untuk pendaftaran haji. Setelah dana mencapai jumlah yang diperlukan, bank biasanya akan membantu nasabah dalam proses pendaftaran haji di Sistem Informasi dan Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) Kementerian Agama Republik Indonesia.

e. Tabungan *Smart IB*

Tabungan *Smart IB* adalah produk tabungan yang biasanya ditawarkan oleh bank-bank syariah di Indonesia, seperti Bank Syariah Indonesia (BSI). Tabungan ini dirancang untuk memberikan fleksibilitas dan kemudahan bagi nasabah dalam mengelola keuangan mereka, sambil tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah. Tabungan ini dikelola berdasarkan prinsip-prinsip perbankan syariah, seperti akad *Wadiah* (titipan) atau *Mudharabah* (bagi hasil), tergantung pada kebijakan bank.

f. Tabungan *Wadiah*

Tabungan *Wadiah* adalah produk tabungan yang disediakan oleh bank-bank syariah berdasarkan akad *wadiah* (titipan). Dalam akad *wadiah*, nasabah menitipkan dananya kepada bank dengan amanah bahwa bank akan menjaga dan mengelola dana tersebut tanpa memberikan imbalan berupa bunga. Bank sebagai pengelola dana memiliki kewajiban untuk menjaga dan mengembalikan dana tersebut kapan saja nasabah membutuhkannya.

Akad yang digunakan adalah akad *wadiah yad dhamanah*, yang berarti titipan dengan tanggung jawab penuh dari pihak bank untuk menjaga dan mengelola dana yang dititipkan. Bank bertanggung jawab penuh atas keamanan dana yang dititipkan dan harus mengembalikan dana tersebut kapan saja nasabah membutuhkannya.

2.1.2. Konsep Dasar Nasabah

2.1.2.1 Definisi Nasabah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Nasabah adalah orang yang biasanya berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan). Muhammad(2005,hal 225) nasabah adalah seseorang yang secara kontinu dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.Fokus dari dinamika perbankan kualitas perbankan terletak pada kepuasan nasabah (*customer satisfaction*), oleh karena itu perlu dipahami hal-hal yang berkaitan dengan nasabah. Nasabah adalah semua orang yang menuntut suatu bank

untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu dan karena itu memberikan pengaruh pada *performance* perbankan. Beberapa terminologi tentang nasabah dapat diberikan sebagai berikut:

- a. Nasabah adalah orang yang tidak tergantung kepada bank, tetapi bank lah yang tergantung pada nasabah.
- b. Nasabah adalah orang yang membawa bank kepada keinginannya.
- c. Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi dengan nasabah.
- d. Nasabah adalah orang yang eksistensinya teramat sehingga harus dipuaskan oleh perbankan.

Dalam sistem kualitas modern terdapat 3 (tiga) jenis nasabah yang harus dipuaskan kebutuhannya yaitu *internal customer* (nasabah internal), *intermediate customer* (nasabah antara) dan *eksternal customer* (nasabah eksternal). Nasabah internal merupakan orang yang berada di dalamperbankan dan memiliki pengaruh pada performasi bank. Nasabah antara merupakan orang yang bertindak atau berperan sebagai perantara, bukan sebagai pengguna akhir (*end user*) produk dan jasa. Nasabah eksternal merupakan orang yang membayar untuk menggunakan produk dan jasa yang dihasilkan.

2.1.2.2 Sifat-Sifat Nasabah

Sifat-sifat nasabah adalah sebagai berikut:

- a. Nasabah dianggap sebagai raja.

Petugas *Customer Service* harus menanggapi nasabah adalah raja, artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya.

- b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Kedatangan nasabah ke bank adalah agar hasrat atau keinginannya terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi, atau keluhan-keluhan.

- c. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung.

Sudah merupakan hukum alam bahwa nasabah paling tidak suka dibantah atau didebat. Usaha setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks. Pandai-pandailah mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

- d. Nasabah mau diperhatikan.

Nasabah yang datang ke bank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian.

- e. Nasabah merupakan sumber pendapatan bank.

Pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabah.

2.1.3 Konsep Dasar Nasabah Prioritas

2.1.3.1 Definisi Nasabah Prioritas

Priority adalah kata Bahasa Inggris yang jika diartikan ke dalam Bahasa Indonesia artinya adalah Prioritas. Pengertian prioritas menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah yang didahulukan dan diutamakan daripada yang lain. Dalam setiap perbankan produk pelayanan nasabah prioritas memiliki nama yang berbeda-beda.

Nasabah yang menggunakan pelayanan nasabah prioritas dalam suatu bank, maka yang ingin dicapai oleh nasabah tersebut adalah kemudahan atau kenyamanan pelayanan dalam transaksi yang lebih dari

yang didapat oleh nasabah biasa baik pelayanan yang sifatnya lebih cepat atau lebih mudah prosedurnya.

Pada prinsipnya setiap nasabah bank syariah berhak untuk diperlakukan secara *equal treatment* (kesetaraan perlakuan). Seluruh nasabah berhak mendapatkan layanan prima yang sejalan dengan Al - Quran surah Qasas 28: Ayat 77) yang berbunyi:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ
اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ فَضَاءِلُهُ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ۚ

"Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan."(q.s al-qhasas :28 ayat 7)

Namun demikian, ini tidak berarti bahwa bank syariah tidak diperkenankan memberikan layanan ekstra terhadap nasabah yang memberikan kontribusi lebih, khususnya dalam bentuk penempatan dana yang signifikan dengan jumlah nominal tertentu. Nasabah yang demikian ini umumnya disebut sebagai Nasabah Prioritas Adanya layanan ekstra (yang kemudian umumnya juga disebut dengan Layanan Prioritas) tidaklah bertentangan dengan prinsip keadilan yang diusung oleh syariah. Sebab, keadilan tidak selalu identik dengan kesamaan.

2.1.4 Konsep Dasar Kualitas Pelayanan

2.1.4.1 Definisi Kualitas

Menurut Kotler kualitas ialah suatu kondisi dinamis yang berhubungan antara produk, jasa, proses manusia, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Terdapat lima macam perspektif kualitas menurut Garvin, antara lain:

a. Pendekatan Transedental (*transcendental approach*)

Dalam pendekatan ini kualitas dipandang sebagai keunggulan bahwa nilai kualitas dapat dirasakan atau diketahui tetapi sulit untuk didefinisikan dan dioperasionalkan.

b. Pendekatan berbasis produk (*product-based approach*)

Pendekatan ini menganggap bahwa kualitas berarti karakteristik atau atribut yang dapat di kuantitatifkan dan dapat diukur.

c. Pendekatan berbasis pengguna (*user-based approach*)

Didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas bergantung pada orang yang memandangnya sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang.

d. Pendekatan berbasis manufaktur (*manufacturing-based approach*)

Berdasarkan pada pemasok (supply-based) dan secara khusus memperhatikan praktik perekayasaan dan kemanufakturan serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kesamaan dengan persyaratan.

e. Pendekatan berbasis nilai (*value-based approach*)

Kualitas disini didasarkan dalam perspektif relative sehingga produk

yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat untuk dibeli (*best-buy*).

2.1.4.2 Definisi Pelayanan

Menurut Kotler, pelayanan ialah suatu hal yang tidak terwujud dimana suatu hal ini disebut tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Menurut definisi lain, pelayanan ialah suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah, tindakan tersebut dapat dilakukan secara langsung ketika sedang menghadapi atau melayani pelanggan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan berarti sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya yakni kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani yang sifatnya tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Sifat dari pelayanan itu sendiri yaitu tidak dapat diraba karena pada kenyataannya pelayanan tersebut terdiri dari tindakan nyata seseorang yang nantinya akan berpengaruh dalam tindakan sosial.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pelayanan ialah setiap tindakan yang sifatnya menyenangkan atau memberikan rasa puas kepada orang lain, tidak berwujud, dan tidak mengakibatkan kepemilikan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain disertai dengan kemudahan dalam memenuhi suatu kebutuhan.

2.1.4.3 Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2017: 180) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty (2017:65) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan Kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan.

Menurut Leon G Schiffman (2015: 139) menyatakan bahwa *it is more difficult for consumers to evaluate the quality of service than the quality of products. This is true because of certain distinctive characteristic of service: they are intangible, they are variable, they are perishable, and they are simultaneously produced and consumed.* Yang artinya bahwa lebih sulit bagi konsumen untuk mengevaluasi Kualitas pelayanan daripada kualitas produk. Ini benar karena karakteristik khusus layanan tertentu: mereka tidak berwujud, mereka berupa variabel, mereka mudah rusak karena harus mempertahankan reputasi, dan mereka secara bersamaan diproduksi dan dikonsumsi.

Menurut Kotler dalam Etta Mamang Sangadji (2013: 99) menyatakan bahwa kualitas pelayanan atau jasa merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Atep Adya Brata (2003) menyatakan bahwa berbicara mengenai kualitas pelayanan, ukuran nya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena mereka lah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur

kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

2.1.4.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut Kotler dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwati (2017: 65) adalah sebagai berikut:

1. *Reliability*, kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat.
2. *Responsiveness*, kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
3. *Assurances*, pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menjamin mutu sehingga peserta percaya dan yakin.
4. *Empathy*, perhatian individual terhadap pelanggan.
5. *Tangibles*, penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana dan prasarana.

Sementara menurut Parasuraman dalam Etta Mamang Sangadji (2013: 100) menyatakan bahwa lima indikator kualitas jasa atau layanan adalah:

1. Kehandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.

2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
3. Jaminan (*assurances*), meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko.
4. Empati, yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen dalam bentuk perhatian pribadimm dan kemudahan untuk melakukan komunikasi.
5. Produk fisik (*tangible*), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan saran komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.

2.1.4.5 Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

Menurut Kasmir, ada beberapa palayanan yang diberikan kepada nasabah yaitu sebagai berikut:

- a. Tersedianya karyawan yang baik
 Kenyamanan yang dirasakan nasabah sangat bergantung dari karyawan yang melayaninya. Hendaknya karyawan yang sedang melayani konsumen atau nasabah harus mampu memikat dan mengambil hatinya dengan tujuan nasabah dapat semakin tertarik terhadap produk yang ditawarkan.
- b. Ketersediaan dan kelengkapan sarana prasarana

Dalam memberikan pelayanan tentunya nasabah berharap memperoleh pelayanan yang terbaik, tidak hanya melalui sumber daya manusianya akan tetapi juga melalui sarana prasarana yang tersedia di perusahaan harus memiliki nilai kenyamanan tersendiri.

c. Bertanggung jawab kepada nasabah

Karyawan dalam melakukan pekerjaan harus bertanggung jawab dan dituntut mampu melayani sampai tuntas, nasabah akan merasa senang dan nyaman jika karyawan mampu memberikan tanggung jawab terhadap pelayanan yang dibutuhkan oleh nasabah.

d. Mampu melayani dengan cepat dan tepat

Dalam melayani nasabah, karyawan diharapkan mampu melayani dengan cepat, tepat, dan sesuai prosedur. Layanan yang diberikan harus sesuai jadwal dan jangan membuat kesalahan dalam artian pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan yang sudah ditetapkan dan sesuai keinginan nasabah.

e. Komunikasi yang baik

Karyawan harus mampu berkomunikasi dengan baik, komunikasi yang dimaksud yaitu setiap karyawan mampu menjeaskan kepada nasabah dengan tutur kata yang halus, sopan dan mudah dipahami tanpa ada kata dengan nada tinggi.

f. Memiliki pengetahuan dan kemampuan

Kemampuan dalam bekerja akan mampu mempercepat proses pekerjaan sesuai dengan waktu yang diinginkan, demikian pula dengan keakuratan dan ketepatan dalam bekerja juga lebih bisa terjamin.

g. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diharapkan oleh nasabah. Karyawan harus lebih bisa berusaha mengerti kemauan nasabah dengan cara mendengarkan penjelasan, keluhan dan kebutuhan nasabah secara baik agar pelayanan terhadap keluhan atau pengaduan nasabah yang diharapkan tidak salah.

h. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan nasabah maupun calon nasabah kepada perusahaan tentu diperlukan, hal ini penting untuk keberlangsungan kinerja perusahaan. Menjaga kepercayaan nasabah lama dapat dengan memberikan pelayanan yang baik, salah satunya dengan tidak mengabaikan keberadaannya.

i. Memberikan jaminan kerahasiaan transaksi

Menjaga kerahasiaan nasabah sama dengan menjaga perusahaan, karena dari menjaga inilah menjadi ukuran kepercayaan nasabah kepada perusahaan.

2.1.4.6 Konsep-Konsep Kualitas Pelayanan

Keberhasilan dalam melaksanakan pelayanan tidak terlepas dari adanya pemilihan konsep pendekatannya. Dalam pelayanan ini konsep yang sering digunakan yaitu berdasarkan pada prinsip 6A, antara lain:

a. *Ability* (Kemampuan)

Suatu keterampilan atau ilmu pengetahuan tertentu untuk menunjang pelayanan prima, yaitu pengetahuan tentang fokus kerja yang ditekuni seperti semua pegawai perbankan syariah yang harus memahami tentang semua perbankan syariah seperti produk,

pengembangan motivasi, mampu berkomunikasi dengan cakap, dan mampu membina hubungan dalam dan luar perusahaan.

b. *Attitude* (Sikap)

Tingkah laku atau sikap yang harus diutamakan ketika berhadapan dengan nasabah. Seperti yang bertugas memberikan pelayanan yaitu seorang teller dan customer service, yang mana mereka diharuskan menghadap langsung dengan nasabah atau pelanggan dengan ramah dan senyum. Jika mereka memberikan pelayanan dengan ramah maka pelanggan atau nasabah akan merasa nyaman.

c. *Appearance* (Penampilan)

Suatu penampilan seorang karyawan yang sifatnya fisik maupun non fisik yang dapat memberikan kepercayaan diri dan menjaga kredibilitas nasabah. Dengan berpenampilan yang menarik akan menambahkan rasa percaya diri nasabah untuk bertransaksi

d. *Attention* (Perhatian)

Karyawan harus memiliki rasa peduli terhadap nasabah, baik yang berhubungan dengan kebutuhan atau keinginan nasabah maupun saran dan kritik. Perhatian adalah hal yang wajib dimiliki oleh karyawan karena dengan begitu ia akan dengan mudah memahami keinginan atau kebutuhan nasabah.

e. *Action* (Tindakan)

Karyawan harus memberikan kegiatan yang nyata ketika memberikan pelayanan. Seperti halnya bagaimana kita melakukan pelayanan terhadap kebutuhan atau keinginan nasabah.

f. *Accountability* (Pertanggungjawaban)

Sikap berpihak dengan nasabah untuk meminimalisir kerugian atau kurang puasnya nasabah. Tanggung jawab yang dilakukan dengan senang hati maka dapat mengurangi adanya rasa ketidakpuasan nasabah.

2.1.4.7 Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, kualitas pelayanan merupakan usaha dalam memberikan pelayanan terbaik, memuaskan, dan tentunya berkualitas. Islam mengajarkan pada umatnya untuk memberikan segala sesuatu yang baik dan terdapat manfaat didalamnya. Pemberian kualitas pelayanan terbaik bertujuan agar terjalinnya silaturahmi antara manusia dan manusia seperti perusahaan dan nasabahnya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik tentunya akan membawa pengaruh baik perusahaan dan perusahaan tentunya mendapatkan banyak keuntungan. Selain untuk mendapatkan keuntungan, pelayanan juga ditujukan untuk menyelaraskan hubungan *hablum minallah* dalam mencari keridhaan Allah dalam melakukan suatu pekerjaan.

Pelayanan dalam perspektif Islam tentunya dilandasi dengan beberapa hal penting didalamnya seperti kepribadian yang amanah dan mengetahui keterampilan yang baik. Adapun nilai-nilai Islam dalam memberikan pelayanan, antara lain :

a. *Shidiq* (jujur)

Adalah suatu yang benar, jujur, tidak pernah berbohong dalam melakukan transaksi bisnis. Adanya larangan berbohong dan

mengurangi takaran dalam bisnis, karena hal itu akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya. Dalam suatu pelayanan diharuskan mempunyai sifat jujur, karena kejujuran merupakan dasar dari apa yang diucapkan, keyakinan, dan perbuatan sesuai dengan ajaran Islam.³⁰ Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 1 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ
مُجْلِي الصَّيِّدِ وَأَنْتُمْ حُرُمٌ ۚ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

"Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya"(Q.S. Al-Maidah : 1)

Ayat di atas menjelaskan bahwa setiap manusia harus memenuhi akad atau perjanjian menjadi hamba yang setia. Dalam Islam, bersikap jujur disemua hal sangat perlu dilakukan, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Hal ini dapat dijadikan pedoman, karena jika kejujuran itu fatal maka akan membuat nasabah atau pelanggan tidak percaya lagi dengan pemberian pelayanannya dan nasabah tentunya akan merasa kecewa.

b. *Fathonah* (professional)

Adalah sikap bekerja keras, tekun, dan bertanggung jawab dalam melakukan pekerjaan. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Isra Ayat 84 :

قُلْ كُلُّ يَعْمَلْ عَلَى شَاكِلَتِهِ فَرُبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَى سَبِيلًا

"Katakanlah (Nabi Muhammad), "Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing." Maka, Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.(Al-Isra : 84)

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa manusia harus menjalankan dan melakukan pekerjaan sesuai dengan kemampuannya secara professional agar dapat menghasilkan suatu hasil yang berkualitas dan maksimal. Dengan adanya pelayanan yang maksimal juga diikuti keseimbangan dengan tetap menjalankan apa yang sudah ditentukan oleh syariat Islam

c. *Tabligh* (kesopanan dan keramahan)

Adalah sikap mudah menjalin komunikasi, mampu memberikan kesan sopan dan ramah terhadap nasabah atau pelanggan dan memberikan nilai lebih atas pelayanan yang diberikan. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Thaha ayat 44 :

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى

"Berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir'aun) dengan perkataan yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut."(Thaha ayat 84)

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa berkata atau berbicara dengan siapapun diharuskan dengan lemah lembut dan sopan, dalam hal ini setiap karyawan harus mempunyai sifat komunikatif terhadap nasabah atau pelanggannya. Bersikap lemah lembut dan sopan satu

dalam suatu pekerjaan merupakan suatu hal yang penting dalam memberikan pelayanan agar pelayanan tersebut dapat dikatakan berkualitas dan dapat memenuhi harapan dari nasabah atau pelanggan.

d. *Amanah* (dapat dipercaya)

Adalah suatu sikap tanggung jawab dan dapat dipercaya dalam setiap pekerjaan. Dalam hal ini amanah bisa dikatakan suatu sikap menepati janji dengan keterbukaan kejujuran, pelayanan yang maksimal, berkualitas dan terbaik. Sikap ini penting dimiliki oleh setiap orang terutama yang pekerjaannya berhubungan dengan orang lain. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 58 :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُم بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا
بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

"Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat."(An-Nisa ayat 58)

Dalam ayat ini menjelaskan bahwa setiap manusia harus mempunyai sifat amanah dalam menyampaikan pesan ataupun dalam memeberikan pelayanan terhadap nasabah atau pelanggan lainnya. Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dalam Islam dilandasi dengan beberapa sifat Allah SWT. Dengan adanya

landasan tersebut, maka kualitas pelayanan diharapkan bisa memberikan suatu hasil yang terbaik dan berkualitas.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait ini digunakan untuk melihat karya ilmiah orang lain dan memastikan bahwa penelitian yang penulis lakukan hanya satu yaitu mesti saling berkaitan namun memiliki perbedaan. Namun demikian, penelitian tersebut dapat dijadikan sebagai bahan dan rujukan untuk membuat penelitian ini. Penelitian terkait tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Achmad Fuad (2023)	Analisis Strategi Pemasaran <i>Priority Banking Officer</i> (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Prioritas Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Jember Sudirman	Strategi pemasaran <i>Priority Banking Officer</i> (PBO) yang dilakukan dalam menambah jumlah nasabah prioritas pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember Sudirman adalah dengan menggunakan strategi Refferal, yakni suatu aktifitas pemasaran yang dapat mendorong nasabah untuk mengajak nasabah baru lainnya dan <i>Priority Banking Officer</i> (PBO) juga memiliki strategi khusus	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam penelitian Achmad Fuad fokus pembahasannya yaitu strategi pemasaran <i>priority banking officer</i> , sedangkan dalam penelitian ini fokus yang dibahas adalah strategi peningkatan kualitas pelayanan. • Lokasi penelitian nya juga berbeda, pada penelitian Achmad Fuad lokasi penelitian nya adalah PT. BSI KCP Jember Sudirman, sedangkan dalam penelitian ini lokasi penelitian nya yaitu PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan

			dalam menjangking nasabah prioritas, seperti: <i>Wellcom Gift</i> , dan <i>New SSG (Super Spesial Gift)</i> .	Raya.
2	Purnama Ramadhani(2023)	Analisis Strategi Pemasaran <i>Priority Banking Officer (PBO)</i> Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan	Strategi Pemasaran <i>Priority Banking Officer (PBO)</i> yang dilakukan dalam menambah jumlah nasabah priortias pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan adalah dengan menggunakan metode <i>Bellow The Line (BTL)</i> , penerapan strategi tabungan prioritas yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah dengan melaksanakan penerapanstrategi <i>marketing mix</i> yaitu melalui promosi yang bekerja sama dengan RAU FM dalam mempromosikan produk tabungan prioritas dan juga melalui layanan menjumpai nasabah.	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam penelitian Purnama Ramadhani fokus yang dibahas adalah strategi pemasaran <i>priority banking officer</i> , sedangkan dalam penelitian ini fokus yang dibahas adalah strategi peningkatan kualitas pelayanan • Lokasi penelitian nya juga berbeda, pada penelitian Purnama Ramadhani lokasi penelitian nya yaitu pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Padangsidempuan, sedangkan dalam penelitian ini lokasi nya yaitu pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya.
3	Acep Samsudin, Rusdi Hidayat Nugroho,Rez a Zakaria,	Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI <i>Mobile</i> pada	Dalam upaya melakukan peningkatan kualitas pelayanan melalui BSI <i>Mobile</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam jurnal ini fokus yang dibahas adalah pelayanan melalui BSI <i>Mobile banking</i>, sedangkan dalam

	R A Tania Eriezna Putri, Gian Alfreda Wirawan, Rhevuano Naoval Saputra, Sofiyah Wardah Widad Volume 4 Nomor 5 (2023)	Bank Syariah Indonesia	BSI KCP Jombang A Wahid melakukan edukasi layanan digital kepada nasabah, karena dengan nasabah faham fungsi dan cara penggunaan produk maka akan menarik minat nasabah menggunakannya. Selanjutnya yang dilakukan oleh BSI area Surabaya yaitu meningkatkan pelayanan langsung oleh petugas <i>frontliner</i> dan memanfaatkan teknologi dengan mengunggulkan layanan digitalisasinya terutama memperkuat BSI mobile dengan segala fitur-fitur yang dimiliki sehingga menjadi super aplikasi yang dapat memenuhi semua kebutuhan nasabah.	penelitian ini fokus yang dibahas adalah strategi peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh <i>customer service</i> atau <i>priority banking officer</i> untuk meningkatkan nasabah prioritas. • Lokasi penelitian nya juga berbeda, dalam jurnal ini lokasi penelitian nya adalah BSI KCP Jombang, sedangkan dalam penelitian ini lokasi penelitian nya yaitu PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya.
4	Siti Fatimatus Zahro (2023)	Prosedur Pelayanan Nasabah Prioritas Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Jember	Proses untuk menjadi seorang nasabah yang paling utama adalah nasabah individu menginvestasikan uangnya dengan portofolio kecil sebesar RP. 500 juta. Mengenai persyaratan	• Dalam penelitian Siti Fatimatus Zahro fokus yang dibahas adalah prosedur pelayanan yang diberikan oleh <i>priority banking officer</i> kepada nasabah prioritas, sedangkan dalam penelitian ini fokus

			menjadi nasabah prioritas yaitu melengkapi permohonan nasabah Bank Rakyat Indonesia Prioritas, baik nasabah tetap (perpanjangan) maupun nasabah baru dengan membawa kartu identitas warga negara Indonesia berupa KTP.	yang dibahas adalah strategi peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan nasabah prioritas. • Lokasi penelitian nya juga berbeda, dalam penelitian Siti Fatimatus Zahro lokasi penelitian nya adalah PT. BRI Tbk KCP Jember, sedangkan dalam penelitian ini lokasi penelitian nya yaitu PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya
5	Fitriyani, Tuti Anggraini (2023)	Analisis Strategi Pemasaran <i>Priority Banking Officer</i> (PBO) dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Prioritas pada PT Bank Syariah Indonesia (KCP. Perbaungan)	Strategi yang digunakan <i>Priority Banking Officer</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia Kcp Perbaungan adalah menggunakan strategi bauran pemasaran yaitu dengan melakukan pendekatan kepada nasabah yang memiliki kriteria sebagai nasabah prioritas yaitu salah satunya memiliki saldo minimum sebesar Rp. 500 juta, melakukan promosi dari mulut ke mulut, melakukan promosi melalui <i>social media</i> ,	• Dalam penelitian Fitriyani dan Tuti Anggraini fokus yang dibahas adalah strategi pemasaran <i>priority banking officer</i> untuk meningkatkan jumlah nasabah prioritas, sedangkan dalam penelitian ini fokus yang dibahas adalah strategi peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan nasabah prioritas. • Lokasi penelitian nya juga berbeda, dalam penelitian Fitriyani dan Tuti Anggraini lokasi penelitian nya adalah PT. BSI KCP Perbaungan,

			memberikan layanan lebih istimewa dari pada nasabah non prioritas, tidak membedakan ras ataupun keyakinan dan memberikan fasilitas kepada nasabah prioritas berupa <i>relationship manager</i> , konter layanan prioritas, <i>consolidated steatment, starter pack</i> , hadiah milad, konsultasi zakat dan waris, <i>airport excecutive lounge</i> , <i>safe deposit box</i> , acara eksekutif BSI, dan konsultasi pendidikan luar negri.	sedangkan dalam penelitian ini lokasi penelitian nya yaitu PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya.
6	Muawanah (2023)	Analisis Strategi <i>Priority Banking Officer</i> Dalam Upaya Peningkatan Loyalitas Nasabah Prioritas Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Kelapa Gading 1	Strategi PBO yang telah diterapkan dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah yaitu dengan melakukan penetrasi pasar dengan cara ALT (<i>Above The Line</i>) dan BTL (<i>Bellow The Line</i>) yang diharapkan dapat memasarkan produk BSI Prioritas untuk dikenal oleh masyarakat, menyediakan pelayanan eksklusif dan	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam penelitian Muawanah fokus yang dibahas adalah strategi PBO untuk meningkatkan loyalitas nasabah, sedangkan dalam penelitian ini fokus yang dibahas adalah upaya peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan nasabah prioritas. • Lokasi penelitian nya juga berbeda, dalam penelitian Muawanah lokasi penelitian nya yaitu pada PT. BSI

			produk yang berkualitas yang dapat mengistimewakan nasabah, dan melakukan marketing <i>relationship</i> yang dapat menciptakan keakraban yang kuat dengan nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah dan menciptakan kelayaitasan nasabah.	KC Jakarta Kelapa Gading 1, sedangkan dalam penelitian ini lokasi penelitian nya yaitu pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya.
7	Anita Sholih Harahap (2020)	Strategi Tabungan Prioritas BANK Sumut Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Prioritas Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpua n	Penerapan strategi tabungan prioritas yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan adalah dengan melaksanakan penerapan strategi marketing <i>mix</i> yaitu melalui promosi yang bekerja sama dengan RAU FM dalam mempromosikan produk tabungan prioritas dan juga melalui layanan menjumpai nasabah secara langsung.	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam penelitian Anita Sholih Harahap, fokus yang dibahas adalah strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah prioritas dengan bauran mix, sedangkan dalam penelitian ini fokus yang dibahas adalah upaya peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan nasabah prioritas. • Lokasi penelitian nya juga berbeda, dalam penelitian Anita Sholih Harahap lokasi penelitian nya yaitu pada PT. Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan, sedangkan dalam penelitian ini lokasi penelitian

				nya yaitu pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya.
8	Nova Safitri (2023)	Implementasi Pelayanan <i>Customer Service</i> Pada Produk Tabungan Di Bank Syariah Indonesia KCP Takengon Sengeda 1 Aceh Tengah	Bank Syariah Indonesia KCP Takengon Sengeda 1 Aceh Tengah telah mampu memberikan perannya sebagai Customer Service yang memberi pelayanan yang baik, sopan, ramah dan selalu berpenampilan rapi dan mereka tidak membedakan antara nasabah baru dan nasabah lama. <i>Customer Service</i> juga membantu nasabah yang akan menggunakan produk tabungan kemudian <i>Customer Service</i> menjelaskan jenis-jenis produk tabungan dan menjelaskan kelebihan-kelebihan disetiap jenisnya, sehingga memudahkan nasabah memilih produk tabungan apa yang akan mereka gunakan.	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam penelitian Nova Safitri, fokus yang dibahas adalah implementasi dan peran pelayanan <i>customer service</i>, sedangkan dalam penelitian ini fokus yang dibahas adalah upaya peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan nasabah prioritas. • Lokasi penelitian nya juga berbeda, dalam penelitian Nova Safitri lokasi penelitian nya yaitu pada PT. BSI KCP Takengon Sengeda 1 Aceh Tengah, sedangkan dalam penelitian ini lokasi penelitian nya yaitu pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya.

