

**FAKTOR-FAKTOR PENENTU KUALITAS JASA PERBANKAN BANK  
BRI SYARIAH KC JEMBER  
(STUDI KOMPARASI PERSEPSI NASABAH DAN KINERJA PERUSAHAAN)**

**Permata Putri Gordea, Feti Fatimah, Nursaidah**  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Jember  
Permataputrigordea@gmail.com

**ABSTRAK**

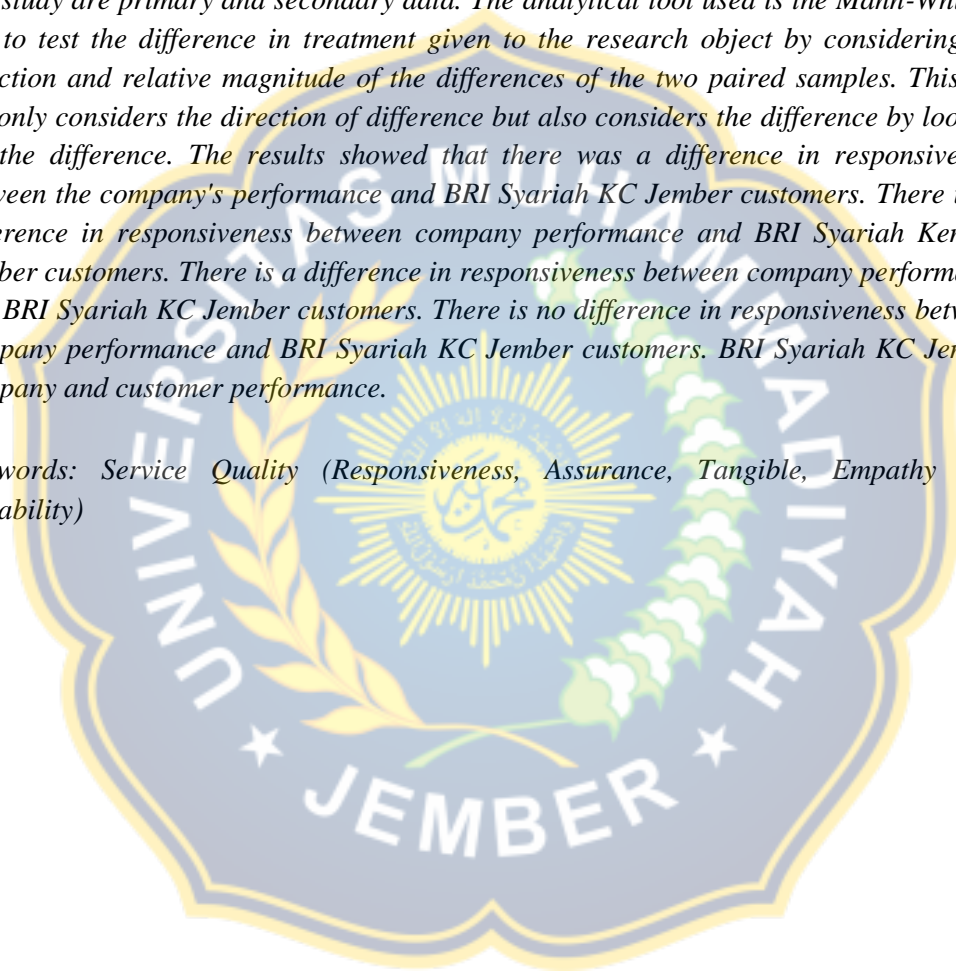
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis terdapat perbedaan kualitas jasa menurut persepsi nasabah dan kinerja perusahaan BRI Syariah KC Jember. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember. Jumlah seluruh sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni berjumlah 100 orang yang terdiri dari 50 karyawan BRI Syariah KC Jember dan 50 nasabah BRI Syariah KC Jember. Penggunaan dua subjek sampel yang berbeda ini bertujuan untuk mengetahui kualitas jasa menurut persepsi karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Alat analisis yang digunakan adalah uji *Mann-Whitney test* untuk menguji perbedaan perlakuan yang diberikan kepada objek penelitian dengan mempertimbangkan arah dan magnitudo relatif perbedaan dari dua sampel berpasangan. Uji ini selain mempertimbangkan arah perbedaan juga mempertimbangkan besar perbedaan dengan cara mencari selisih perbedaannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan daya tanggap antara kinerja perusahaan dan nasabah BRI Syariah KC Jember. Tidak ada perbedaan daya tanggap antara antara kinerja perusahaan dan nasabah BRI Syariah KC Jember ada perbedaan daya tanggap antara antara kinerja perusahaan dan nasabah BRI Syariah KC Jember tidak ada perbedaan daya tanggap antara antara kinerja perusahaan dan nasabah BRI Syariah KC Jember ada perbedaan daya tanggap antara antara kinerja perusahaan dan nasabah BRI Syariah KC Jember ada perbedaan daya tanggap antara antara kinerja perusahaan dan nasabah BRI Syariah KC Jember.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan (Daya tanggap, Jaminan, Bukti Fisik, Empati, dan Keandalan)

## ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze there are differences in service quality according to customer perceptions and corporate performance BRI Syariah KC Jember. The population of this research is all employees and customers of BRI Syariah KC Jember. The total number of samples used in this study is 100 people consisting of 50 BRI Syariah Kember Jember employees and 50 BRI Syariah Kember Jember customers. The use of two different sample subjects aims to determine the quality of services according to the perception of employees and customers of BRI Syariah KC Jember. The data used in this study are primary and secondary data. The analytical tool used is the Mann-Whitney test to test the difference in treatment given to the research object by considering the direction and relative magnitude of the differences of the two paired samples. This test not only considers the direction of difference but also considers the difference by looking for the difference. The results showed that there was a difference in responsiveness between the company's performance and BRI Syariah KC Jember customers. There is no difference in responsiveness between company performance and BRI Syariah Kember Jember customers. There is a difference in responsiveness between company performance and BRI Syariah KC Jember customers. There is no difference in responsiveness between company performance and BRI Syariah KC Jember customers. BRI Syariah KC Jember company and customer performance.*

*Keywords: Service Quality (Responsiveness, Assurance, Tangible, Empathy Dan Reliability)*



## PENDAHULUAN

Lembaga keuangan memiliki peran yang besar bagi perekonomian di Indonesia yaitu menghubungkan antara pihak yang memerlukan dana dan pihak yang mengalami surplus dana (Budisantoso et al., 2006). Lembaga keuangan diberi batasan sebagai semua badan yang kegiatannya di bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Lembaga keuangan terdiri dari dua jenis yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank. Lembaga keuangan bank mempunyai kegiatan yang mempertemukan pihak yang membutuhkan dana (Borrower) dan pihak yang mempunyai kelebihan dana (Saver) (Julius, 1999:1).

Perbankan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak". Dengan memberikan kredit kepada beberapa sektor perekonomian, bank melancarkan arus barang dan jasa dari produsen kepada konsumen (Wafa, 2017). Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan rakyat banyak (Malayu, 2009).

Secara umum jenis-jenis bank di Indonesia antara lain Bank Sentral, Bank Umum, dan Bank Perkreditan Rakyat.

Bank Umum di Indonesia dibedakan menjadi dua yaitu Bank Umum Konvensional dan Bank Umum Syariah. Menurut Danupranata (2013) yang dimaksud Bank Konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan jenisnya terdiri atas Bank Umum Konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank Konvensional pada umumnya beroperasi dengan mengeluarkan produk-produk untuk menyerap dana masyarakat antara lain tabungan, simpanan deposito, simpanan giro, dan selanjutnya menyalurkan dana yang telah dihimpun dengan cara mengeluarkan kredit antara lain kredit investasi, kredit modal kerja, kredit konsumtif dan kredit lainnya.

Menurut UU No. 10 Tahun 1998 Bank Syariah adalah badan usaha berupa bank yang mengoperasikan usahanya berdasarkan prinsip bagi hasil yang sesuai dengan kaidah ajaran Islam. Sistem bank syariah menawarkan fungsi dan jasa yang sama dengan bank konvensional meskipun diikat dalam prinsip-prinsip Islam. Usaha pembentukan bank syariah didasari oleh larangan dalam Agama Islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga (riba) serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram, dimana hal ini tidak dijamin oleh sistem perbankan konvensional (Febrinawati, 2018). Kegiatan usaha bank Islam antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (Mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip usaha patungan (Musarakah), jual beli barang dengan memperoleh

keuntungan (Murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa (Ijarah) (Veithzal et al., 2010:32).

Dalam perbankan konvensional terdapat kegiatan yang dilarang oleh Syariah Islam, seperti menerima dan membayar bunga (riba), membiayai kegiatan produksi dan perdagangan barang-barang yang dilarang syariah Islam (Arifin, 2003:2). Islam bukanlah satu-satunya agama yang melarang pembayaran bunga. Banyak pemikir zaman dahulu yang berpendapat bahwa pembayaran bunga adalah tidak adil. Bahkan meminjamkan uang dengan bunga dilarang pada zaman Yunani Kuno. Aristoteles, Plato juga mengutuk praktek bunga (Arifin, 2003:16). Dalam perbankan syariah uang bukanlah merupakan suatu komoditi melainkan hanya merupakan alat untuk mencapai pertambahan nilai ekonomis (Economic Value Added). Hal ini bertentangan dengan perbankan berbasis bunga dimana “uang mengembangbiakkan uang”, tidak peduli apakah uang itu dipakai dalam kegiatan produktif atau tidak (Kafsyi, 2000).

Perbankan syariah telah membuktikan dirinya sebagai suatu sistem yang tangguh melalui krisis ekonomi di Indonesia. Dalam kondisi krisis ekonomi 1998 bank konvensional banyak yang collapse yang pada akhirnya dilikuidasi karena terjadinya negative spread (bunga tabungan lebih tinggi jika dibandingkan dengan bunga pinjaman). Hal itu terjadi karena bank konvensional yang mengalami kesulitan keuangan. Tingginya tingkat suku bunga

yang ditetapkan pemerintah mengakibatkan tingginya biaya modal bagi sektor usaha yang pada akhirnya mengakibatkan merosotnya kemampuan usaha sektor produksi. Sebagai akibatnya kualitas aset perbankan turun secara drastis sementara sistem perbankan diwajibkan untuk terus memberikan imbalan kepada depositor sesuai dengan tingkat suku bunga pasar (Bank Indonesia, 2002).

Kehadiran bank syariah di Indonesia memberikan nuansa semakin bervariasi landasan operasionalnya bank di Indonesia (Wafa, 2017). Namun bukan berarti semua nasabah pada bank syariah, mempertimbangkan faktor-faktor dalam memilih suatu bank hanya menilai dari sisi syariahnya saja (Antonio, 2001). Baik bank konvensional maupun bank syariah memiliki kelebihan dan kelemahannya masing-masing. Maka dari itu manajemen bank harus berusaha mempertahankan dan meningkatkan serta berusaha memperbaiki kelemahannya karena masyarakat cenderung memilih bank yang memiliki pelayanan yang paling baik. Kinerja bank yang semakin baik akan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa bank dan mampu bersaing dengan bank konvensional yang lebih dulu berdiri (Putri, 2016).

Pada saat ini kualitas layanan dalam industri jasa telah menjadi suatu kebutuhan pokok, apabila industri jasa ingin berkompetisi dengan pasar global maupun pasar domestik. Dikarenakan tuntutan konsumen atau nasabah

Indonesia terhadap tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan industri jasa yang semakin meningkat. Sebagai perusahaan yang selalu melakukan layanan atau transaksi terhadap nasabah maka penting bagi bank syariah untuk memperhatikan bagaimana kualitas layanan antar karyawan terhadap nasabahnya. Menurut Wyckof (dalam Lovelock, 1988), kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yakni jasa yang diharapkan (expected service) dan jasa yang dipersepsikan (perceived service), (Parasuraman et al., 1985). Implikasinya, baik buruknya kualitas jasa tergantung kepada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan nasabahnya.

Kualitas pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan nasabah bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan, sering juga ditemukan masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan perbankan dan ketidakberhasilan memuaskan sebagian besar nasabah. Berdasarkan hal itu, diperlukan peningkatan kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Pencapaian bisnis di lingkungan suatu perusahaan, hanya mungkin dapat ditunjang dengan menyediakan tenaga kerja yang berkualitas, oleh karena itu tujuan Manajemen SDM adalah mewujudkan SDM yang berkualitas, agar mampu mewujudkan tujuan bisnis

berupa produk dan pelayanan yang berkualitas (Nawawi, 2011).

Kualitas pelayanan pada nasabah dapat ditingkatkan dengan cara mempelajari kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga mengembangkan rencana dan proses tindakan untuk memberi nasabah apa yang benar-benar mereka inginkan dan butuhkan. Kualitas pelayanan saat ini muncul sebagai keunggulan kompetitif bagi bank untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Kualitas pelayanan juga telah menjadi semakin penting bagi kelangsungan hidup perusahaan dan karenanya, sudah jelas bahwa kualitas pelayanan juga menjadi perhatian besar. Dengan demikian, kebutuhan untuk mengukur dan mengevaluasi kualitas layanan muncul. Kegagalan penyedia layanan bergantung pada hubungan berkualitas tinggi dengan nasabah dan juga menentukan kepuasan dan loyalitas nasabah. Di lingkungan jasa perbankan yang kompetitif saat ini, memberikan layanan berkualitas tinggi kepada nasabah adalah suatu keharusan untuk kesuksesan dan kelangsungan hidup bank manapun.

Bisnis yang berusaha meningkatkan profitabilitas sangat disarankan untuk melakukan perbaikan terhadap kualitas layanan secara terus menerus. Online Banking atau i-banking (internet banking) adalah praktik membuat transaksi bank baik informasi maupun transaksional via internet. Dengan hanya satu klik mouse, perbankan online memungkinkan bagi para nasabah untuk melakukan deposit, penarikan dan membayar tagihan. Oleh

karena itu, dalam i-banking, nasabah memiliki interaksi dengan situs web bank, dan dalam situasi seperti itu, penting bagi bank untuk memberikan layanan berkualitas tinggi melalui internet. Dibandingkan dengan perbankan tradisional, i-banking mencakup interaksi non tunai antara sistem informasi bank online dan nasabahnya (Malik dan Oberoi, 2017).

Pelayanan dan etika pemasaran produk jasa bank harus dilakukan dengan baik dan benar sehingga mendapat simpati dan menarik bagi nasabah. Apabila pelayanan dan etika bank dilakukan dengan baik dan benar maka pemasaran produknya diharapkan akan berhasil baik pula. Kualitas karyawan atau SDM yang baik itu harus memiliki pengetahuan akademik yang luas serta keterampilan yang handal, karena pengetahuan dan keterampilan merupakan kunci utama seorang SDM yang berkualitas pengembangan pengetahuan dan keterampilan harus dilakukan agar pelayanan terhadap nasabah dapat ditingkatkan, tidak hanya pengetahuan dan dan wawasan saja yang menjadi faktor penting dalam kualitas seorang SDM, pelayanan yang diberikan oleh seorang SDM merupakan kualitas SDM itu sendiri, pelayanan yang diberikan dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah, adil, cepat tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi nasabah itu sendiri (Hasibuan, 2012).

Menurut Tjiptono (2007: 273) adapun pengertian dari responsiveness

(daya tanggap), assurance (jaminan), tangible (bukti fisik), empathy (empati/perhatian), dan reliability (kehandalan) adalah: Responsiveness (Daya Tanggap), yakni kemampuan menjelaskan informasi yang disampaikan karyawan pada nasabah, hal ini mencakup kecepatan respon karyawan dalam menangani transaksi nasabah. Dalam hal ini, tidak hanya frontliner atau teller saja yang berhadapan langsung dengan nasabah, tetapi security Bank syariah pun harus memiliki daya tanggap yang baik. Assurance (Jaminan), yakni mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Bank syariah mampu memberikan kepercayaan dan menjamin uang nasabah, mampu melayani nasabah Bank syariah dengan baik, dan memiliki kemampuan profesionalisme karyawan dalam memberikan komunikasi yang mudah dengan nasabahnya. Tangibles (Bukti Fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi. Hal ini agar bertujuan memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan setiap transaksi di Bank syariah. Empathy (Empati), kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing nasabah. Karyawan yang bertugas sebagai frontliner (teller dan customer service) diharapkan memiliki kemampuan individu yang baik mengenai bagaimana menjadi relasi dengan nasabah dan mampu berkomunikasi dengan baik. Reliability (Kehandalan), kemampuan untuk

mewujudkan janji sesuai dengan yang telah dijanjikan secara tepat dan akurat. Bank syariah memiliki Frontliner (teller dan customer service) yang mampu memberikan pelayanan yang cepat, tepat, akurat, dan mengetahui produk-produk Bank syariah dengan baik.

Penelitian sejenis sebelumnya terjadi research gap yang dilakukan oleh Permana (2011) menyatakan bahwa terdapat gap dalam mempersepsikan faktor penentu kualitas jasa perbankan di Surabaya antara nasabah dan karyawan dimana nasabah lebih mementingkan faktor layanan. Damayanti (2017) menyatakan bahwa terdapat enam faktor kualitas layanan perbankan di Lamongan daya tanggap, aksesibilitas, keandalan, bukti fisik, jaminan dan empati. Wijayanti (2016) menyatakan bahwa faktor keandalan, daya tanggap dan jaminan merupakan faktor yang penting dalam mengetahui tingkat kepuasan nasabah dan faktor bukti langsung menjadi prioritas utama untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Namun Suryani (2011) menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi terhadap kualitas jasa antara karyawan frontline dan back-office perbankan, demikian pula tidak terdapat perbedaan persepsi terhadap kualitas jasa antara karyawan bank laki-laki dan perempuan. Rotinsulu (2015) menyatakan bahwa Responsiveness yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Manajemen Bank Mandiri Tbk, Cabang Bahu Mall Manado sebaiknya memperhatikan Tangible dan Responsiveness, untuk dapat memenuhi tujuannya, yaitu

kepuasan nasabah dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Dalam dunia bisnis, memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah melalui penyampaian jasa atau produk yang berkualitas. Menurut Philip Kotler (1997:36) Kepuasan pelanggan atau nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang berasal dari perbandingan antara kosnya terhadap hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Para pelanggan atau nasabah tidak mengevaluasi kualitas pelayanan semata-mata berdasarkan hasil dari suatu jasa pelayanan, tetapi mereka juga mempertimbangkan bagaimana pelayanan itu diberikan. Kepuasan pelanggan atau nasabah akan terpenuhi jika mereka memperoleh apa yang mereka inginkan, pada saat mereka membutuhkannya di tempat yang mereka inginkan, dan dengan cara yang mereka tentukan.

Bank syariah harus memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan nasabah, maka nasabah akan merasa lebih puas. Nasabah juga dapat memberikan masukan penting bagi bank syariah untuk dapat memperbaiki pelayanan, serta strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi nasabahnya (Kotler dan Armstrong, 2011:46). Berdasarkan hasil survey Top Brand 2018 produk tabungan syariah sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Top Brand Index 2019**  
**Tabungan Syariah**

No	Bank	Top Brand Index
1	BRI Syariah	29.1%
2	Bank Mandiri Syariah	21.2%
3	BNI Syariah	20.0%
4	BCA Syariah	15.4%
5	Bank Muamalat	4.7%

Sumber: <http://www.topbrandaward.com>

Berdasarkan data pada tabel 1 menunjukkan bahwa BRI Syariah KC Jember mendapatkan penilaian paling tinggi, hal ini berarti kualitas pelayanan BRI Syariah KC Jember tergolong baik. PT Bank BRI Syariah Tbk atau BRI Syariah, melakukan paparan publik/Go Public dalam rangka Penawaran Umum Perdana Saham atau Initial Public Offering (IPO). PT Bank BRI Syariah Tbk merupakan IPO pertama (Go Public) bagi bank syariah dengan status anak perusahaan bank BUMN. Berikut merupakan Jumlah Pendapatan PT Bank BRI Syariah Tbk tahun 2015 – 2019.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Manajemen Pemasaran**

Kotler (2007) menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dimana proses itu meliputi individu maupun kelompok yang ingin mendapatkan kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi segala kebutuhannya, dengan cara menciptakan, menawarkan dan secara bebas melakukan proses tukar- menukar baik itu berupa produk maupun jasa yang memiliki nilai untuk

suatu tujuan yang berhubungan dengan pihak lain. Pemasaran sering digambarkan sebagai seni menjual suatu produk yang dapat bermanfaat bagi pihak lain. Sedangkan menurut *American Marketing Association* yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2011: 93) pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan suatu nilai kepada nasabah serta mengelola hubungan baik dengan nasabah untuk mendapatkan suatu keuntungan yang ditujukan kepada organisasi dan seluruh pemilik saham.

#### **Pemasaran Jasa**

Dalam pengertian umum, pemasaran dapat didefinisikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan (needs) dan inginkan (wants) dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2011). Pada umumnya setiap perusahaan menganut salah satu konsep atau filosofi pemasaran yaitu anggapan yang diyakini perusahaan sebagai dasar dari setiap kegiatan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Seiring dengan berjalannya waktu konsep-konsep tersebut mengalami perkembangan atau berevolusi menyesuaikan dengan pemikiran-pemikiran yang baru

#### **Karakteristik Jasa**

Kotler dan Amstrong (2011: 204) mengemukakan pengertian jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain

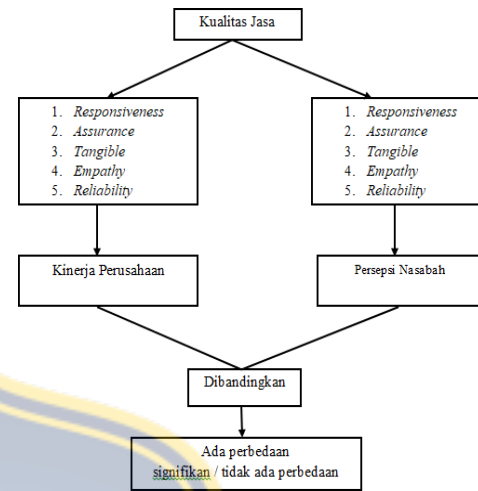


yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Produksi jasa dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik. Sedangkan, Tjiptono (2007: 7) mengemukakan definisi jasa adalah aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

### Kualitas Layanan

Parasuraman (2001:162) bahwa kualitas layanan yang diharapkan dan dirasakan ditentukan oleh kualitas layanan. Kualitas layanan tersebut terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan. Selain itu, pelayanan yang diharapkan sangat dipengaruhi oleh berbagai persepsi komunikasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu dan komunikasi eksternal, persepsi inilah yang memengaruhi pelayanan yang diharapkan) dan pelayanan yang dirasakan yang membentuk adanya konsep kualitas layanan. Parasuraman (2001:165) menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan. Konsep kualitas layanan dikatakan bermutu apabila pelayanan yang diharapkan lebih kecil daripada pelayanan yang dirasakan (bermutu). Dikatakan konsep kualitas layanan memenuhi harapan, apabila pelayanan yang diharapkan sama dengan yang dirasakan (memuaskan). Demikian pula dikatakan persepsi tidak memenuhi harapan apabila pelayanan yang diharapkan lebih besar daripada pelayanan yang dirasakan (tidak bermutu).

### Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

### METODE PENELITIAN

#### Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013:38). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan subvariabel yang digunakan sebagai berikut:

1. Responsiveness
2. Assurance
3. Tangible
4. Empathy
5. Reliability

#### Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember.

## Sampel

Jumlah seluruh sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni berjumlah 100 orang yang terdiri dari 50 karyawan BRI Syariah KC Jember dan 50 nasabah BRI Syariah KC Jember. Penggunaan dua subjek sampel yang berbeda ini bertujuan untuk mengetahui kualitas jasa menurut persepsi karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember.

## Uji Beda ( *Mann-Whitney test* )

Uji *Mann-Whitney test* ini digunakan untuk menguji perbedaan perlakuan yang diberikan kepada objek penelitian dengan mempertimbangkan arah dan magnitudo relatif perbedaan dari dua sampel berpasangan. Uji mempertimbangkan arah perbedaan juga mempertimbangkan besar perbedaan dengan cara mencari selisih perbedaannya (Riadi, 2016:326).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Gambaran Umum PT. Bank BRISyariah KC Jember

PT Bank BRISyariah resmi beroperasi berdasarkan izin dari Bank Indonesia pada tanggal 16 Oktober 2008 melalui surat No. 10/67/KEP.GBI/DpG/2008. Pada tanggal 17 November 2008 PT Bank BRISyariah secara resmi beroperasi berdasarkan prinsip Syariah Islam. Sejarah BRISyariah berawal pada tanggal 19 Desember 2007 saat PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., mengakuisisi Bank Jasa Arta. Setelah mendapat izin dari Bank Indonesia pada

tanggal 16 Oktober 2008 melalui surat No: 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, PT

Bank BRISyariah kemudian secara resmi menjalankan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip Syariah pada tanggal 17 November 2008. Setelah sebelumnya sempat menjalankan kegiatan usaha bank secara konvensional.

## Analisis GAP

Perbedaan antara persepsi dan ekspektasi merupakan gap atau kesenjangan. Jika gap bernilai positif berarti pelanggan merasa puas, sedangkan jika bernilai negatif berarti pelanggan merasa kurang puas. Analisis gap ditujukan untuk mengetahui faktor-faktor yang harus diprioritaskan karena memiliki gap performansi yang tinggi (Kurniawan, 2016). Berikut hasil analisis GAP kualitas pelayanan karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember:

Tabel 3 Hasil Analisis GAP

Indikator	Karyawan	Nasabah	Tingkat Kesesuaian (%)	Kriteria
Daya tanggap (X1)	16,84	17,72	95,03	Puas
Jaminan (X2)	17,14	17,3	99,07	Puas
Bukti Fisik (X3)	17,06	17,94	95,09	Puas
Empati (X4)	17,22	17,38	99,07	Puas
Kehandalan (X5)	17,44	18,24	95,61	Puas

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil analisis GAP kualitas pelayanan karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember

menunjukkan bahwa Daya tanggap (X1), Jaminan (X2), Bukti Fisik (X3), Empati (X4), dan Kehandalan (X5) mendapatkan kriteria puas. Hal ini berarti nasabah puas dengan kualitas pelayanan karyawan dalam melayani nasabah BRI Syariah KC Jember.

### Uji Beda

Uji *Mann-Whitney test* ini digunakan untuk menguji perbedaan perlakuan yang diberikan kepada objek penelitian dengan mempertimbangkan arah dan magnitudo relatif perbedaan dari dua sampel berpasangan. Uji ini selain mempertimbangkan arah perbedaan juga mempertimbangkan besar perbedaan dengan cara mencari selisih perbedaannya (Riadi, 2016:326). Hasil uji beda sebagai berikut:

**Tabel 3 Hasil Uji *Mann-Whitney test***

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Daya tanggap (X1)	0,024	Terdapat Perbedaan
Jaminan (X2)	0,754	Tidak Terdapat Perbedaan
Bukti Fisik (X3)	0,002	Terdapat Perbedaan
Empati (X4)	0,557	Terdapat Perbedaan
Kehandalan (X5)	0,002	Tidak Terdapat Perbedaan

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan tabel 4.4 hasil *Mann-Whitney test* masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* Daya Tanggap adalah 0,024. Hal ini berarti ada perbedaan daya tanggap antara karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember.
2. Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* Jaminan adalah 0,754. Hal ini berarti tidak ada perbedaan Jaminan

antara karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember.

3. Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* Bukti Fisik adalah 0,002. Hal ini berarti ada perbedaan Bukti Fisik antara karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember.
4. Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* Empati adalah 0,557. Hal ini berarti tidak ada perbedaan Empati antara karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember.
5. Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* Kehandalan adalah 0,002. Hal ini berarti ada perbedaan Kehandalan antara karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember.

### Pembahasan

Berdasarkan analisis GAP kualitas pelayanan karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember menunjukkan bahwa Daya tanggap (X1), Jaminan (X2), Bukti Fisik (X3), Empati (X4), dan Kehandalan (X5) mendapatkan kriteria puas. Hal ini berarti nasabah puas dengan kualitas pelayanan perusahaan dalam melayani nasabah BRI Syariah KC Jember.

Berdasarkan *Mann-Whitney test* menunjukkan bahwa pertama, ada perbedaan daya tanggap antara karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember. Kedua, tidak ada perbedaan Jaminan antara karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember. Ketiga, ada perbedaan Bukti Fisik antara karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember.

Keempat, tidak ada perbedaan Empati antara karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember. Kelima, ada perbedaan Keandalan antara karyawan dan nasabah BRI Syariah KC Jember

Menurut Tjiptono (2008:71), kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabah. Kualitas layanan berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah dapat tercapai jika kualitas layanan yang dirasakan nasabah sama atau melebihi harapan nasabah. (Lupiyoadi, 2008:88) keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada nasabahnya sangat ditentukan oleh pendekatan kualitas jasa. Kualitas layanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan nasabah dengan layanan yang diterimanya.

Ketika kualitas layanan yang diberikan mampu memenuhi harapan atau ekspektasi nasabah maka nasabah tersebut akan merasa puas. Perusahaan harus terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan akan menciptakan kecenderungan perilaku nasabah yang menguntungkan bagi perusahaan. Begitu pula sebaliknya, apabila nasabah tidak mendapatkan pelayanan yang baik dan merasa tidak puas maka akan menimbulkan kecenderungan perilaku nasabah yang tidak menguntungkan sehingga akan merugikan perusahaan. Menurut Durianto (2011:236). Sedangkan menurut Lupiyoadi (2009:168) salah

satu indikator keberhasilan dalam bisnis jasa adalah kualitas layanan, dimana salah satu cara untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah melalui peningkatan kualitas layanan. Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Damayanti (2017) yang menjelaskan bahwa terdapat enam faktor kualitas layanan perbankan di Lamongan; daya tanggap, aksesibilitas, keandalan, bukti fisik, jaminan dan empati.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Suryanti (2011) menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi terhadap kualitas jasa antara karyawan frontline dan back-office perbankan, demikian pula tidak terdapat perbedaan persepsi terhadap kualitas jasa antara karyawan bank laki-laki dan perempuan. Penelitian Damayanti (2017) menyatakan bahwa terdapat enam faktor kualitas layanan perbankan di Lamongan; daya tanggap, aksesibilitas, keandalan, bukti fisik, jaminan dan empati

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan yakni hasil analisis GAP kualitas pelayanan perusahaan dan nasabah BRI Syariah KC Jember menunjukkan bahwa Daya tanggap (X1), Jaminan (X2), Bukti Fisik (X3), Empati (X4), dan Keandalan (X5) mendapatkan kriteria puas. Hal ini berarti nasabah puas dengan kualitas pelayanan perusahaan dalam melayani nasabah BRI Syariah KC Jember.

Berdasarkan Uji *Mann-Whitney test* ada perbedaan daya tanggap antara kinerja perusahaan dan nasabah BRI Syariah KC Jember. Tidak ada perbedaan daya tanggap antara antara kinerja perusahaan dan nasabah BRI Syariah KC Jember ada perbedaan daya tanggap antara antara kinerja perusahaan dan nasabah BRI Syariah KC Jember tidak ada perbedaan daya tanggap antara antara kinerja perusahaan dan nasabah BRI Syariah KC Jember ada perbedaan daya tanggap antara antara kinerja perusahaan dan nasabah BRI Syariah KC Jember

### Saran

1. Berdasarkan faktor daya tanggap, hendaknya bank lebih bisa menjelaskan kepastian waktu dalam penyampaian jasa. Dengan memberikan kejelasan pada setiap permasalahan yang dihadapi nasabah dengan baik, maka hal tersebut membuat nasabah akan lebih puas dengan pelayanan bank.
2. Berdasarkan faktor jaminan, hendaknya bank lebih menyiapkan sumber daya manusianya atau karyawannya dengan baik. Hal ini dimaksudkan agar karyawan bank memiliki pengetahuan yang luas, terutama hal-hal dibidang perbankan dalam hal produk dan jasa yang akan ditawarkan pada nasabah.
3. Berdasarkan faktor bukti fisik, hendaknya BRI Syariah KC Jember memberikan fasilitas dan fisik gedung yang menarik.

Misalnya dengan membenahi banking hall, menyediakan kursi tunggu untuk nasabah mengantri, atau menambah jumlah mesin setor tunai maupun tarik tunai.

4. Berdasarkan faktor empati, hendaknya bank lebih mendekatkan diri dengan nasabah, terutama nasabah yang memiliki frekuensi berkunjung lebih sering. Misalnya hafal dengan nama nasabah tersebut maupun memahami keperluan dan kebutuhan nasabah.
5. Berdasarkan faktor keandalan, hendaknya pihak bank lebih bisa menepati janji-janjinya kepada nasabah dengan tepat waktu. Misalnya, pihak bank bisa menepati janjinya pada nasabah produk tabungan berjangka yang dijanjikan imbal jasa dengan tepat waktu dan imbal jasa yang diberikan sesuai dengan perjanjian

### DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, 2001. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Gema Insani Press. Jakarta.
- Arifin, 2003. *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: AlvaBet.
- Budisantoso et al., 2006. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain. Edisi 2*. Salemba Empat : Jakarta
- Damayanti (2017) Faktor Penentu Kualitas Layanan Perbankan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas

- Nasabah Perbankan Di Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi. Volume II No. 3.* Universitas Islam Lamongan
- Danupranata, Gita. 2013. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah.* Jakarta: Salemba Empat.
- Edi dan Untung, 2005. *Kredit Perbankan di Indonesia,* Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Febrinawati, 2018. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi.* Surabaya: Ghalia Indonesia
- Gemala, 2006. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia.* Jakarta: cetakan ke 2, Kencana Prenada Media Group
- Hasibuan, 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: PT Bumi. Aksara
- Julius, 1999. *The Taxation of Capital Income.* London: Harvard University Press
- Kafsyi, 2000. *Islamic Interbank Money Market.* International Islamic University, Kuala Lumpur, Malaysia.
- Kasmir, 2004. *Dasar-dasar Perbankan.* Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kotler dan Armstrong, 2011. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Prenhallindo
- Lovelock, 1988. *Managing Service: Marketing, Operation, and Human Resources.* London: Prentice-Hall International, Inc
- Lupiyoadi, 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat.
- Malik dan Oberoi, 2017. *Analyzing the Impact of Elevated Service Quality in Online Banking Services on Customer Satisfaction.* aWESHkar. Vol. XXII Issue 1.
- Nawawi, 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Untuk Bisnis Yang Kompetitif,* Gajahmada University Press, Yogyakarta
- Orilio: 2005. *Moment of truth: Small gestures make a big difference in caring for customers.* Nation's Restaurant News. New York: Mar 14, Vol.39.
- Parasuraman et al, 2001. *The Behaviorial Consequences of Service Quality,* *Jurnal of Marketing.* Vol 60
- Permana, 2011. Faktor-Faktor Penentu Kualitas Jasa Perbankan Di Surabaya (Studi Komparasi Persepsi Nasabah Dan Karyawan). *Journal of Business and Banking Volume 1, No. 1.* STIE Perbanas Surabaya
- Putri, 2016. Pengaruh Tingkat Kesehatan Bank Dengan Menggunakan Metode RGEC Terhadap Harga Saham. *Jurnal Procuratio Vol. 04 No. 02* EISSN 2580-3743
- Rotinsulu, 2015. Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*

- Vol.3 No.3. Universitas Sam Ratulangi Manado
- Santoso, 2006. *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS Versi 11.5*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sjahdeini, 1999. *Perbankan Islam*, Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung
- Suryani, 2011. Faktor-Faktor Penentu Kualitas Jasa Perbankan (Kajian Dari Perspektif Gender Dan Posisi Pekerjaan Pada Karyawan Bank Surabaya. *Journal of Business and Banking Volume 1, No. 1*. STIE Perbanas Surabaya
- Thamrin, 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Tjiptono, 2007. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- Ujang, 2015. Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Motivasi, dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan KJKS BMT Tamzis Bandung". *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Entrepreneurship, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.9, No.2*. Universitas Tarumanegara, Bandung
- Veithzal et al., 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit PT. Raja Grafindo Persada
- Wafa, 2017. Pengembangan Usaha Mikro Industri Kreatif “Kerupuk Puli”. Seminar Nasional & Call For Paper, FEB Unikama “Peningkatan Ketahanan Ekonomi Nasional Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global. Malang.
- Wijayati, 2016. Analisis Faktor-Faktor Dimensi Yang Mempengaruhi Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bri Cabang Denpasar (Persero) Unit Peguyangan. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan Vol.12 No. 1*. Politeknik Negeri Bali
- Yaya, 2013. *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zeithaml dan Bitner, 2006. *Services Marketing: Integrating Costumer Focus Accos The Firm*. McGraw Hill. New York