

SERVICE QUALITY DESIGN: ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PERBANKAN SYARIAH MELALUI ANALISIS GAP

¹Risa Ariesta Dewi, ²Febi Yani Arimbi, ^{3*}Nungky Cahyani

^{1,2,3} Universitas Siliwangi

* 201002045@studentunsil.ac.id

*Penulis Korespondensi

Received: 1 June 2023

Revised: 6 September 2023

Published: 8 September 2023

Abstract

Service quality is a very important thing for the company because if the service quality is satisfactory, a sense of desire will arise which is expected to be achieved so that feelings of satisfaction with the product or service appear. employee performance is work performance, namely the comparison between work results that can be seen in real terms with work standards that have been set by the organization. This study aims to determine the difference between the levels of satisfaction among Islamic banking employees from the customer perspective. The data source used is secondary data obtained through books, journals, other references that support this research. The results of this study indicate that the quality of service in Islamic banking is still low. This dissatisfaction includes indicators of assurance, tangible, empathy, responsiveness.

Keywords: *GAP analysis; Service Quality; Quality Dimensions*

Abstrak

Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan karena apabila kualitas pelayanan memuaskan maka akan timbul rasa keinginan yang diharapkan tercapai sehingga muncul perasaan puas akan produk atau jasa tersebut. kinerja pegawai merupakan prestasi kerja, yakni perbandingan antara hasil kerja yang dapat dilihat secara nyata dengan standar kerja yang telah ditetapkan organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui selisih antara tingkat kepuasan antar pegawai perbankan syariah dari perspektif nasabah. Sumber data yang digunakan yaitu data sekunder yang didapatkan melalui buku-buku, jurnal, referensi lain yang mendukung penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di perbankan syariah masih rendah. Ketidakpuasan ini mencakup indikator *assurance, tangible, empathy, responsiveness*.

Kata kunci: Analisis GAP; Dimensi Kualitas; Kualitas Pelayanan

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan tentunya ingin mencapai suatu keberhasilan. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Untuk mengantisipasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima di pasar. Salah satu hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah kualitas pelayanan.

Dalam industri jasa, kualitas pelayanan kepada pelanggan adalah faktor terpenting, dimana pelanggan semakin bersifat kritis dalam memilih perusahaan jasa yang akan digunakan. Seiring dengan perkembangannya, masyarakat sebagai pelanggan tidak lagi bertindak sebagai objek dalam penilaian terhadap kualitas pelayanan, melainkan telah menjadi salah satu subjek penentu dalam menilai akan kualitas pelayanan suatu perusahaan.

Usaha pengendalian kualitas jasa merupakan suatu usaha yang sifatnya menjaga agar kualitas jasa yang diberikan oleh pihak penyedia jasa, minimal senantiasa mempertahankan yang sudah ada atau bahkan lebih meningkatkan mutu pelayanan sehingga pada akhirnya tercipta suatu pelayanan yang unggul. Usaha pengendalian kualitas jasa dirasakan penting karena kualitas jasa yang unggul dan senantiasa terjaga keunggulannya dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan memberikan banyak manfaat diantaranya tercipta hubungan harmonis antara penyedia jasa dan pelanggannya, mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan dan membuat reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan.

Kinerja adalah tingkat tercapainya para pegawai mencapai persyaratan pekerjaan secara efisien dan efektif. (Simamora, 2006) kinerja pegawai merupakan prestasi kerja, yakni perbandingan antara hasil kerja yang dapat dilihat secara nyata dengan standar kerja yang telah ditetapkan organisasi. Kemudian definisi kinerja yaitu suatu hasil yang dicapai oleh pegawai dalam pekerjaannya menurut kriteria tertentu yang berlaku untuk suatu pekerjaan. (Robbins, 2008)

Atas dasar latar belakang diatas maka perumusan masalahnya yaitu, bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat terhadap kinerja pegawai perbankan syariah dengan menggunakan analisis GAP.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Service quality

Kualitas merupakan sebuah suatu faktor penting yang diberikan perusahaan untuk para konsumennya. Menurut Mowen (2002) unsur yang paling penting dalam suatu produk atau jasa adalah kualitas yang tinggi yang dikendalikan oleh konsumen, karena itu perusahaan harus menilai persepsi konsumen atas kualitas. Sedangkan definisi pelayanan menurut Supranto (1997) pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat

hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta konsumen lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Kualitas pelayanan adalah suatu instrumen dan strategi yang diberikan perusahaan untuk menarik minat konsumen untuk mengkonsumsi produk atau jasa yang diberikan, umumnya konsumen yang mengkonsumsi produk atau jasa, konsumen melihat dari kualitas yang diberikan serta pelayanannya, apabila kualitas pelayanan tersebut memuaskan konsumen akan timbul merasa keinginan yang mereka harapkan tercapai sehingga muncul perasaan puas akan produk atau jasa tersebut. Kotler (2009) mengatakan bahwa kualitas jasa atau pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.¹

Kualitas pelayanan itu perlu dilakukan oleh perusahaan untuk menarik minat konsumen, dengan berminat diharapkan konsumen mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga konsumen merasakan apa yang diharapkan bisa terpenuhi maka akan timbul perasaan puas pada hati konsumen. Perusahaan mempunyai strategi yang mencakup akan kualitas pelayanan itu sendiri, menurut Tjiptono (2007) strategi kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan mencakup empat yaitu Atribut Pelayanan, Pendekatan untuk menyempurnakan kualitas jasa, dan sistem umpan balik.²

Dimensi Kualitas

Kualitas memerlukan suatu proses perbaikan yang terus-menerus (continuous improvement process) yang dapat diukur dengan dukungan manajemen, karyawan, dan pemerintah. Konsep kualitas harus bersifat menyeluruh, baik produk maupun prosesnya. Kualitas produk meliputi kualitas bahan baku dan barang jadi. Kualitas proses meliputi kualitas segala sesuatu yang berhubungan dengan proses produksi perusahaan manufaktur dan proses penyediaan jasa atau pelayanan bagi perusahaan jasa.

Garvin mengembangkan delapan dimensi kualitas yang bisa digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis untuk produk manufaktur. Dimensi tersebut adalah:

1. Performansi (performance), merupakan karakteristik dasar atau spesifikasi dasar inheren dan standar yang harus dimiliki produk.
2. Fitur (features), merupakan karakteristik tambahan yang dirancang untuk menyempurnakan karakteristik dasar produk dan meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk.

¹ Arif Wibowo, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umubus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11.2 (2014), 67–81 <<https://doi.org/10.21831/jim.v11i2.11765>>.

² Siti Fatona and others, 'Jurnal Dinamika Manajemen KUALITAS JASA YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS DAN RELEVANSINYA TERHADAP KEPUASAN', *Jdm*, 1.1 (2010), 41–46 <<http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm>>.

3. Keandalan (reliability), merupakan probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan baik sampai periode tertentu, diukur dari rentang waktu tertentu hingga produk pertama kali ditemukan mengalami kerusakan.
4. Kesesuaian (conformance), merupakan tingkat kesesuaian proses operasi dan produk dengan standar yang telah ditentukan.
5. Daya tahan (durability), merupakan lamanya produk bertahan sebelum produk diganti dan diukur dari masa guna sampai produk berada pada keadaan terburuk hingga produk digantikan.
6. Kemampuan melayani (serviceability), merupakan kemudahan perbaikan dan layanan perbaikan produk dengan cepat ketika dibutuhkan.
7. Estetika (aesthetics), merupakan tampilan produk yang dilihat dari bentuk, bau, rasa, dan lain-lain yang diukur berdasarkan preferensi penggunaan dan personal judgment.
8. Ketepatan kualitas dengan yang dipersepsikan (perceived quality), merupakan persepsi konsumen atas kualitas produk yang digunakan berdasarkan reputasi perusahaan atau brand.

Kualitas pada industri manufaktur selain menekankan pada produk yang dihasilkan, juga perlu diperhatikan kualitas pada proses produksi. Menurut Garvin dalam Nadila dimensi kualitas pada industri jasa, antara lain:³

1. Communication: hubungan antara penerima jasa dengan pemberi jasa.
2. Credibility: kepercayaan pihak penerima jasa terhadap pemberi jasa.
3. Security: keamanan terhadap jasa yang ditawarkan.
4. Knowing the customer pemahaman pemberi jasa terhadap kebutuhan dan harapan pemakai jasa.
5. Tangibles: dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan harus dapat diukur atau dibuat standarnya
6. Reliability: konsistensi kerja pemberi jasa dan kemampuan pemberi jasa dalam memenuhi janji para penerima jasa.
7. Responsiveness: tanggapan pemberi jasa terhadap kebutuhan dan harapan penerima jasa.
8. Competence: kemampuan atau keterampilan pemberi jasa untuk memberikan jasanya kepada penerima jasa.
9. Access: kemudahan pemberi jasa untuk dihubungi oleh penerima jasa.
10. Courtesy: kesopanan, respek, perhatian, dan kesamaan dalam hubungan personal.

Menurut Parasuraman, dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, perusahaan perlu memperhatikan lima dimensi service quality sebagai berikut: ⁴

³ Nilda Tri Putri, *Manajemen Kualitas Terpadu*, 1st edn (Siodarjo: Indomedia Pustaka, 2018).

⁴ Untung Sriwidodo and others, 'Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah', *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 10.2 (2010), 164–73.

1. Reliability (Keandalan/kemampuan mewujudkan janji), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang harus sesuai dengan harapan pengguna berarti ketepatan waktu.
2. Responsiveness (ketanggapan dalam memberikan pelayanan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap dan kesediaan penyedia jasa terutama sifatnya untuk membantu konsumen serta memberikan pelayanan yang tepat sesuai kebutuhan konsumen. Dimensi ini menekankan pada sikap penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah konsumen.
3. Assurance (keyakinan atau kemampuan memberikan jaminan pelayanan) yaitu kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri konsumen bahwa pihak penyedia jasa terutama karyawannya mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan.
4. Empathy (memahami keinginan konsumen) yaitu perhatian secara individual terhadap pelanggan seperti kemudahan untuk berkomunikasi yang baik dengan para karyawan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.
5. Tangibles (tampilan fisik pelayanan) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perubahan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Meningkatkan kualitas jasa yang ditawarkan tidak semudah usaha meningkatkan kualitas produk, karena karakteristiknya yang unik. Peningkatan kualitas jasa juga akan berdampak pada organisasi secara menyeluruh.

Analisis GAP

Gap analysis atau analisis kesenjangan merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja organisasi. Metode ini merupakan salah satu metode yang paling umum digunakan dalam pengelolaan manajemen internal suatu lembaga dan sering digunakan di bidang manajemen serta menjadi salah satu alat yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Gap analysis adalah alat atau proses mengidentifikasi kesenjangan dan perbedaan antara situasi organisasi saat ini dan apa yang seharusnya di organisasi, dan digunakan untuk merancang rencana implementasi organisasi dan untuk meningkatkan efektivitas organisasinya di berbagai bidang organisasi. Gap analysis telah diterapkan ke berbagai bidang, baik dalam literatur pemasaran, manajemen merek, manajemen sumber daya manusia, dan bidang komunikasi. Berbagai jenis kesenjangan telah diidentifikasi seperti kesenjangan di pasar, kesenjangan produk, kesenjangan penggunaan, kesenjangan kinerja, kesenjangan harapan, kesenjangan legitimasi, kesenjangan kesesuaian, kesenjangan ideal, dan sebagainya.

Analisis kesenjangan (gap analysis) dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata untuk setiap instrumen variabel tingkat kepentingan dan tingkat kinerja layanan yang dipersepsikan oleh pengguna. Analisis kesenjangan ini sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui tindakan apa saja yang diperlukan (variabel kinerja program dan layanan) untuk mengurangi kesenjangan atau meningkatkan kinerja yang diharapkan ke depannya. Boulding et al 1993 menganalisis kualitas pelayanan dengan menggunakan gap analysis. Kesenjangan kualitas pelayanan diartikan sebagai kesenjangan antara pelayanan yang seharusnya diberikan dan persepsi konsumen atas pelayanan aktual yang diberikan. Semakin kecil kesenjangan tersebut, semakin baik kualitas pelayanan.⁵

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah analisis yang menggambarkan suatu data yang akan dibuat baik sendiri maupun kelompok yang memaparkan informasi yang didapat dari literatur dan kemudian menganalisisnya untuk mendapatkan hasil yang paling diinginkan. Tujuan analisis deskriptif adalah untuk membuat gambaran secara sistematis data yang faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang diselidiki atau diteliti. Berbagai jenis sumber yang diperoleh dari literatur, jurnal, dan artikel. Metode pengumpulan data dan informasi dalam penulisan karya tulis ilmiah ini yaitu berdasarkan studi pustaka dan literatur, dengan mencari dan mengumpulkan informasi penting dari berbagai sumber seperti artikel, buku-buku, jurnal ilmiah dan website atau situs-situs internet resmi yang terkait dengan permasalahan. Berdasarkan pustaka-pustaka tersebut dianalisis dan disintesis simpulan.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder didapatkan melalui buku-buku, jurnal, referensi lain yang mendukung penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

No	Penulis/ tahun	Jurnal, Vol, Angka	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1.	Zahriatul Aini. 2018	Jurnal kolegial, vol 6, No 2, ISSN:	Pengaruh <i>Service Quality</i> Dan <i>Customer</i> <i>Trust</i> Terhadap	teknik probability sampling	1. Hasil penelitian secara deskriptif menunjukkan bahwa service quality,

⁵ Isbandriyati Mutmainah and others, 'Gap Analysis Untuk Mengetahui Kinerja Implementasi Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka', *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10.1 (2022), 19–34
<<https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.934>>.

2088-6544	<i>Customer Satisfaction</i> Serta Dampaknya Pada <i>Customer Loyalty</i> Perbankan Syariah	customer trust, customer satisfaction dan customer loyalty pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh sudah relatif baik, hal ini mengindikasikan bahwa semua variabel dipersepsikan secara lebih baik oleh nasabah. 2. Hasil penelitian untuk hipotesis pertama diperoleh penjelasan bahwa service quality berpengaruh terhadap customer satisfaction pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh. 3. Hasil penelitian untuk hipotesis kedua diperoleh penjelasan bahwa customer trust berpengaruh terhadap customer satisfaction pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh. 4. Hasil penelitian untuk hipotesis ketiga diperoleh penjelasan bahwa service quality berpengaruh terhadap customer loyalty pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh. 5. Hasil penelitian untuk hipotesis keempat diperoleh penjelasan bahwa customer trust tidak
-----------	--	---

berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh.

6. Kemudian hasil juga membuktikan bahwa hipotesis kelima terdapat pengaruh customer satisfaction terhadap customer loyalty nasabah Bank Syariah di Kota Banda Aceh.
7. Sedangkan hasil pengujian terhadap hipotesis keenam menunjukkan bahwa terdapat pengaruh direct dan indirectservice quality, customer trust terhadap customer satisfaction dan berdampak terhadap customer loyalty pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh.⁶

2.	Rizal Yaya, Ahim Abdurahim, Danang Aji Nugraha. 2007	Jurnal Akuntansi dan Investasi Vol. 8 No. 1,	Kesenjangan Harapan Antara Nasabah dan Manajemen terhadap Penyampaian Informasi Keuangan dan Non Keuangan Bank Syariah	Teknik convenience sampling	Antara nasabah dan staf manajemen tidak terdapat perbedaan atau ada kesamaan harapan terhadap pentingnya penyampaian informasi keuangan. Artinya informasi keuangan yang disampaikan oleh manajemen sudah sesuai dengan yang diharapkan nasabah. Berdasarkan
----	--	--	--	-----------------------------	--

⁶ Zahriatul Aini, 'Pengaruh Service Quality Dan Customer Trust Terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya Pada Customer Loyalty Perbankan Syariah', *Kolegial*, 6.P-ISSN 2088-5644; E-ISSN 2614-008X (2018), 11.

hasil uji hipotesis dua dapat disimpulkan bahwa antara nasabah dan staf manajemen tidak terdapat perbedaan atau ada kesamaan harapan terhadap pentingnya penyampaian informasi non keuangan. Artinya informasi non keuangan yang disampaikan oleh manajemen sudah sesuai dengan yang diharapkan nasabah.⁷

3.	Mirdha Fahlevi SI, Yusnaidi.2022	Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen Volume 6 Nomor 2, ISSN : 2614-2147	Tingkat Kepuasan Generasi Terhadap Kualitas Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah yang Beroperasi di Provinsi Aceh	Teknik sampling	<ol style="list-style-type: none"> 1. Indikator kualitas pelayanan yang berada pada kuadran pertama merupakan indikator yang harus mendapatkan prioritas untuk segera diperbaiki. 2. Indikator yang berada pada kuadran kedua merupakan kualitas pelayanan yang perlu dipertahankan oleh perbankan 3. Indikator kualitas layanan yang berada pada kuadran yang ketiga merupakan indikator yang membutuhkan upaya perbaikan kualitas layanannya menjadi lebih baik. 4. Indikator yang berada pada kuadran keempat
----	----------------------------------	--	---	-----------------	--

⁷ Rizal Yaya, Ahim Abdurahim, and Danang Aji Nugraha, 'Kesenjangan Harapan Antara Nasabah Dan Manajemen Terhadap Penyampaian Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Bank Syariah', *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 8.1 (2015), 1–16.

menggambarkan indikator yang kualitas pelayanannya melebihi ekspektasi para pengguna layanan.⁸

4.	Septin Puji Astuti, Wiwik Wilasari, Datien Eriska Utami. 2009	Jurnal Manajem en Bisnis, vol 2, No 1	Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah	SERVQUAL	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas yang lebih baik dibandingkan dimensi assurance, tangibility, empathy, dan responsiveness. Di samping itu, dari keenam dimensi CARTER, tingkat kepuasan tertinggi adalah dimensi reliability dari BRIS. Hal sebaliknya, dimensi tangibility BRIS masih jauh dari kualitas baik dan dimensi ini adalah dimensi yang kualitasnya dinilai paling buruk oleh nasabah dibandingkan lima dimansi lainnya. Karenanya, BRIS harus mengutamakan melakukan pembenahan untuk hal-hal yang berkaitan dengan fasilitas, peralatan dan penampilan personel secara fisik BRIS. ⁹
5.	Hadi Rahardian, Latifah Hanum	Jurnal ekonomi keuangan dan	Ekspetasi Dan Persepsi Pelanggan Terhadap	Kualitatif dengan menggunak	Skor ekspektasi sebesar 4,612 dan persepsi senilai 4,123. Berarti terdapat gap sebesar 0,499. Secara

⁸ Mirdha Fahlevi SI and Yusnaidi Yusnaidi, 'Tingkat Kepuasan Generasi Z Terhadap Kualitas Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah Yang Beroperasi Di Provinsi Aceh', *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 6.2 (2022), 152–60 <<https://doi.org/10.35308/jbkan.v6i2.6287>>.

⁹ Septin Puji Astuti, Wiwik Wilasari, and Datien Eriska Utami, 'Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah', *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2.1 (2009), 47–58.

perencana an Indonesia. Volume 1 no 1	Kualitas Pelayanan Bank Syariah Di Kota Padang	an teknik statistik	keseluruhan terdapat perbedaan yang signifikan antara ekspektasi dengan persepsi dalam Model CARTER. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari tingkat signifikansi sebesar 0,05. Variabel syariah compliance memiliki gap ekspektasi dan persepsi yang paling besar senilai 0,64615. Assurance merupakan variabel yang mempunyai gap terkecil yaitu 0,40855. Bagi manajemen bank syariah penelitian akan memberikan variabel mana yang perlu diambil tindakan secepatnya untuk meminimumkan gap antara ekpektasi dengan persepsi. Berdasarkan hasil penelitian, compliance merupakan variabel yang perlu diperhatikan lebih karena gap yang dimiliki paling besar di antara yang lain. Manajemen bank perlu menyakinkan nasabah bahwa transaksi yang mereka lakukan di bank syariah sudah sesuai dengan hukum Islam. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan edukasi terhadap nasabah dan calon
---	---	------------------------	---

					nasabah secara terus menerus. ¹⁰
6.	Abdus Salam Dz.	Al-Amwal, Volume 10, No. 1 Tahun 2018	Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi dan Tantangan	metode data koleksi melalui riset perpustakaan.	Pangsa pasar bank syariah hingga saat ini masih dalam kategori rendah (5,12 %). Untuk itu masih perlu kerja keras untuk melakukan inklusi dan literasi keuangan kepada masyarakat sasaran yang belum bankable syariah, selain mempertahankan nasabah yang ada dengan memberikan pelayanan terbaiknya. Perbankan syariah perlu melakukan terobosan-terobosan dengan inovasi-inovasi cerdas untuk memberikan pemahaman dan menstimuli masyarakat agar memiliki preferensi bank syariah sebagai pilihan ekonominya.

¹⁰ Hadi Rahadian and Latifah Hanum, 'Ekspektasi Dan Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Di Kota Padang', 01.1 (2020), 55–67.

7.	Ikfi Akmalia	Jurnal Manajem en Bisnis Vo lume 2 No. 01	Analisis Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang	Kualitatif deskriptif	Berdasarkan Diagram Kartesius, diketahui bahwa dimensi kualitas pelayanan yang berada di kuadran A adalah indikator layanan yang cepat tanpa banyak antrian. Pada kuadran B adalah Penampilan rapi karya- wan, Keamanan ketika bertransaksi dibank Syariah Mandiri Malang, Karyawan yang dapat dipercaya, Karyawan yang berpengetahuan luas sehingga mampu menjawab pertanyaan nasabah, Jasa yang disampaikan dengan tepat dan jelas, Jadwal pelayanan tepat, dan Ruang tunggu yang nyaman atau luas. Kuadran C adalah system pencatatan yang akurat dan bebas dari kesalahan, karyawan yang memberikan perhatian personal kepada nasabah, dan juga perusahaan yang bersungguh-sungguh memperhatikan kepentingan setiap nasabah. Kuadran D adalah Karyawan yang memahami ke- butuhan spesifik
----	-----------------	--	---	--------------------------	---

nasabah, karyawan yang selalu bersikap sopan terhadap nasabah, kesiapan untuk merespon permintaan nasabah, Kesedian untuk membantu nasabah, penggunaan teknologi yang modern.

Pembahasan

Dari ke 12 jurnal yang telah kami review terdapat 7 jurnal yang nasabahnya tidak puas terhadap pelayanan pada Perbankan Syariah. Hal ini dijumpai pada jurnal yang disusun oleh Septin Puji Astuti, dkk (2009), Atifah (2020), Abdus Salam (2018), Nana Indah Febriana (2016), Lintang Nur Agnia (2022), Budi Prijanto, dkk (2021), Radix Ilman, dkk (2020). Sementara itu, terdapat 5 jurnal yang nasabahnya puas terhadap pelayanan di perbankan syariah. Hal ini dijumpai pada jurnal yang disusun oleh Aini (2018) rizal yaya, Dkk (2007) , Mirda Fahlevi (2022), Ikfi Amalia (2012), Syahrul Fauzi Siregar (2006).

Kepuasan nasabah adalah hasil penilaian dari nasabah terhadap pelayanan di Perbankan Syariah. Kepuasan nasabah dapat diukur dari beberapa metode yang telah dilakukan oleh peneliti dari masing-masing jurnal tersebut. Kepuasan nasabah adalah hasil penilaian dari nasabah terhadap pelayanan bank syariah dengan membandingkan apa yang diharapkan sesuai dengan kenyataan pelayanan di bank syariah. Maka dapat disimpulkan bahwa nasabah tidak puas apabila layanan yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap pelayanan perbankan syariah yaitu dimensi assurance, tangibility, empathy, dan responsiveness:

- 1) Assurance: pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki pegawai perbankan syariah
- 2) Tangibility: berupa bukti fisik yang dapat dilihat yang meliputi Gedung, perlengkapan, seragam pegawai dan sarana komunikasi.

- 3) Empathy: kemudahan dalam menjalin komunikasi antara pegawai dengan nasabah, perhatian pribadi dan dapat memahami kebutuhan nasabah
- 4) Responsiveness: kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat, tepat, akurat dan memuaskan.

Manfaat mengetahui tingkat kepuasan nasabah menurut Soeparmato dan Astuti yaitu:¹¹

- 1) Mengetahui kekurangan masing-masing tingkat kelemahan penyelenggaraan pelayanan
- 2) Mengetahui kinerja penyelenggaraan pelayanan yang telah dilaksanakan oleh unit layanan
- 3) Sebagai bahan penetapan kebijakan yang perlu diambil dan upaya yang perlu dilakukan
- 4) Mengetahui indeks kepuasan masyarakat secara pelayanan public pada lingkup pemerintahan pusat dan daerah
- 5) Memacu persaingan positif antar unit penyelenggara pelayanan dalam upaya peningkatan kinerja pelayanan
- 6) Bagi masyarakat dapat mengetahui gambaran tentang kinerja pelayanan unit yang bersangkutan

Dengan manfaat tersebut maka pelayanan pegawai di perbankan syariah dapat ditingkatkan dan mutu pelayanan di perbankan syariah menjadi meningkat.

SIMPULAN

Kualitas pelayanan sangat perlu dilakukan untuk menarik minat. Kepuasan nasabah terhadap pelayanan di perbankan syariah dilihat dari beberapa perbandingan jurnal-jurnal yang kami ambil masih rendah. Ketidakpuasan ini mencakup indikator *assurance*, *tangible*, *empathy*, *responsiveness*. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu karakteristik pegawai bank, sarana dan prasarana dan kehandalan para pegawai perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Agia, Lintang Nur, and Hafidzah Nurjannah, 'Analisis Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia Menggunakan Importance Performance Analysis', *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 5.2 (2022), 1570–75

Aini, Zahriatul, 'Pengaruh Service Quality Dan Customer Trust Terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya Pada Customer Loyalty Perbankan Syariah', *Kolegial*, 6.P-ISSN 2088-5644; E-ISSN 2614-008X (2018), 11

Akmalia, Ikfi, 'Analisis Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah

¹¹ Sandy Kurniajati, Imelda Lintang Utami, and Yesaya Willi Pujawan, 'Literatur Review: Analisis Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Bpjs Di Rumah Sakit', *JARSI - Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 1.1 (2022), 7–14 <<https://jurnal.stikesbaptis.ac.id/index.php/jarsi/article/view/607>>.

Mandiri Malang', *Manajemen Bisnis*, 2.1 (2013), 69–80
<<https://doi.org/10.22219/jmb.v2i1.1485>>

Astuti, Septin Puji, Wiwik Wilasari, and Datien Eriska Utami, 'Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah', *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2.1 (2009), 47–58

Dz., Abdus Salam, 'Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi Dan Tantangan', *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10.1 (2018), 63
<<https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2813>>

Fahlevi SI, Mirdha, and Yusnaldi Yusnaldi, 'Tingkat Kepuasan Generasi Z Terhadap Kualitas Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah Yang Beroperasi Di Provinsi Aceh', *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 6.2 (2022), 152–60
<<https://doi.org/10.35308/jbkan.v6i2.6287>>

Fatona, Siti, Sekolah Tinggi, Ilmu Ekonomi, Adi Unggul Bhirawa, Indonesia Surakarta, and Info Artikel, 'Jurnal Dinamika Manajemen KUALITAS JASA YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS DAN RELEVANSINYA TERHADAP KEPUASAN', *Jdm*, 1.1 (2010), 41–46
<<http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm>>

Febriana, Nina Indah, 'Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung', *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3.1 (2016) <<https://doi.org/10.21274/an.2016.3.1.145-168>>

Ilman, Radix, Sri Indriani, and Emmalia Adriantantri, 'METODE SERVICE QUALITY (Studi Kasus Tabungan Amanah BANK BPR Syariah Kota Mojokerto)', 3.2 (2020), 86–92

Kurniajati, Sandy, Imelda Lintang Utami, and Yesaya Willi Pujawan, 'Literatur Review: Analisis Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Bpjs Di Rumah Sakit', *JARSI - Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 1.1 (2022), 7–14
<<https://jurnal.stikesbaptis.ac.id/index.php/jarsi/article/view/607>>

Mutmainah, Isbandriyati, Iis Anisa Yulia, Feni Marnilin, and Ahmad Zaid Mahfudi, 'Gap Analysis Untuk Mengetahui Kinerja Implementasi Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka', *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10.1 (2022), 19–34
<<https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.934>>

Prijanto, Budi, Rani Ferina Pulung, and Agustin Rusiana Sari, 'Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Kota Depok Menggunakan Carter Model', *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4.1 (2021), 178–94
<[https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(1\).6607](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(1).6607)>

Putri, Nilda Tri, *Manajemen Kualitas Terpadu*, 1st edn (Siodarjo: Indomedia Pustaka, 2018)

Rahadian, Hadi, and Latifah Hanum, 'Ekspektasi Dan Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Di Kota Padang', 01.1 (2020), 55–67

Sriwidodo, Untung, Rully Tri, Indriastuti Pt Bank, and Jateng Cabang Karanganyar, 'Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah', *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 10.2 (2010), 164–73

Wibowo, Arif, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umumbus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11.2 (2014), 67–81
<<https://doi.org/10.21831/jim.v11i2.11765>>

Yaya, Rizal, Ahim Abdurahim, and Danang Aji Nugraha, 'Kesenjangan Harapan Antara Nasabah Dan Manajemen Terhadap Penyampaian Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Bank Syariah', *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 8.1 (2015), 1–16