

Persepsi seorang konsumen akan berbagai stimulus yang diterimanya di pengaruhi oleh karakteristik yang dimilikinya.³

Persepsi adalah proses interpretasi seseorang atas lingkungannya. Persepsi dalam arti umum adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak. Seseorang mengelompokkan informasi dari berbagai sumber kedalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Prinsip dasar dari organisasi persepsi adalah penyatuan (integration) yang berarti bahwa berbagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh. Informasi pengorganisasian seperti itu memudahkan untuk memproses dan memberikan pengertian yang terintegrasi terhadap stimulus.

Persepsi menurut Khotler dan Armsrong adalah suatu proses yang mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan mengartikan informasi untuk memperoleh gambaran dunia yang berarti. Dalam hal ini yang dimaksud adalah seseorang yang termotivasi akan siap bereaksi. Bagaimana orang itu bertindak dipengaruhi oleh persepsi mengenai situasi. Dua orang dalam kondisi motivasi yang sama dan tujuan situasi yang sama mungkin bertindak secara berbeda karena perbedaan persepsi mereka terhadap situasi itu. Persepsi sebagai proses di mana individu memilih, merumuskan dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia.⁴

³ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2001), 63.

⁴ Kotler Phillip dan Keller Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran Edisi 13* (Jakarta: Erlangga, 2008), 179.

Deddy Mulyana menyebutkan secara garis besar persepsi manusia dibagi menjadi dua bagian, yaitu:⁵

- a. Persepsi terhadap obyek (lingkungan fisik); sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya). Orang akan mempersepsi anda pada saat anda mempersepsi mereka. Dengan kata lain, persepsi terhadap manusia bersifat interaktif.
- b. Persepsi terhadap manusia; melalui lambang-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang-lambang verbal dan nonverbal. Orang lebih aktif daripada kebanyakan obyek dan lebih sulit diramalkan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi dalam penelitian ini adalah tanggapan masyarakat tentang manajemen pelayanan yang diterapkan di BPRS bhakti Sumekar dan BMT UGT Sidogiri yang mana persepsi masyarakat tersebut dapat berupa persepsi terhadap sifat-sifat fisik/luar, dan persepsi terhadap manusia, baik itu persepsi dari sikap maupun penampilan dan lain sebagainya.

B. Lembaga Perbankan Syariah

1. Pengertian Perbankan Syariah

Bank Islam adalah lembaga keuangan yang operasionalnya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW.⁶ Dalam UU No. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 7 dijelaskan bahwa bank

⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), 171.

⁶ Muhammad, *Kebijakan Moneter dan Fiskal Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Salemba Empat, 2002), 12.

syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

UU No. Tahun 1998 secara jelas dinyatakan hakekat bank syariah yang melaksanakan kegiatan atas dasar prinsip syariah. Pasal 1 ayat 3 tersebut menyatakan bahwa:⁷ Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. (pasal 1 ayat 3).

Sedangkan dalam pasal 1 ayat 4 UUP yang sama juga ditegaskan tentang Bank Pengkreditan Rakyat (BPR).⁸ Bank Pengkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Bank syariah menurut Syarif Arbi adalah bank yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan manusia akan jasa perbankan, dengan teknik perbankan yang dilakukan terjauh dari yang bertentangan dengan ajaran agama Islam.⁹ Sedangkan Syafi'i Antonio mendefinisikan Bank Syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara Bank dan pihak lain untuk penyimpanan dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.¹⁰

⁷ Muhammad, *Bank Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 34.

⁸ Ibid.

⁹ Arbi Syarif, *Mengenal Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank* (Jakarta : Djembatan, 2002), 21.

¹⁰ Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori Kepraktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 1.

Menurut Mannan menyatakan bahwa mekanisme perbankan Islam yang berdasarkan prinsip mitra usaha adalah bebas bunga. Sehingga dalam hal ini Baik BPRS maupun bank syariah lainnya harus menghindari sistem riba.¹¹

Fokus penelitian ini yaitu pada lembaga BPRS, maka BPRS atau BPR Syariah itu sendiri adalah BPR biasa yang pola operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip muamalah Islam.¹²

2. Tujuan BPRS/BPR Islam

Adapun tujuan berdirinya BPR Islam adalah sebagai berikut:¹³

1. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam terutama masyarakat golongan ekonomi lemah.
2. Meningkatkan pendapatan perkapita
3. Menambah lapangan kerja terutama di kecamatan-kecamatan
4. Mengurangi urbanisasi
5. Membina semangat *ukhuwah islamiyah* melalui kegiatan ekonomi.

Tujuan BPRS tersebut semata-mata untuk kesejahteraan umat Islam termasuk memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan terhadap nasabahnya.

¹¹ Jamal Lulail Yunus, *Manajemen Bank Syari'ah Mikro* (Malang: UIN-Malang Press, 2009), 30.

¹² Karnaen A. Perwataatmadja, *Apa dan Bagaimana Bank Islam* (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1992), 95.

¹³ *Ibid.*, 96.

C. Lembaga Keuangan Syariah Non-Bank

1. Pengertian Lembaga Keuangan Syariah Non-Bank

Lembaga keuangan syariah non-bank adalah lembaga keuangan lain di luar perbankan. Lembaga ini sama-sama memiliki misi keumatan yang jelas. Sistem operasionalnya menggunakan syariah Islam, hanya produk dan manajemennya yang sedikit berbeda dengan industri perbankan. Lembaga tersebut meliputi asuransi syariah, reksa dana syariah serta baitul mal wa tamwil. Diantara lembaga tersebut yang terkait langsung dalam upaya pengentasan kemiskinan adalah BMT (*Baitul Māl Wat Tamwil*).¹⁴ Peneliti memfokuskan penelitian ini pada BMT.

2. Pengertian BMT (*Baitul Māl Wat Tamwil*)

BMT adalah kependekan kata Balai Usaha Mandiri Terpadu atau *Baitul Māl wat Tamwil*, yaitu lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah.¹⁵ Dalam sistem ini, BMT memerankan fungsi ganda. Pada tahap *funding*, ia akan berperan sebagai *muḍārib* dan karenanya dana terkumpul harus dikelola secara optimal. Namun pada *financing*, BMT akan berperan selaku shohibul maal dan karenanya ia harus menginvestasikan dana yang dimiliki pada usaha-usaha yang halal dan menguntungkan.¹⁶

Baitul Māl Wat Tamwil merupakan suatu lembaga yang berfungsi selain mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non

¹⁴ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)* (Yogyakarta: UII Press, 2004), 72.

¹⁵ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), 451.

¹⁶ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Māl...*, 120.

profit seperti zakat, infaq, dan sedekah,¹⁷ juga berfungsi sebagai pengembangan kegiatan-kegiatan produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dengan mendorong kegiatan ekonominya. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan Islam.¹⁸

3. Prinsip-Prinsip Utama BMT

Berikut ini prinsip-prinsip utama BMT:¹⁹

1. Keimanan dan ketakwaan kepada Allah Swt. dengan mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dan muamalah Islam ke dalam kehidupan nyata.
2. Keterpaduan (*kaffah*) di mana nilai-nilai spiritual berfungsi mengarahkan dan menggerakkan etika dan moral yang dinamis, proaktif, progresif, adil dan berakhlak mulia.
3. Kekeluargaan yakni mengutamakan kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi.
4. Kebersamaan, yakni kesatuan pola pikir, sikap dan cita-cita antar semua elemen BMT.
5. Kemandirian, yakni tidak tergantung dengan dana-dana pinjaman di atas semua golongan politik melainkan murni dana dari masyarakat.

¹⁷ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan...*, 448.

¹⁸ Nurul Huda, Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 363.

¹⁹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Māl...*, 130.

6. Profesionalisme, yakni semangat kerja yang tinggi yang dilandasi dasar keimanan.
7. *Istiqamah*: konsisten, kontinuitas/berkelanjutan tanpa henti-henti dan tanpa pernah putus asa.

4. Ciri-Ciri Utama BMT

Ciri-ciri utama BMT yaitu:²⁰

1. Berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling banyak untuk anggota dan lingkungannya.
2. Bukan lembaga sosial tetapi dapat dimanfaatkan untuk mengefektifkan penggunaan zakat, infak, dan sedekah bagi kesejahteraan orang banyak.
3. Ditumbuhkan dari bawah berlandaskan peran serta masyarakat sekitarnya.
4. Milik bersama masyarakat kecil dan bawah dari lingkungan BMT itu sendiri, bukan milik orang seorang atau di luar masyarakat itu.

5. Ciri-Ciri Khusus BMT

Beberapa ciri-ciri khusus BMT diantaranya yaitu sebagai berikut:²¹

1. Staf dan karyawan BMT bertindak proaktif
2. Kantor dibuka dalam waktu tertentu yang ditetapkan sesuai kebutuhan pasar.
3. BMT mengadakan pendampingan usaha anggota.
4. Manajemen BMT adalah profesional Islami.

²⁰ Ibid., 132.

²¹ Ibid.

D. Manajemen Pelayanan

1. Pengertian Manajemen Pelayanan

Dalam pandangan ajaran Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar tertip dan teratur, sehingga diperlukan sebuah manajemen. Sebenarnya manajemen dalam arti mengatur segala sesuatu agar dilakukan dengan baik tepat dan tuntas merupakan hal yang disyariatkan dalam ajaran islam.²² Sebagaimana Rasulullah saw. Bersabda dalam sebuah hadith berikut:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ²³

“Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan, dilakukan secara *itqan* (tepat, terarah, jelas dan tuntas).”

Ali bin Abi Thalib r.a. menggambarkan betapa kebatilan yang diorganisasi dengan rapi akan mengalahkan kebaikan yang tidak diorganisasi dengan baik.

الْحَقُّ بِلَا نِظَامٍ يَغْلِبُهُ الْبَاطِلُ بِنِظَامٍ

“kebenaran yang tidak terorganisasi dengan rapi, dapat dikalahkan kebatilan yang diorganisasi dengan baik”.²⁴

²² Didin Hafidhuddin, Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003), 1.

²³ Abu Abdurrahman Muhammad Nasiruddin bin al-Haj Nuh bin Najati bin Adam al-Asqudari al-Bani, *Ṣahihul Jāmi‘us Ṣaghir Waziyādatuhu Lil al-Bani*, Bab Harful Alif, Juz 1, No. Hadith 1880, 383.

²⁴ *Ibid.*, 4.

Menurut savas bahwa pada sektor publik, atau (perbankan) peristilahan pelayanan (*government service*) diartikan sebagai pemberian pelayanan oleh agen pemerintah (atau agen perbankan) melalui pegawai/karyawannya (*the delivery of service by a government agency using its own employees*).²⁵

Menurut Groonros dalam lovelock melihat manajemen pelayanan dan aspek hubungan dengan pengguna jasa dengan berbagai tujuan, yaitu.²⁶

- a) Memahami nilai daya manfaat pelayanan yang diterima pengguna jasa yang memanfaatkan atau menggunakan pelayanan yang ditawarkan organisasi serta bagaimana pelayanan itu sendiri atau hak lain yang bersifat mempengaruhi pelayanan tersebut. Dengan kata lain manajemen pelayanan adalah memahami bagaimana kualitas keseluruhan dalam hubungannya dengan pengguna jasa dan bagaimana pelayanan itu berubah sesuai waktu.
- b) Memahami bagaimana suatu organisasi (personal, teknologi, sarana fisik, sistem dan pengguna jasanya) mampu menghasilkan atau memberikan daya manfaat.
- c) Memahami bagaimana suatu organisasi sebaiknya dikembangkan dan dimanajemeni, sehingga tujuan dan kualitas yang dimaksud tercapai.
- d) Membuat fungsi organisasi untuk mencapai daya manfaat atau kualitas tersebut, serta tujuan organisasi dan orang-orangnya dapat dilibatkan (organisasi, pengguna jasa dan masyarakatnya).

²⁵ Ismail Nawawi, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Dwiputra Pustaka Jaya, 2012), 264.

²⁶ *Ibid.*, 263.

Groonros dalam Lovelock, menyebutkan manajemen pelayanan yang efektif memerlukan perubahan fokus dari menciptakan produk berkualitas dan daya manfaatnya, menjadi kualitas keseluruhan serta daya manfaat yang meliputi aspek hubungan dengan pengguna jasa. Virye menyebutkan “pelayanan yang baik merupakan bisnis yang menguntungkan (*good service is good business*)”.²⁷

2. Faktor Utama dalam Kualitas Pelayanan

Masyarakat dapat mempersepsikan manajemen pelayanan lembaga perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah non-bank dari berbagai dimensi, sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Tjiptono (2008: 281) bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas jasa pelayanan yaitu sebagai berikut:²⁸

- 1) *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 2) *Responsiveness* atau responsivitas (daya tanggap) adalah kerelaan untuk menolong customers dan menyelenggarakan pelayanan secara ikhlas.²⁹
- 3) *Assurance* (jaminan), yaitu jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keraguraguan,

²⁷ Ibid., 266

²⁸ Tri Hari Koestanto, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya”, *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* No.10 Vol. 3, (2014), 4

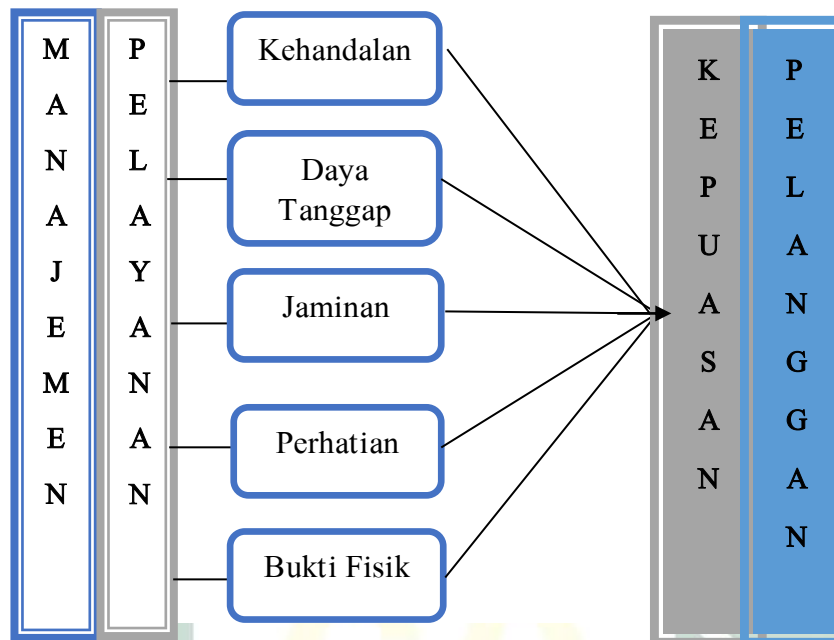
²⁹ Ratminto&Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 176.

- 4) *Empathy* (perhatian), yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen,
- 5) *Tangibles* (bukti fisik), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Dari kelima faktor tersebut, maka masyarakat dapat mempersepsikan pelayanan yang diberikan kedua lembaga tersebut. Misalkan persepsi masyarakat tentang sikap CS (*Customer Service*) dalam melayani nasabahnya, pelayanan yang berupa fasilitas ruang/sarana yang disediakan, seperti adanya fasilitas AC, tempat duduk yang nyaman dan pelayanan lainnya yang ada di dua lembaga tersebut. Dengan pelayanan yang baik itu nantinya akan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Adapun kepuasan pelanggan menurut Parasuraman, Zeithmal dan Berry adalah perasaan pelanggan terhadap satu jenis pelayanan yang didapatkannya.³⁰

³⁰ Nurlailah, *Manajemen Pemasaran* (Surabaya: Uin Sunan Ampel Press, 2014), 44.

Gambar 1
Kerangka pikir



Sumber: Ratminto, diolah 2017

Jenis pelayanan yang diberikan kepada nasabah dapat pula berupa fasilitas. Fasilitas adalah sesuatu yang dapat membantu memudahkan pekerjaan, tugas dan sebagainya. Fasilitas yang diberikan oleh bank syariah dapat menunjang kinerja staf dan menarik minat masyarakat untuk memilih bank syariah. Salah satu indikator pelayanan dan fasilitas dari lembaga perbankan maupun lembaga keuangan syariah non-bank diantaranya adalah: profesional staf karyawan, karyawan yang ramah, suasana bank yang nyaman, penampilan dan pakaian staf yang sopan, mudah menjadi nasabah bank syariah, bank syariah menawarkan produk yang variatif.

3. Etika Pelayanan Islami

Dunia perbankan maupun keuangan non-bank sangat perlu menerapkan etika. Etika merupakan cara berhubungan dengan manusia lainnya.

Pengertian etika secara luas adalah tindakan mengatur tingkah laku atau perilaku manusia dengan masyarakat. Tingkah laku tersebut perlu diatur agar tidak melanggar aturan atau norma-norma yang berlaku di masyarakat.³¹ Tanpa etika yang benar maka perbankan maupun lembaga keuangan syariah non-bank tidak akan mendapatkan nasabah banyak, serta mempunyai kemungkinan kehilangan nasabah karena merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan.

Adapun beberapa ketentuan yang diatur dalam etika secara umum, antara lain:

1) Sikap dan perilaku

Sikap dan perilaku merupakan bagian penting dalam etika perbankan. Sikap dan perilaku yang harus ditunjukkan oleh seluruh pegawai bank terutama karyawan di *customer service*.

Adapun sikap dan perilaku yang harus dijalankan oleh setiap pegawai diantaranya adalah jujur dalam bertindak dan bersikap, rajin, tepat waktu, dan tidak pemalas, selalu murah senyum, lemah lembut dan ramah tamah, sopan santun, tutur kata dan hormat, periang dan selalu ceria dan pandai bergaul, simpatik, fleksibel, serius, memiliki rasa tanggung jawab dan rasa memiliki perusahaan yang tinggi serta suka menolong nasabah.

³¹ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana 2005), 185.

2) Penampilan

Penampilan merupakan hal pertama yang dilihat oleh nasabah. Dengan penampilan menarik akan memberikan kesan yang baik pula terhadap nasabah.

Secara umum penampilan yang prima yang ditampilkan oleh setiap pegawai bank adalah sebagai berikut:

- a. Wajar, artinya wajar dalam bersikap dan bertindak tidak dibuat-buat.
- b. Dalam hal berpakaian harus selalu berpenampilan rapi, serasi, dan bersih dan tidak menggunakan asesoris dan *bermake up* yang berlebihan.
- c. Selalu mengucapkan salam bila bertemu atau berpisah dengan nasabah atau tamu, termasuk ucapan terimakasih.
- d. Selalu bersikap optimis dan tidak pesimis serta tidak ragu-ragu dalam bertindak, sehingga mampu memberikan keyakinan kepada nasabah atas pelayanan yang diberikan.
- e. Berperilaku yang baik, lincah, gesit, mudah bergaul, dan cepat tanggap namun tidak *over acting* di depan nasabah atau tamu yang pada akhirnya membuat nasabah merasa jengkel.
- f. Lemah lembut dan sopan santun dalam melayani tamu atau nasabah.
- g. Selalu suka membantu, sehingga nasabah merasa ringan dalam menghadapi urusannya.

3) Cara berpakaian

Cara berpakaian yang baik adalah sebagai berikut:

- a. Gunakan pakaian dinas yang sudah ditentukan pada hari-hari tertentu. Kemudian gunakan pakaian yang lembut dan jangan menggunakan warna yang norak.
- b. Gunakan pakaian yang necis dan rapi, kenakan kemeja dengan kancing yang rapi (tidak kelihatan dada) dan lengan baju jangan digulung.
- c. Hindari pakaian yang tidak lazim.
- d. Jangan mengenakan asesoris yang berlebihan pada pakaian dan badan.
- e. Gunakan celana gelap dengan variasi kantong yang normal tidak berlebihan.
- f. Masukkan baju ke dalam celana agar terlihat rapi.
- g. Gunakan tanda pengenal yang telah diwajibkan.
- h. Gunakan sepatu dan kaos kaki yang serasi dengan pakaian dan tidak diperkenankan memakai sandal di kantor.

4) Cara berbicara

Cara berbicara yang baik yaitu dengan menggunakan bahasa yang baik dan tidak menyinggung nasabah serta menggunakan suara lemah lembut dan tidak bersuara dengan bersuara besar dan kasar.

5) Gerak-gerak

Adapun gerak-gerak yang diperlukan dalam suatu etika adalah sebagai berikut:

- a. Raut muka, merupakan ekspresi perasaan dan emosi seseorang. Setiap pegawai bank harus menunjukkan raut muka yang selalu ceria.
- b. Mata, dalam menatap nasabah mata jangan terlalu memandang curiga atau memandang enteng. Usaha kontak mata jangan terlalu lama atau penuh selidik.
- c. Senyum, merupakan gerakan bibir dan dapat menyenangkan nasabah.
- d. Gerakan tangan, kaki, kepala, dan seluruh tubuh janganlah telalu kaku.
- e. Cara berjalan, duduk, berdiri perlu diatur sebaik mungkin sehingga tampak menyenangkan dan anggun di depan nasabah.

6) Cara bertanya

Cara bertanya yang baik adalah dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan tidak bertele-tele.

Karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam terbagi menjadi 6 (enam) bagian yang dapat digunakan sebagai panduan, diantaranya yaitu:³²

- 1) Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji.

³² Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 153.

- 2) Bertanggung jawab dan terpercaya (*al-amānah*) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
- 3) Tidak Menipu (*al-kadzib*) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.
- 4) Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.
- 5) Melayani dengan rendah hati (khidmat) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.³³
- 6) Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

Abdalla Hanafy dan Hamid Salam, masing-masing adalah guru besar marketing dan International Business di St. Cloud State University dan guru besar Business Administration di Mankata State University, merumuskan etika pelayanan Islami sebagai berikut:³⁴

³³ Ibid., 161

³⁴ Adiwarmarman Aswar Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, Irwan Kelana, Cet. 1 (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 166.

- 1) Etika untuk selalu menyampaikan yang benar.
- 2) Etika untuk selalu dapat dipercaya.
- 3) Etika untuk selalu mengerjakan sesuatu dengan ikhlas.
- 4) Etika persaudaraan.
- 5) Penguasaan ilmu pengetahuan dan
- 6) Etika keadilan

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ

حَمِيدٌ³⁵

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267)”.³⁶

4. Tujuan dan Manfaat etika pelayanan

Adapun tujuan dan manfaat etika bagi perbankan syariah maupun lembaga keuangan syariah non-bank adalah sebagai berikut:³⁷

- 1) Untuk persahabatan dan pergaulan

³⁵ Alqur'an, 2:267.

³⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Pelita II, 1978), 67.

³⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank...*, 187.

- 2) Menyenangkan orang lain
- 3) Membujuk nasabah
- 4) Mempertahankan nasabah
- 5) Membina dan menjaga hubungan
- 6) Berusaha menarik nasabah

Ada beberapa standar prosedur pelayanan yang perlu diterapkan oleh lembaga perbankan syariah maupun lembaga keuangan syariah non bank, diantaranya yaitu:

- 1) *Costumer service*
- 2) *Teller*
- 3) Satpam
- 4) Fisik/sarana dan prasarana

Salah satu sarana yang memegang peranan penting dalam penggunaan kartu kredit adalah adanya ATM (*automated teller machine*). ATM ini merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap hari selama 24 jam dan 7 hari dalam seminggu termasuk hari libur.³⁸

5. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

Ciri-ciri pelayanan yang baik dalam sebuah perusahaan adalah sebagai berikut:³⁹

1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik
2. Memiliki karyawan yang profesional⁴⁰

³⁸ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Pers, ed. Revisi, cet. 11, 2012), 308.

³⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 257.

3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat
5. Mampu berkomunikasi secara jelas
6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah
9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

6. Larangan dalam Etika Pelayanan

Secara umum larangan dalam etika pelayanan adalah sebagai berikut:⁴¹

- 1) Dilarang berpakaian sembarangan, terutama pada saat jam kerja, dan pada saat melayani nasabah.
- 2) Dilarang melayani nasabah atau tamu sambil makan, minum, atau merokok atau mengunyah sesuatu seperti permen karet.
- 3) Dilarang melayani nasabah atau tamu sambil ngobrol atau bercanda dengan karyawan lain dalam kondisi apapun.
- 4) Dilarang menampakkan wajah cemberut, memelas, atau sedih di depan nasabah atau tamu.
- 5) Dilarang untuk berdebat atau berusaha menyanggah nasabah secara kasar atau tidak sopan.
- 6) Dilarang meninggalkan nasabah pada saat banyak nasabah yang harus dilayani.

⁴⁰ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), 9.

⁴¹ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media, 2005), 197.

7) Dilarang berbicara terlalu keras baik volume suara maupun kata-kata.

Juga dilarang berbicara terlalu pelan dan tidak jelas pada saat melayani nasabah.

8) Dilarang keras meminta imbalan atau janji-janji tertentu kepada nasabah.

Larangan yang telah disebutkan di atas hendaknya dihindari oleh setiap pegawai perbankan maupun lembaga keuangan non-bank lainnya. Hal itu dilakukan demi memberikan kepuasan kepada masyarakat atau nasabah.

