

PENGUKURAN *SERVICE QUALITY* BANK SYARIAH DI EKS KARESIDENAN SURAKARTA

Ummu Mashitoh

Fakultas Ekonomi STIE Swastamandiri Surakarta

Shita_mail@yahoo.co.id

ABSTRACT

The goal for this research is to know service quality and customer satisfaction in Sharia Banks in Surakarta based on customer perception. Service Quality (SERVQUAL) method recommended by Parasuraman et al. (1985) and applied in Islamic Finance in Kuwait by Othman and Owen (2011), has been used in the measurement of service quality in this research. Sample of this research is customer from Sharia Banks in Surakarta, which start their operational before 2010. We used questionnaire to collect the data. We gave the questionnaires to Islamic agencies, foundations and universities. Result of this research show that assurance dimension is the highest rank among all dimensions. However, all dimension are had high percentage. All these indicate that Sharia Banks have a high performance.

Keywords : Sharia Bank's Service Quality

PENDAHULUAN

Islam bukan hanya mengenai agama, kepercayaan dan ritual, tetapi mengenai tuntunan hidup secara menyeluruh, termasuk aktifitas ekonomi. Aktifitas keduniaan juga sangat diakui dalam Islam, dan muslim, disamping memenuhi kewajiban agama juga diarahkan untuk bekerja keras dan berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi (Haniffa

dan Hudaib, 2010), seperti terdapat dalam QS (Al-Jumu'ah 62: 9-10), yang artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, apabila diseru untuk menunaikan sembahyang pada hari jum'at, maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual-beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. Dan apabila telah ditunaikan sembahyang, maka bertebaranlah kamu dimuka

bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.

Bank syariah tumbuh pesat dalam empat dekade terakhir (Abedniya dan Zeim, 2011). Termasuk di Indonesia, terutama setelah pemerintah dan Bank Indonesia (BI) memberi izin bank konvensional untuk mendirikan unit syariah tahun 1998 (Setiawan, 2006). Sejak saat itu bank konvensional mulai mendirikan unit syariah. *Outlook Perbankan Syariah tahun 2013* menunjukkan perkembangan perbankan syariah selama satu tahun terakhir, sampai dengan bulan Oktober 2012 *year of year (yoy)* cukup menggemirakan. Perbankan syariah tumbuh kurang lebih 37% sehingga total asetnya Rp. 174,09 triliun. Aset pembiayaan mencapai Rp. 135,58 triliun (40,06%, *yoy*). Penyaluran dana paling tinggi adalah piutang *murabahah* Rp. 80,95 triliun atau 59,71% pembiayaan *musyarakah* sebesar Rp. 25,21 triliun (18,59%) dan pembiayaan *mudharabah* sebesar Rp11,44 triliun (8,44%)(BI, 2013).

Dengan adanya pertumbuhan yang cukup tinggi tersebut bank syariah dituntut untuk meningkatkan *service quality* terhadap nasabah. Parasuraman (1988) menyatakan *customer* bank atau nasabah kini semakin sadar dengan adanya peningkatan standar *service quality*. Krishnan, et al.(1998) menyatakan bahwa level dari kepuasan *customer* menjadi target utama dari bank untuk menaikkan *market share*. Zairi (2000) dalam Chaoprasert dan Elsey (2004), menyatakan bahwa *customer* yang merasa puas, kemungkinan akan membagi pengalamannya kepada lima sampai enam orang.

Menurut Dusuki dan Abdullah (2007) dalam Osman,et al. (2010) saat ini *Islamic bank* bukan lagi organisasi bisnis yang bertujuan untuk memenuhi tugas keagamaan saja, namun yang lebih penting adalah dapat bersaing dengan bank yang menggunakan sistem konvensional. Untuk dapat memenuhi harapan nasabah dan dapat bersaing dengan bank lain, bank syariah harus memberikan produk dan pelayanan dengan kualitas yang tinggi. Agar dapat mengetahui apakah bank dapat bersaing dengan kompetitornya maka perlu diadakan pengukuran *service quality*. Pengukuran *service quality* dapat menggunakan metode Parasuraman (1985) yang disebut *Service Quality* atau disingkat *SERVQUAL* yang berbasis pada lima dimensi *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Emphaty* dan *Responsiveness* atau biasa disingkat *ARTER*. Namun berbeda dengan operasional bank konvensional, operasional bank syariah berdasar pada hukum Islam dan memiliki perbedaan *spirit* dalam menjalankan operasionalnya (Othman dan Owen, 2001). Oleh karena itu dalam mengukur *service quality* tentunya ada perbedaan dengan bank konvensional.

Othman dan Owen (2001) mengatakan adanya penambahan satu dimensi (*Compliance*) untuk mengukur seberapa jauh bank syariah menerapkan prinsip syariah dalam melakukan kegiatan perbankan. Bank syariah adalah bank yang kegiatannya berlandaskan syariah sehingga perlu diukur bagaimana penerapan syariah tersebut. Oleh karena itu ada enam

dimensi yang bisa diukur pada *service quality* bank syariah. Dari penelitian Othman dan Owen (2001) di *Financial Kuwait House* menunjukkan bahwa enam dimensi tersebut memberikan hasil yang signifikan mengenai persepsi nasabah bank syariah.

Uraian diatas menjadi alasan penulis untuk menganalisis dimensi-dimensi *service quality* bank syariah. Analisis ini untuk mengevaluasi dunia perbankan khususnya perbankan syariah di Surakarta mengenai persepsi nasabah terhadap kinerja yang telah dilakukan dan menjadi acuan untuk meningkatkan kinerja agar memberikan kinerja yang lebih baik.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana *service quality* Bank Syariah di Eks Karesidenan Surakarta?
2. Bagaimana peringkat dimensi-dimensi *service quality* bank syariah di Eks Karesidenan Surakarta berdasarkan persepsi nasabah?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengevaluasi dan mengukur dari *service quality* yang diterapkan bank syariah berdasarkan enam dimensi *SERVQUAL* yang direkomendasikan Othman dan Owen (2010) dari persepsi nasabah.
2. Mengetahui peringkat dimensi-dimensi *service quality* yang diapresiasi tinggi oleh

nasabah dan kurang diapresiasi nasabah dalam penerapannya di bank syariah.

Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Bagi peneliti, penelitian ini dalam rangka menambah pengetahuan mengenai bank syariah yang telah didapat dalam bangku perkuliahan, sehingga peneliti dapat mengetahui lebih jelas lagi tentang bank syariah khususnya di Eks Karesidenan Surakarta.

2. Bagi Bank Syariah

Sebagai sumber informasi perusahaan perbankan syariah tentang persepsi nasabah terhadap *service quality* yang selama ini disediakan oleh bank, sehingga dapat digunakan sebagai acuan memperbaiki kualitas layanan perbankan.

Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

PENDAHULUAN

Latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian]

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan teori, dan penelitian terdahulu

METODE PENELITIAN

Penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis untuk mencapai tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data dan interpretasi hasil analisis berdasarkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

PENUTUP

Kesimpulan, saran dan keterbatasan penelitian.

Landasan Teori

Bank Syariah

Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Ketentuan Umum Pasal 1 menyatakan yang dimaksud dengan Perbankan Syariah adalah: Segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah merujuk pada sistem finansial yang sejalan dengan Hukum Islam dan diatur oleh ekonomi Islam (Al-Roubaie, et al. 2009).

Sejarah Singkat Bank Syariah

Menurut Yaya, et al. (2009) pada tahun 1963 di Mit Ghamr Mesir, didirikan lembaga keuangan bernama Mit Ghamr *Saving Bank* yang dipelopori oleh DR. Ahmad El Najja. Lembaga keuangan tersebut sukses dalam menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Kegiatan operasional di Mit Ghamr tidak membebankan bunga pada *customernya*. Bank ini melakukan investasi secara langsung dan membagi keuntungan

dengan para penabung. Dikarenakan kesuksesannya, beberapa pihak terinspirasi untuk melakukan hal yang sama, salah satunya adalah Organisasi Konferensi Islam (OKI) yang anggotanya pemerintah dari berbagai negara berpenduduk mayoritas Muslim membentuk *Islamic Development Bank* (IDB) pada tahun 1973 yang berkantor pusat di Jeddah dan mulai beroperasi pada tahun 1975. Setelah IDB beroperasi Bank Syariah di berbagai negara mulai tumbuh dan berpengaruh terhadap Indonesia. Awal 1980 an diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan oleh tokoh-tokoh Islam yang diprakarsai MUI dan pemerintah serta dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim. Namun pembahasan khusus mengenai mendirikan bank syariah baru dilakukan pada tahun 1990, diawali dengan Lokakarya Bunga Bank dan Perbankan oleh MUI di Cisarua.

Hasil lokakarya tersebut dibahas dalam Musyawarah Nasional IV MUI pada 22-25 Agustus 1990. Amanat dari Musyawarah tersebut dibentuk kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam di Indonesia. Hasil kerja Tim MUI tersebut adalah lahirnya PT. Bank Muamalat Indonesia pada 1 November 1991. Bank Muamalat resmi beroperasi pada 1 Mei 1992.

Pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan dari masyarakat dengan pembelian saham perseroan sebesar Rp. 84 miliar dan tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat sebesar Rp. 106 miliar (Muamalat, 2009). IDB juga memiliki peran penting dalam pendirian Bank Muamalat. Peran IDB yang paling besar dalam mengembangkan bank syariah adalah memfasilitasi berbagai riset dan pengembangan. Hasil riset kemudian diseminarkan dan dibukukan untuk menjadi acuan dalam pengembangan bank syariah di berbagai negara. Peran IDB yang lain adalah memberikan penyertaan modal maupun kepemilikan bank syariah. Sebanyak 16,02% komposisi saham Bank Muamalat Indonesia dimiliki oleh IDB (Yaya, et al. 2009).

Prinsip Dasar Bank Syariah

Disebutkan dalam butir 13 Pasal 1 UU No 10 tahun 1998, batasan pengertian prinsip syariah, yaitu:

“Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara Bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan Syariah, antara lain, pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip

penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak Bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*)”.

Undang-undang no 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 12 menjelaskan bahwa prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah (Rizani, 2009), dan mengacu pada prinsip *muamalah* yang telah dirumuskan para ulama (Yaya, et al. 2009).

Asas, Tujuan dan Fungsi Bank Syariah

Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah pasal 2 menyatakan asas bank syariah adalah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Prinsip kehati-hatian adalah pedoman pengelolaan Bank yang wajib diikuti untuk mewujudkan perbankan yang sehat, kuat, dan efisien sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Rizani, 2009).

Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 Tentang

Perbankan Syariah Bab 2 menyatakan tujuan Bank syariah adalah: Menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Sedangkan fungsi Bank Syariah adalah menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat, menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga *baitul mal*, menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*). Pelaksanaan fungsi sosial tersebut harus dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Secara umum tujuan bank syariah sama dengan bank konvensional tetapi berbeda pada aktifitas operasionalnya yang berdasarkan prinsip syariah (Razak, et al. 2013).

Fungsi utama bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional yang menjadi perantara keuangan dalam perbankan syariah, bank bertindak sebagai *mudhorib* atau pengelola keuangan (Homoud, 1994). Perbedaannya bank syariah beroperasi secara konsisten menurut Syariah atau Fiqh Muamalah (Razak, et al. 2013)

Sumber Dana dan Kegiatan Usaha Bank Syariah

Auliyah (2010) menyatakan bahwa pada umumnya modal bank syariah ada tiga yaitu: Modal inti, kuasi ekuitas, dan

dana titipan (*wadiah*). Modal inti umumnya terdiri dari modal yang disetor para pemegang saham, cadangan laba bank yang tidak dibagi dan laba ditahan, sedangkan kuasi ekuitas, yaitu dana yang dihimpun dari berbagai hasil usaha atas dasar prinsip *mudharabah*, dan dana titipan (*wadiah*), yaitu dana yang berasal dari pihak ketiga biasanya berupa giro atau tabungan.

Berdasarkan *booklet* Bank Indonesia (BI) 2013, kegiatan usaha bank syariah antara lain, menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa deposito, tabungan, atau bentuk lainnya atau serupa berdasarkan akad *mudharabah*. Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah*, *musyarakahsalam*, *istishna*, *qardh* atau akad lain yang sesuai prinsip syariah. Melayani pemindahan uang, penyalurkan pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak berdasarkan akad *ijarah* dan atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*, pengambil alihan utang berdasarkan akad *hawalah*, mengurus dana pensiun, penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu akad, pembayaran tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan

dengan pihak ketiga. Membeli, menjual atau menjamin risiko sendiri surat berharga pihak ketiga yang diterbitkan atas dasar transaksi nyata, seperti akad *ijarah*, *musyarakah*, *mudharabah*, *kafalah* atau *hawalah*. Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga, melakukan fungsi sebagai wali amanat berdasarkan akad *wakalah*. Semuanya dilakukan dengan akad tertentu atau akad lain berdasar prinsip syariah dan tidak melanggar undang-undang dan hukum yang berlaku (BI, 2013).

Bank syariah melakukan kegiatan lain yang biasa dilakukan di bidang perbankan seperti melakukan usaha kartu debit dan atau kartu pembiayaan kegiatan valuta asing, kegiatan dalam pasar modal, membeli surat berharga yang diterbitkan oleh pemerintah dan atau BI, memberikan fasilitas *letter of credit* atau bank garansi, menerbitkan, menawarkan, dan memperdagangkan surat berharga jangka pendek dan jangka panjang, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pasar uang dan pasar modal, kegiatan penyertaan modal pada Bank Umum Syariah atau lembaga keuangan, melakukan kegiatan penyertaan modal sementara untuk mengatasi akibat kegagalan pembiayaan dengan syarat harus menarik kembali peyertaannya, dan mnyelenggarakan kegiatan atau produk lainnya dengan menggunakan sarana elektronik. Bank syariah juga melakukan kegiatan yang

biasa dilakukan di bidang sosial, semua kegiatan bank syariah harus berdasarkan prinsip syariah dan undang-undang yang berlaku (BI, 2013).

Larangan Bagi Bank Syariah

Tidak seperti bank konvensional, bank syariah dilarang memberi atau membayarkan bunga, sebaliknya bank syariah menawarkan investasi bagi hasil (Karim, 2001). Sesuai dengan Undang-undang Perbankan Syariah Pasal 24, Bank Syariah dilarang: Melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dengan Prinsip Syariah, jual beli saham secara langsung dipasar modal, penyertaan modal, kecuali sebagaimana dimaksud pada angka 19 dan 20 pada kegiatan usaha bank syariah, dan melakukan kegiatan usaha perasuransian, kecuali sebagai agen pemasaran produk asuransi syariah. Syariah juga melarang transaksi yang mengandung riba, terdapat unsur spekulasi dan ketidakjelasan (*gharar*), penawaran palsu (*najsy*), transaksi barang yang belum dimiliki (*short selling*) atau *bai'u malaisa bimamluk*, menyebarluaskan informasi yang menyesatkan atau memanfaatkan informasi orang untuk memperoleh keuntungan dari transaksi yang dilarang (Mediawati, 2010).

Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Menurut Antonio (2001) ada lima garis besar perbedaan bank syariah dengan bank konvensional:

a. Akad dan Aspek Legalitas

Akad dari transaksi yang dilakukan di bank syariah memiliki tanggung jawab dunia dan akhirat. Dari setiap akad yang dilakukan harus memenuhi rukun dan syarat yang telah ditentukan hukum Islam.

b. Lembaga Penyelesaian Sengketa

Saat ada perselisihan antara bank konvensional dengan *customernya* maka penyelesaian masalah atau perselisihan tersebut di pengadilan negeri. Bank syariah akan menyelesaikan perselisihan di Badan Arbitase *Muamalah* Indonesia atau BMAUI. Lembaga ini didirikan atas kerjasama Kejaksaan Agung dengan Majelis Ulama Indonesia.

c. Struktur Organisasi

Struktur organisasi bank syariah bisa sama dengan bank konvensional lain. Perbedaannya adalah, bank syariah harus memiliki Dewan Pengawas Syariah yang setingkat Dewan Komisaris. Dewan Pengawas Syariah yang telah mendapat rekomendasi dari Dewan Syariah Nasional (DSN) akan ditetapkan oleh Rapat Umum Pemegang Saham.

d. Bisnis dan Usaha

Bank syariah akan menyaring bisnis yang akan dibiayai. Bank

tidak mungkin melakukan usaha atau bisnis yang dilarang agama. Pembiayaan akan disetujui setelah dipastikan bisnis tersebut: Objeknya halal, tidak menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat, tidak terkait perjudian, tidak berkaitan dengan industri senjata ilegal, atau berorientasi pada pengembangan senjata pembunuh massal dan tidak merugikan syiar Islam baik secara langsung maupun tidak langsung.

e. Lingkungan Kerja dan Corporate Culture

Sebagai bank syariah maka harus memiliki lingkungan kerja harus sesuai syariah. Karyawan dituntut memiliki sifat *amanah*, *shiddiq*, *fathanah* dan *tabligh*. Selain itu cara berpakaian dan tingkah laku karyawan harus mencerminkan bahwa mereka bekerja di lembaga yang membawa nama besar Islam. Sehingga tidak ada aurat yang terbuka dan tingkah laku kasar. Antonio (2001) juga membuat perbandingan antara bank syariah dengan bank konvensional yang dijelaskan dalam tabel 2.1.

Akuntansi dan Pengauditan Bank Syariah

Perbankan syariah adalah perbankan *universal* akan tetapi bank-bank syariah memiliki karakteristik

tersendiri (Karim, 2001), karena perbedaan itulah sistem akuntansi bank-bank syariah berkembang sangat variatif dan tidak ada standardisasi (Karim,1999). Beberapa negara seperti Malaysia, Iran,Sudan, dan Turki bahkan merancang *framework* perbankan syariah sendiri (Karim, 2001). Standar akuntansi menjadi kunci sukses bank syariah dalam memenuhi kebutuhan pengguna laporan keuangannya, sehingga dibutuhkan informasi yang cukup, dapat dipercaya dan relevan sesuai konteks syariah. Kegiatan bank mempunyai risiko tinggi sehingga perlu adanya kontrol untuk mencegah terjadinya kecurangan (Antonio, 2001), dengan adanya keseragaman sistem akuntansi juga akan mempermudah proses pengauditan bank syariah.

Islam memiliki kontrol tertinggi yaitu Allah SWT. Manusia dengan kesadaran merasa diawasi oleh Allah akan menjaga setiap apa yang akan dilakukannya. Tapi tidak ada yang menjamin seluruh umat Islam memiliki kesadaran yang sama, oleh karena itu, pengawasan oleh sesama manusia tetap diperlukan melalui sistem auditing. Menurut sejarah Islam orang yang mengontrol, memonitor dan mencegah kecurangan disebut *mukhtasib* (Kasim, 2010). Bank syariah dapat mengadopsi sistem pengauditan untuk mengaudit dua hal, yaitu mereka dapat mengaudit

kinerja mereka sendiri dan klien. Bank syariah bisa membuat persetujuan dengan klien untuk mengatur kegiatan auditing ketika akhir periode fiskal (Khan, 1998).

Untuk memenuhi kebutuhan standarisasi pada tahun 1991 di Bahrain dibentuklah *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI). AAOIFI memiliki 65 institusi sebagai anggota yang berasal dari 15 negara. AAOIFI telah mengeluarkan dua pernyataan akuntansi yang berkaitan dengan objektif dan konsep dari akuntansi lembaga keuangan syariah, yang terdiri dari 14 standar akuntansi (Karim, 2001), dan lima standar audit, serta kode etik bagi akuntan dan auditor pada lembaga keuangan syariah (Karim, 1999).

Perkembangan Bank Syariah di Indonesia

Perkembangan perbankan syariah dalam *Outlook* Perbankan Syariah tahun 2013 selama satu tahun terakhir, sampai dengan bulan Oktober 2012 (*yoy*) cukup menggembirakan. Perbankan syariah mampu tumbuh $\pm 37\%$ sehingga total asetnya menjadi Rp. 174,09 triliun. Pembiayaan telah mencapai Rp. 135,58 triliun (40,06%, *yoy*) dan penghimpunan dana menjadi Rp. 134,45 triliun (32,06%). Penghimpunan dana masyarakat terbesar dalam bentuk deposito yaitu Rp. 78,50 triliun (58,39%) diikuti oleh Tabungan sebesar Rp. 40,84

triliun (30,38%) dan Giro sebesar Rp. 15,09 triliun (11,22%). Penyaluran dana masih didominasi piutang *Murabahah* sebesar Rp. 80,95 triliun atau 59,71% diikuti pembiayaan Musyarakah yang sebesar Rp. 25,21 triliun (18,59%) dan pembiayaan *Mudharabah* sebesar Rp. 11,44 triliun (8,44%), dan piutang *Qardh* sebesar Rp. 11,19 triliun (8,25%)(BI,2013).

Pertumbuhan bank syariah tersebut dirasa masih cukup tinggi mengingat melambatnya pertumbuhan ekonomi global yang terjadi. Meskipun demikian pertumbuhan ekonomi Indonesia masih dapat dikatakan stabil. Kondisi tersebut tidak terlepas dari berbagai upaya yang dilakukan Bank Indonesia dan bank syariah (*Outlook* BI 2013). Berikut ini dalam tabel 2.2, adalah statistik pertumbuhan jaringan kantor perbankan syariah selama lima tahun dari tahun 2009 hingga Agustus 2013:

Kritik, Tantangan, dan Hambatan Bank Syariah

Kritik

Perbankan syariah sejak awal sudah menuai banyak tantangan. Walaupun bank syariah sudah beroperasi selama tiga dekade masih banyak pertanyaan dan pernyataan yang meragukannya. Homoud (1994) mengungkapkan

beberapa kritik yang umumnya dilontarkan kepada bank syariah oleh berbagai pihak. Beberapa kritik tersebut adalah sebagai berikut:

a. Bank syariah sangat mengunggulkan sistem *murabahah* dan mengabaikan sistem pembiayaan yang lain.

Kritik ini sering menyerang perbankan syariah, sebenarnya ini tidak dipermasalahkan, karena *murabahah* sendiri tidak melanggar syariah tapi akan lebih baik jika bank syariah mampu mendistribusikan sistem pembiayaan lain seperti *mudharabah*, *musyarakah*, *salam*, dan lainnya secara merata.

b. Bank syariah memanfaatkan suku bunga untuk menambah profit margin *murabahah* di penjualan

Banyak kritikus menyalahkan bank-bank Islam untuk memanfaatkan suku bunga untuk menambah

margin keuntungan dalam penjualan *murabahah*. Bank syariah belum mampu untuk menghindari praktek ini 100% selama bank syariah masih beroperasi bersamaan dengan lingkungan bank konvensional. Walaupun demikian, bank syariah menghindari lebih tingkat bunga yang berlaku atau mengeksploitasi *customer* melalui metode-metode akuntansi yang digunakan.

c. Bank syariah tidak peduli dengan aspek sosial dari pembiayaan

Bank syariah yang beroperasi berdampingan dengan bank konvensional, disalahkan karena tidak memberikan layanan pinjaman seperti yang dilakukan bank konvensional. Bank syariah memiliki cara sendiri untuk peduli dengan masalah sosial. Tidak banyak diketahui peran bank syariah dalam kegiatan sosial seperti

membantu menyediakan tempat tinggal bagi yang tidak memiliki, memberikan lapangan pekerjaan dan mendemonstrasikan dampak investasi Islami untuk solusi dari masalah pengangguran.

d. Kurangnya respon positif pemerintah

Seluruh negara tentu memerlukan sumber daya untuk melaksanakan proyek-proyek seperti penyediaan sekolah, jalan, listrik, air dan layanan telekomunikasi. Umumnya, pemerintah akan menerbitkan Surat Utang Negara dengan bunga sesuai yang digunakan oleh bank konvensional. Bank syariah dituntut untuk masuk ke dalam bidang ini untuk membuktikan kemampuan mereka memainkan peran dalam pembiayaan proyek-proyek dengan cara yang sesuai dengan Islam.

e. Kegagalan bank syariah untuk membangun

kerjasama di kalangan bank syariah sendiri

Terlepas dari niat baik mereka, bank syariah disalahkan atas kurangnya keterbukaan satu sama lain, suatu keadaan yang menghambat kerjasama di antara bank-bank tersebut. Hal ini terlepas dari upaya dari IDB untuk mendekatkan dan menyatukan bank-bank syariah satu dengan yang lain. Berikut contoh adalah cukup untuk membuktikan hal tersebut :

- Tidak semua bank syariah adalah anggota dari Asosiasi Bank Islam Internasional. Asosiasi juga tidak mampu menyatukan peraturan mereka, atau membangun jembatan kepercayaan dan memberikan pemahaman kepada bank-bank tersebut.
- Gagasan mendirikan "*Bank of Islamic Banks*" (Bank pusat

untuk bank syariah) masih hanya sebuah gagasan, meskipun hal ini adalah kebutuhan yang mendesak. Akibat dari belum berdirinya "*Bank of Islamic Banks*" adalah, bank-bank syariah telah kehilangan ratusan juta dengan keruntuhan *Bank of Credit Commerce International (BCCI)*.

- Dana investasi syariah terus mengalir ke investasi barat sedangkan negara-negara muslim masih sangat membutuhkannya.
- Dana dari orang yang berasal dari negara-negara Islam dan tinggal diluar negeri tidak dapat dikontribusikan untuk pengembangan tanah kelahirannya.
 - Perdagangan antara negara-negara di dunia Muslim benar-benar lumpuh karena sistem

pembiayaan syariah berjalan mengikuti tren konvensional yang diperoleh dari negara asing tanpa memberi pilihan terhadap produk-produk dari negara Islam. Hanya *Islamic Development Bank* yang peduli dan perhatian akan produk-produk dari negara-negara Muslim .

Hambatan dan Tantangan Pengembangan Bank Syariah

Walaupun bank syariah telah menunjukkan keandalannya dalam menghadapi krisis namun dalam membantu perkembangan ekonomi belum cukup optimal (Sitompul, 2002), menurut Hanifa dan Hudaib (2010) dikarenakan terhambat oleh kendala-kendala dinamika sosial ekonomi. Kendala-kendala tersebut antara lain sebagai berikut:

- *Perangkat Hukum:* Salah satu kendala yang harus dihadapi dalam pengembangan bank

syariah adalah kurangnya perangkat hukum dan peraturan perundang-undangan yang mendukung, sehingga perbankan syariah terpaksa berusaha menyesuaikan produk-produknya dengan ketentuan yang berlaku bagi perbankan konvensional.

Akibatnya ciri-ciri syariah Islam yang melekat padanya tersamar (Sitompul 2002).

- *Pengelolaan teknik likuiditas:* Secara umum tantangan bank syariah adalah manajemen likuiditas jangka pendek dan instrumen pembiayaan jangka panjang. Bank syariah cenderung menghindari transaksi jangka panjang karena kurang tersedianya aset likuid (Vayanos, et al. 2008; Karimi, 2007).
- *Pencapaian syariah secara konsisten dalam pengawasan:* dalam pasar pembiayaan

syariah yang menjadi masalah pokok adalah belum adanya standar *universal* dan kurangnya transparansi dalam mengaplikasikan syariah. Setiap bank syariah memiliki dewan syariah masing-masing, karena belum adanya kesesuaian antara para cendekiawan muslim untuk menentukan siapa yang berhak mengatur tentang produk pembiayaan syariah (Karimi, 2007; Shah, et al. 2012; Al-Omar dan Iqbal, 1999). Walaupun AAOIFI telah mengeluarkan standar, namun saat ini AAOIFI tidak memiliki kekuatan untuk memaksa lembaga keuangan syariah untuk mengadopsi standarnya (Karim, 1999).

- *Pengelolaan sumber daya insani*: Sejalan dengan perkembangan bank syariah dibutuhkan pemenuhan sumber daya insani baik dari segi kuantitas

maupun kualitas. Sumber daya insani yang memiliki pengetahuan, pengalaman dan *skill* sangat dibutuhkan perbankan syariah guna menunjang keberlangsungan perkembangan perbankan syariah (Voyanos, et al. 2008; Obiyo, 2008; Alamsyah, 2012). Orang yang bekerja di perbankan konvensional dapat mengerti operasional perbankan syariah namun untuk mengembangkannya diperlukan pengetahuan mengenai syariah dan aturan-aturanya (Shah, et al. 2012).

- *Kelegalan dan aturan pajak*: Di banyak negara non muslim, bank syariah belum bergerak di level yang sama dengan bank konvensional. Banyak hukum yang menyulitkan bank syariah untuk bersaing

- dengan bank konvensional.
- Termasuk aturan pajak, sebagai contoh, kontrak dalam transaksi bank syariah dianggap seperti jual beli sehingga dikenakan pajak dua kali. Hal ini tentu memberatkan bank syariah (Karimi, 2007; Vayanos, et al. 2008).
- *Kurangnya distribusi produk syariah:* Selama ini *murabahah* dan *ijarah* cenderung lebih banyak diminati daripada produk lainnya, bank syariah seharusnya berusaha mendistribusikan produk-produknya agar lebih merata (Karimi, 2007).
 - *Kurangnya sosialisasi:* Masih lemahnya pemahaman masyarakat mengenai kegiatan dan produk bank syariah menunjukkan kurangnya sosialisasi. Selama ini hanya masyarakat dengan ekonomi menengah ke

atas yang mampu menjangkau informasi lembaga dan layanan-layanan syariah (Sitompul, 2002). Masyarakat juga masih beranggapan bank syariah sama saja dengan bank konvensional (Tanjung, 2012).

- *Rendahnya aset:* Rendahnya aset dana pihak ke tiga dan pembiayaan bank-bank syariah dibanding dengan pangsa bank-bank konvensional. Walaupun bank syariah berhasil menjaga sektor riil pada krisis tahun 1997-2000, bank syariah masih kalah pamor dari bank konvensional (Febrian, 2010).

Service Quality

Service menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti pelayanan, menurut Kaliappan (2006) karakteristik umum dalam *service* adalah tidak berwujud, tidak terpisah, fana, dan keberagaman. Tidak berwujud adalah karakteristik yang paling penting dari *service*. *Quality* atau kualitas adalah

tingkat baik buruknya sesuatu (KBBI). *Quality* adalah memenuhi dan menyediakan kebutuhan serta nilai bagi konsumen (Pike, 2005), dengan derajat atau standar dari kebaikan, khususnya sebuah standar yang tinggi (Gorecki, 1996). Disimpulkan bahwa *quality* atau kualitas adalah memberikan kebaikan dalam produk dan jasa kepada konsumen khususnya dengan standar yang tinggi.

Menurut Lewis dan Booms dalam Parasuraman (1985) *service quality* atau disingkat *SERVQUAL* adalah mengukur seberapa baik *service* yang diberikan dengan harapan dari *customer*. *Service quality* berfungsi untuk menguji kinerja perusahaan, mana yang merupakan *strong point* dan *weak point* dalam perusahaan dari sudut konsumen (Mihelis, et al. 2002). Memberikan *service quality* adalah menyesuaikan antara harapan dari *customer* secara konsisten). Al Hawary, et al. (2011) mendefinisikan *service quality* sebagai derajat sebuah produk atau jasa yang disediakan sesuai permintaan *customer* dan bagaimana realisasinya. *Service quality* bukan hanya sebuah slogan, tetapi komitmen panjang, kelanjutan dan pengamatan peningkatan kebutuhan dan harapan *customer*, yang merupakan tanggung jawab dari administrasi organisasi dan orang yang bekerja di organisasi tersebut. Objek dari *service*

quality adalah pernyataan dan kritik dari konsumen dengan harapan dan kecenderungannya (Mihelis, et al. 2002).

Service quality dan kepuasan *customer* adalah konsep yang penting bagi bisnis untuk membuat keuntungan yang kompetitif (Iacobucci dan Grayson, 1995), dan dengan adanya peningkatan *service quality* juga dapat meningkatkan kesetiaan *customer* (Lo, et al. 2010) karena *service quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (I-Ming dan Chich-Jen, 2006). McColl-Kennedy dan Schneider (2000) dalam Naik, et al. (2010) menyatakan kepuasan *customer* adalah sebuah asset yang harus dimonitor dan di kelola seperti asset fisik. Oleh karena itu sebuah bisnis yang menginginkan kesuksesan akan menyadari pentingnya konsep tersebut, karena kepuasan *customer* adalah salah satu tujuan dari setiap bisnis.

Dimensi Service Quality

Parasuraman, et al. (1985) merekomendasikan lima dimensi untuk mengukur *service quality* kelima dimensi tersebut adalah *Assurance* (Jaminan) dimensi ini mengukur kemampuan karyawan dan menjamin bahwa karyawan dapat dipercaya, *Reliability* (Keandalan) dimensi ini mengukur kemampuan perusahaan dalam memberikan jasa yang bisa diandalkan dan tepat waktu sesuai yang dijanjikan, *Tangible* (Kasat Mata) mengukur

penampilan fisik seperti peralatan, sarana komunikasi, serta penampilan karyawan dan lingkungan sekitar tempat *service*, *Empathy* (Empati) dimensi ini mengukur pemahaman karyawan tentang kebutuhan *customer* dan perhatian karyawan yang diberikan kepada *customer*, dan terakhir *Responsiveness* (Daya tanggap) mengukur ketanggapan karyawan dalam menyampaikan *service*, lima dimensi dari Parasuraman, et al. (1988) tersebut disingkat *ARTER*.

Tahun 2001 Othman dan Owen mengadakan penelitian untuk mengukur kesadaran spiritual karyawan bank syariah yang disebut *Compliance*. Bank syariah memiliki dasar khusus dalam menjalankan operasionalnya maka perlu untuk mengukur seberapa tinggi kesadaran karyawan bank syariah menjalankan prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya. Jadi secara keseluruhan pengukuran *service quality* dalam bank syariah yang akan dilakukan oleh peneliti akan menggunakan enam dimensi yang direkomendasikan Othman dan Owen (2001) yaitu, *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Emphaty* dan *Responsiveness* yang disingkat *CARTER*.

Penelitian Terdahulu

***Service Quality* Bank Konvensional**

Tahun 2009 Hossain dan Leo meneliti *service quality* retail bank di Qatar. Tujuan dari penelitian tersebut

adalah untuk mengevaluasi *service quality* retail bank di Timur Tengah, khususnya di Qatar, berdasarkan pada perbedaan level persepsi *customer* mengenai *service quality*.

Penelitian yang dilakukan Hossain dan Leo menggunakan data primer yang didapatkan melalui kuesioner ilmiah yang telah dikembangkan. Ada empat bank yang dipilih sebagai sampel penelitian, yaitu *Qatar National Bank* (QNB), *Doha Bank*, *Qatar International Islamic Bank* (QIIB) dan *Arab Bank* yang semuanya kecuali *Arab Bank*, terdaftar di *Doha Securities Market*, satu-satunya pasar modal di Qatar. Bank-bank tersebut dipilih berdasarkan keunikannya, seperti QNB yang berdiri tahun 1964 dan bank komersial pertama di Qatar yang memiliki pangsa pasar 40% dalam aset sektor perbankan. Doha Bank berdiri tahun (1979) adalah salah satu bank komersial terbesar di Qatar. QIIB didirikan tahun (1991) adalah salah satu bank tersehat dan paling sukses di Qatar. Sedangkan *Arab Bank* yang didirikan pada tahun 1930, adalah institusi swasta sektor keuangan pertama di komunitas arab. *Arab Group Bank* adalah jaringan perbankan Arab terbesar di dunia dengan lebih dari 500 cabang di 30 negara dalam lima benua. Responden dari penelitian ini 33% adalah laki-laki dan 87% adalah wanita, dengan 45% responden berusia di bawah 25 tahun, 35% berusia diantara

25-35, 20% berusia 35-45 dan 0% berusia diatas 45 tahun. Untuk kategori pendidikan responden, 30% responden berpendidikan SMA, 60% Sarjana, 5% adalah *postgraduate* dan 5% PhD. Berdasarkan kategori pekerjaan responden, 42% responden bekerja di bidang jasa, 25% adalah mahasiswa, 17% adalah akuntan, 5% akademisi dan lainnya 11%. Hasil dari penelitian ini *customer* menganggap dimensi paling unggul adalah dimensi *Tangible*.

Mishra, et al. (2010) meneliti perbedaan *service quality* pada *public* dan *private bank* di India. Penelitian ini menggunakan data primer dari 387 kuesioner yang dari *customer public* dan *private bank*. 242 kuesioner terkumpul dari *public bank* dan 145 dari *private bank*. Dari hasil penelitian, *customer private bank* merasa paling puas terhadap dimensi *reliability* dan tidak puas dengan dimensi *assurance*. Sedangkan *customer public bank* unggul pada dimensi *tangible* dan kurang pada dimensi *empathy*. *Public bank* juga perlu memperbaiki parameter *service quality* nya agar dapat berkompetisi dengan *private bank* dari segi keuntungan maupun *image*.

Al Hawary, et al. (2011) meneliti untuk menguji pengaruh *service quality* dengan kepuasan konsumen di bank konvensional yang beroperasi di Jordan. Penelitian dilakukan di 13 bank

konvensional yang beroperasi di Jordan yang dipilih secara random. Sampel dari penelitian ini adalah 453 *customer* bank, yaitu 39,7% adalah responden wanita dan 60,3% adalah laki-laki, dengan 33,3% memiliki usia antara 25-35 tahun, 26,9% antara 35-45 tahun dan 4% kurang dari 18 tahun. Penelitian ini menguji lima dimensi *Service quality* yang direkomendasikan Parasuraman, et al. (1988) hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi yang dominan dalam mempengaruhi *service quality* adalah dimensi *assurance* dan yang kurang dominan adalah dimensi *empathy*.

Service quality di *private bank* Bangladesh diteliti oleh Rahman, et al. (2011). Penelitian dilakukan terhadap 310 *customer* dari 30 *private bank* dan 80 cabangnya di kota Dhaka yang dipilih secara random. Dimensi yang memiliki gap tertinggi adalah *Responsiveness* dan yang terendah adalah dimensi *empathy*. *Private Bank* Bangladesh bisa berusaha untuk meningkatkan kualitas dari setiap dimensi *service quality* nya, dikarenakan dari semua dimensi persepsi *customer* masih lebih rendah dari yang diharapkan *customer*.

Abdelghani, (2012) meneliti *service quality* pebankan konvensional di Morocco, khususnya di kota Casablanca, yang mana merupakan pusat bisnis. Penelitian melibatkan 240 *customer*

bank-bank di Morocco yang dipilih secara random. Hasilnya tiga dimensi *assurance*, *empathy* dan *tangible* adalah dimensi-dimensi paling mempengaruhi *service quality* dan yang kurang mempengaruhi *service quality* adalah dimensi *reliability* dan *responsiveness*. Secara umum *customer* merasa puas dengan kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh bank-bank di Morocco, dan dengan tidak langsung bank-bank yang ingin berhasil dalam bersaing harus memberikan kualitas terbaik dari ketiga dimensi yang paling berpengaruh tersebut.

Service Quality Bank Syariah

Hasil dari penelitian Shafie, et al. (2004), dalam penelitiannya terhadap *service quality* di Bank Islam Malaysia Berhad, menunjukkan bahwa *compliance*, *assurance* dan *reliability* adalah dimensi paling penting dan menonjol dalam *service quality* Bank Islam Malaysia Berhad, sedangkan *responsiveness*, *emphaty* dan *tangible* kurang menonjol di bank tersebut dan diidentifikasi bahwa *CARTER* model adalah instrumen yang valid dan direkomendasikan dalam mengukur *service quality* bank syariah.

Tahir, et al. (2008) meneliti *service quality* pada dua bank di Malaysia, yaitu Bank Islam Malaysia Berhad dan Bank Muamalat Malaysia Berhad. Responden dari penelitian tersebut 54% laki-laki dan

46% perempuan. Hasil dari penelitian menunjukkan adanya *gap* negatif antara harapan dengan persepsi *customer* terhadap *service quality* kedua bank, yang menunjukkan bahwa persepsi *service quality* bank masih dibawah harapan *customer* dan kurang memuaskan. *Gap* terbesar terdapat pada dimensi *responsiveness* dan terkecil pada dimensi *compliance*.

Amin dan Isa pada tahun 2008 menguji hubungan antara *service quality* dengan kepuasan *customer* di *Islamic Bank Malaysia*. Amin dan Isa menggunakan enam dimensi *CARTER* untuk mengukur *service quality* *Islamic Bank di Malaysia*. Keenam dimensi tersebut menunjukkan instrument yang valid untuk mengukur *service quality* di *Malaysian Islamic Bank*. Riset ini juga meneliti *perspective customer* tentang *service quality* *Islamic Bank* dan bank konvensional. Responden dari penelitian ini adalah *customer* baik (muslim dan non muslim) yang ada di bank, responden ditentukan dengan beberapa kriteria: Berumur 18 tahun atau lebih, Agama, pendidikan dan pekerjaan, harus memiliki satu rekening bank syariah dan rekening bank konvensional. Hasil dari penelitian ini adalah tingginya kesadaran muslim di Malaysia mengenai produk dan jasa *Islamic Bank* dibandingkan dengan *customer* non Muslim. Mayoritas *customer* puas dengan keseluruhan

service yang diberikan oleh *Islamic Bank*.

Ahmad, et al. mengadakan penelitian pada tahun 2010 mengenai persepsi *service quality* di *Pakistan Islamic Bank*. Dengan mengumpulkan data dari 720 *customer* yang terdiri *customer Islamic Bank* dan *Conventional Bank*. Responden dari *Islamic Bank* terdiri dari 21% wanita dan 79% laki-laki sedangkan dari *Conventional Bank* terdiri dari 23% responden wanita dan 77% responden laki-laki. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan perbedaan persepsi mengenai *service quality* bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional dan mengukur perbedaan persepsi *service quality* berdasarkan gender. Hasilnya tidak ada perbedaan signifikan antara persepsi laki-laki dan wanita. Sedangkan persepsi *customer* terhadap *service quality* bank syariah lebih tinggi dibandingkan dengan bank konvensional.

Astuti (2009), meneliti tentang *service quality* bank syariah di BRI Syariah Surakarta. Hasil dari penelitian tersebut dimensi *reliability* menduduki peringkat pertama yang unggul dalam *service quality* dan dimensi *tangible* adalah peringkat terakhir. Peringkat nomor dua adalah dimensi *compliance*,

disusul *emphaty*, *responsiveness* dan *assurance*.

Sadek, et al. (2010) membandingkan *service quality* antara *Cooperating bank (CB)* dan *Islamic Bank of Britain (IBB)* di Leicestershire UK. Sampel adalah *customer* dari kedua bank. Penelitian ini memperoleh data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada *customer* dan harus dikembalikan kepada peneliti dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Hasilnya, untuk IBB dimensi *compliance* adalah dimensi yang dominan, sedangkan untuk *customer CB* mereka lebih mementingkan *emphaty* dan *responsiveness*. *Customer IBB* menganggap item yang paling penting adalah, tidak ada bunga dalam tabungan maupun pinjaman, sedangkan *customer CB* berpendapat, menjalankan etika dan nilai adalah item paling penting. Hasil yang sama ditunjukkan pada item-item dimensi *Assurance* menempati ranking yang sama di kedua bank.

Shabbir, et al. (2012) meneliti perbedaan *service quality* bank syariah dan bank konvensional di Pakistan. Data diperoleh dari 260 responden di tiga bank konvensional dan tiga bank syariah. Hasil dari penelitian tersebut bank syariah unggul dalam dimensi *Assurance* dan kurang unggul dalam bidang *tangible* (teknologi), sedangkan bank konvensional unggul dalam *tangible* dan kurang unggul dalam dimensi

responsiveness yaitu kemauan staf bank untuk membantu kesulitan yang dialami oleh *customer*. Penelitian ini juga mengindikasikan bahwa secara keseluruhan persepsi *service quality* bank syariah adalah yang paling tinggi.

Service quality pada *Islamic banking* di negara teluk diteliti oleh Akhtar, (2012). Data yang digunakan adalah 185 kuesioner yang diperoleh melalui *online* kuesioner yang dikirim kepada *customer* dari tujuh bank syariah di negara-negara teluk terutama Uni Arab Emirates (UAE) Hasil penelitian ini adalah dimensi *assurance* adalah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan *customer* dan yang paling kurang dominan adalah dimensi *responsiveness*.

Di Indonesia penelitian di bank syariah di Makassar dilakukan Misbach, et al. (2013). Responden dari penelitian ini harus memenuhi kriteria yang telah ditentukan antara lain; bukan karyawan bank tersebut, telah menggunakan lebih dari satu produk yang ditawarkan bank syariah, melakukan lebih dari satu transaksi dalam satu bulan. Hasilnya dimensi yang paling kuat pengaruhnya adalah *responsiveness* dan yang paling lemah adalah *compliance*.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif diskriptif. Metode

kuantitatif diskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi, tidak mencari atau menerangkan saling berhubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan, atau melakukan penarikan kesimpulan. Teknik analisis ini biasa digunakan pada penelitian-penelitian yang bersifat eksplorasi, dengan salah satu teknik perhitungannya menggunakan penghitungan ukuran tendensi sentral (*mean, median, modus*) (Muhson, 2006).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan 350 kuesioner di beberapa lembaga Islam maupun universitas di Eks karesidenan Surakarta yaitu, Kementrian Agama Boyolali, beberapa cabang yayasan Majelis Tafsir Al-Qur'an di Sukoharjo, Al Azhar *Islamic School* Solo Baru, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Universitas Muhammadiyah Surakarta, IAIN Surakarta, STIE Swastamandiri Surakarta, Ikatan Mahasiswa Ekonomi Islam Surakarta (IMES), Semangat Membangun Indonesia Hebat (SMIH) Surakarta. Penyebaran kuesioner hingga pengembalian dilakukan pada tanggal 7 November 2013 sampai 15 Januari 2014.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari sebuah kasus di mana sebuah sampel diambil daripadanya (Saunders, et al. 2009). Sedangkan menurut Kuntjojo (2009) populasi adalah jumlah dari satuan – satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Sampel adalah bagian dari populasi, dan mayoritas penelitian mengambil sampel dari populasi (Foster, 2002).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini fokus pada nasabah atau *customer* dari bank syariah di Eks Karesidenan Surakarta, dengan sampel empat bank yang telah berdiri dan beroperasi di bawah sebelum tahun 2010 yaitu Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah dan Bank Syariah Bukopin. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah salah satu metode dari teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* memudahkan untuk menggunakan keputusan peneliti dalam menyeleksi kasus yang akan menjawab pertanyaan dalam riset dan menemukan keobjektifan, metode ini sering digunakan dalam mengerjakan riset dengan sample kecil seperti dalam studi kasus. (Saunders, et al. 2009). Metode ini dipilih karena kemudahan dalam mencari data.

Keseluruhan kuesioner yang terkumpul berjumlah 202 kuesioner.

Tabel 3.1 adalah keterangan, jumlah dan persentase responden yang telah ikut berpartisipasi.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah study yang mengobservasi dan investigasi dari tangan pertama yang meliputi menganalisis tempat kerja, membuat survey atau interview, memuat penelitian dari laboratorium, membentuk alat, menganalisis sebuah literatur atau teks bersejarah, sebuah film atau pertunjukan (Clarke, 2005). Sumber data adalah kuesioner yang mengadopsi kuesioner dari penelitian Othman and Owen (2001) yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dan disesuaikan dengan kondisi perbankan syariah di Indonesia.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan 350 kuesioner, digunakan untuk mengumpulkan data persepsi penilaian *customer* terhadap *service quality* bank syariah di Eks karesidenan Surakarta. Dari 350 kuesioner yang disebarkan di berbagai organisasi, yayasan maupun lembaga pendidikan, kuesioner yang kembali kepada peneliti sebanyak 211 kuesioner tetapi hanya 202 yang memenuhi syarat untuk dijadikan sumber data penelitian.

Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner yang bersumber dari penelitian Othman dan Owen (2011) yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Terdapat 35 pertanyaan dalam kuesioner, 32 diantaranya adalah respon *customer* terhadap *service quality* bank syariah sedangkan 3 pertanyaan adalah respon terhadap kepuasan pelayanan secara umum. Dari 32 pertanyaan dibagi menjadi enam dimensi. Enam dimensi tersebut dijelaskan pada tabel 3.2 dan daftar pertanyaan ditunjukkan pada table 3.3.

Dari 32 pertanyaan tentang *service quality*, responden diminta memberikan skor dengan memilih salah satu jawaban yang telah disediakan. Pilihan jawaban yang disediakan sebanyak 5 kriteria skor menggunakan skala likert 1-5. Pertanyaan nomor 1 sampai 32 pilihan skor jawaban adalah sebagai berikut:

- 1 = sangat tidak setuju,
- 2 = kurang setuju,
- 3 = netral,
- 4 = setuju,
- 5 = sangat setuju

Sedangkan penilaian skor pada *customer satisfaction* yang terdapat pada pertanyaan 33-35 juga menggunakan skala likert 1-5. Pilihan skor tersebut adalah sebagai berikut:

- 1 = sangat tidak puas,
- 2 = kurang puas,
- 3 = biasa saja,

- 4 = puas,
- 5 = sangat puas.

Metode Pengolahan dan Analisis Data

Dari data yang terkumpul tersebut diuji validitas dan realibilitasnya serta pengolahan data dilakukan menggunakan *software* SPSS 17. Analisis data dengan mencari rata-rata atau *mean* dan persentase *mean* dari setiap dimensi untuk menunjukkan rata-rata persepsi *customer* bank syariah terhadap masing-masing dimensi *service quality* dan *customer satisfaction*.

a. Uji Validitas

Uji validitas, menurut Saunders, et al. (2009) adalah menguji apakah temuan yang dihasilkan tersebut benar-benar seperti kenyataannya. Setiaji (2006) menyatakan bahwa uji validitas adalah uji tentang kemampuan kuesioner apakah benar-benar mampu mengukur apa yang ingin diukur (Setiaji, 2006).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Setiaji (2009) suatu kuesioner disebut reliabel atau handal jika jawaban-jawaban seseorang konsisten. *Reliable* artinya konsisten, tidak berubah-ubah. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*.

c. Analisis Data

Salah satu teknik perhitungan metode kuantitatif diskriptif adalah penghitungan ukuran tendensi sentral

(*mean, median modus*) (Muhson, 2006), maka dari setiap dimensi dihitung rata-rata persepsi *customer* bank syariah di Eks Karesidenan Surakarta. Untuk menemukan rata-rata atau *meandari* setiap pertanyaan dalam satu dimensi dan mencari rata-rata tiap dimensi dengan menggunakan rumus:

$$M = \frac{\sum xi}{fi}$$

Dimana:

- M = *Mean* (nilai rata-rata)
- Σ = Menyatakan jumlah
- fi = Banyaknya responden yang menjawab
- xi = Skor pilihan jawaban

Setelah diketahui rata-rata, maka dicari persentase dari rata-rata tersebut. Persentase rata-rata dapat diperoleh dengan dihitung menggunakan rumus:

$$Px = M / N \times 100 \%$$

Dimana:

- Px = Persentase pilihan responden
- M = *Mean*
- N = Jumlah jawaban yang tersedia

Setelah diperoleh masing-masing persentase, selanjutnya persentase tersebut di beri penilaian atau penafsiran. Penelitian ini dalam memberikan penilaian peneliti merujuk pada kategori penilaian Arikunto dalam Kamelta (2013), seperti yang ditunjukkan table 3.4.

Penggunaan kategori penilaian tersebut membantu untuk memberikan penilaian seberapa tinggi kepuasan *customer* terhadap dimensi-dimensi *service quality* bank syariah.

PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Kriteria uji validitas secara singkat adalah nilai korelasi pada kolom *Corrected Items Total Correlation* menunjukkan nilai $\geq 0,30$, maka pertanyaan tersebut valid dan mengukur. Sedangkan kriteria realibilitas ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$, maka reliabilitas pertanyaan-pertanyaan tersebut tinggi atau bisa diterima (Setiaji, 2006). Pada penelitian ini semua pertanyaan dalam setiap dimensi telah diuji dan menunjukkan hasil yang valid dan reliable. Berikut adalah hasil dari uji validitas dan realibilitas dengan menggunakan software SPSS 17.

Uji Validitas

a. Dimensi *Compliance*.

Dimensi *compliance* dalam kuesioner tercantum pada pertanyaan nomor 1-5, hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa pertanyaan telah valid. Ditunjukkan dengan nilai *Correlated ItemTotal Correlation* $\geq 0,30$ yang ditunjukkan pada tabel 4.1.

b. Dimensi *Assurance*

Dimensi *assurance* dalam kuesioner tercantum pada pertanyaan nomor 6-9, hasil dari uji validitas

menunjukkan bahwa pertanyaan telah valid. Ditunjukkan dengan nilai *Correlated Item Total Correlation* \geq 0,30, yang ditunjukkan pada tabel 4.2..

c. Dimensi *Reliability*

Dimensi *reliability* dalam kuesioner tercantum pada pertanyaan nomor 10-14, hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa pertanyaan telah valid. Ditunjukkan dengan nilai *Correlated Item Total Correlation* \geq 0,30. yang ditunjukkan pada tabel 4.3.

d. Dimensi *Tangible*

Dimensi *tangible* dalam kuesioner tercantum pada pertanyaan nomor 15-19, hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa pertanyaan telah valid. Ditunjukkan dengan nilai *Correlated Item Total Correlation* \geq 0,30 pada tabel 4.4.

e. Dimensi *Empathy*

Dimensi *empathy* dalam kuesioner tercantum pada pertanyaan nomor 20-26, hasil dari validitas menunjukkan bahwa pertanyaan telah valid. Ditunjukkan dengan nilai *Correlated Item Total Correlation* \geq 0,30 yang ditunjukkan pada tabel 4.5.

f. Dimensi *Responsiveness*

Dimensi *responsiveness* dalam kuesioner tercantum pada pertanyaan nomor 27-32, hasil dari validitas dan

realibilitas menunjukkan bahwa pertanyaan telah valid. Ditunjukkan dengan nilai *Correlated Item Total Correlation* \geq 0,30 yang ditunjukkan pada tabel 4.6.

g. *Satisfaction*

Pertanyaan mengenai customer *satisfaction* atau kepuasan *customer* berada pada nomor 33-35 hasil dari uji validitas telah memenuhi syarat bahwa pertanyaan tersebut valid. Hasil ditunjukkan pada tabel 4.7.

Uji Realibilitas

Dari hasil uji realibilitas semua dimensi telah memenuhi kriteria *reliable* yaitu ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,6. Nilai *Cronbach's Alpha* pada enam dimensi *service quality* dan *satisfaction customer* ditunjukkan pada tabel 4.8

Analisis Data

Menghitung Rata-Rata Jawaban

Data yang telah diperoleh dari kuesioner, dianalisis menggunakan analisis deskriptif menggunakan pengukuran perhitungan tendensi central (*Mean, Modus, Median*) terhadap setiap dimensi *servqual* dan dimensi kepuasan *customer*. Dalam penelitian ini dihitung *mean* (rata-rata) dari persepsi *customer* mengenai *service quality* dan kepuasan di bank syariah. Pada tabel 4.10 adalah hasil dari perhitungan rata-rata nilai *service*

quality bank syariah di eks Karesidenan Surakarta berdasarkan pendapat para *customer* menggunakan rumus:

$$M = \frac{\sum xi}{\sum fi}$$

Dimana:

- M = Mean (nilai rata-rata)
- Σ = Menyatakan jumlah
- fi = Banyaknya responden yang menjawab
- xi = Skor pilihan jawaban

Persentase Rata-Rata

Setelah diketahui rata-rata, maka dicari persentase dari rata-rata tersebut. Persentase rata-rata dapat diperoleh dengan dihitung menggunakan rumus:

$$Px = M / N \times 100 \%$$

Dimana :

- Px = Persentase pilihan responden
- M = Mean
- N = Jumlah jawaban yang tersedia

Hasil perhitungan persentase *mean* atau rata-rata jawaban responden ditunjukkan pada tabel 4.9.

Peringkat Persentase Dimensi

Peringkat persentase rata-rata dimensi *service quality* di tunjuuakn pada tabel 4.10. Keseluruhan persentase dimensi berada dalam *range* kategori tinggi. Hal ini menunjukkan apresiasi *customer* bank

terhadap *service quality* bank syariah cukup tinggi. Terlepas dari tingginya persentase, peneliti akan membahas peringkat masing-masing dimensi. Dimensi *assurance* memiliki nilai tertinggi yang berarti pengetahuan, kesopanan, kemampuan untuk meyakinkan, komunikasi verbal maupun non verbal para staf bank telah cukup baik. Disusul dengan dimensi *reliability* yang berada pada peringkat kedua yang mencerminkan kemampuan staf memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, teliti, dapat dipercaya dan diandalkam. Peringkat ketiga adalah dimensi *emphaty*, yaitu tingkat kepedulian dan perhatian yang diberikan staf bank kepada *customer*. Dimensi *responsiveness* berada pada peringkat keempat. *Responsiveness* adalah kemauan staf bank memberikan pertolongan pada *customer* dan memberikan pelayanan yang cepat. Dimensi *compliance* atau kemampuan bank dalam totalitas pengoperasian kegiatan perbankan terhadap prinsip Islam berada di peringkat lima. Terakhir pada peringkat enam adalah dimensi *tangible*, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan fasilitas fisik yang dimiliki bank.

Pada dimensi peringkat tiga teratas yaitu *assurance*, *reliability* dan

emphaty, adalah tiga dimensi yang paling diapresiasi *customer*. Hal ini menunjukkan bahwa, tingkat kesopanan, kemampuan berkomunikasi, ketelitian, kehandalan dan perhatian dari staf bank terhadap *customer* telah cukup baik. Sedangkan dimensi *responsiveness*, *compliance* dan *tangible* terlihat kurang diapresiasi oleh *customer*. Kemampuan bank memberikan pelayanan yang cepat terlihat masih kurang, hal ini bisa terjadi karena fasilitas dan sumber daya insani yang dimiliki bank syariah masih kurang memadai. Selain itu ditunjukkan pula dengan peringkat dimensi *tangible* berada pada peringkat terakhir. Rendahnya dimensi *tangible* bisa disebabkan rendahnya aset, dana pihak ketiga dan pembiayaan bank-bank syariah dibanding dengan aset bank-bank konvensional. Walaupun bank syariah berhasil menjaga sektor riil pada krisis tahun 1997-2000, bank syariah masih kalah pamor dari bank konvensional (Febrian, 2010).

Dimensi *compliance* yang berada pada peringkat kelima mencerminkan bank syariah belum mengaplikasikan prinsip syariah secara total dalam operasional perbankan, hal tersebut juga bisa dikarenakan kurangnya sumber daya

insani yang paham terhadap prinsip perbankan Islam (Voyanos, et al.2008; Obiyo, 2008; Alamsyah, 2012) dan kurangnya perangkat hukum, serta peraturan perundang-undangan yang mendukung, sehingga bank syariah terpaksa berusaha menyesuaikan produk-produknya dengan ketentuan yang berlaku bagi perbankan konvensional, sehingga ciri syariah Islam yang melekat padanya tersamar (Sitompul, 2002).

Peringkat Persentase *Customer Satisfaction*

Tabel 4.11 adalah hasil dari perhitungan *customer satisfaction* di bank syariah. Keseluruhan kategori persentase menunjukkan bahwa kepuasan *customer* terhadap pelayanan yang diberikan bank syariah cukup tinggi, yang menunjukkan bahwa apresiasi *customer* juga cukup tinggi. Akan tetapi persentase kepuasan terhadap keseluruhan kepuasan dari pelayanan yang diberikan pihak bank memiliki nilai yang paling rendah yaitu 71%.

PENUTUP

Kesimpulan

Sejalan dengan pertumbuhan bank syariah yang cukup baik khususnya di wilayah Eks Karesidenan Surakarta yang tentunya harus diikuti dengan *service* yang baik pula. *Service* yang semakin baik akan

menimbulkan *loyalitas* atau kesetiaan *customer*, karena *service quality* yang baik akan memberikan kepuasan *customer*. Kepuasan *customer* adalah salah satu tujuan dari setiap bisnis.

Hasil penelitian menunjukkan semua persentase dimensi menurut kategori persentase telah masuk dalam kategori tinggi, ini menunjukkan apresiasi *customer* bank terhadap *service quality* bank syariah cukup tinggi. Adapun hasil peringkat persentase enam dimensi *service quality* bank syariah, dimensi *assurance* menempati peringkat pertama, diikuti dimensi *reability*, *emphaty*, *responsiveness*, *compliance* dan *tangible*. Tiga dimensi dalam peringkat teratas adalah *assurance*, *reability*, dan *emphaty*, ini menunjukkan pengetahuan, kesopanan, komunikasi verbal maupun non verbal. kemampuan staf memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, teliti, diandalkan, kepedulian dan perhatian yang diberikan staf bank kepada *customers* sangat diapresiasi *customer* bank syariah. Tiga peringkat terbawah yaitu *responsiveness*, *compliance* dan *tangible* menunjukkan masih ada kekurangan dalam hal kemauan staf bank memberikan pertolongan pada *customer*, memberikan pelayanan yang cepat, kemampuan bank dalam totalitas pengoperasian kegiatan perbankan terhadap prinsip Islam, dan fasilitas fisik yang dimiliki bank syariah. Kekurangan-kekurangan disebabkan karenakurangnya sumber daya Insani dan

kurangnya perangkat hukum serta peraturan perundang-undangan yang mendukung, sehingga perbankan syariah terpaksa berusaha menyesuaikan produk-produknya dengan ketentuan yang berlaku bagi perbankan konvensional, sehingga ciri syariah Islam yang melekat padanya tersamar. Penyebab lain adalah bisa disebabkan rendahnya pangsa aset, dana pihak ke tiga dan pembiayaan bank-bank syariah dibanding dengan pangsa bank-bank konvensional. Walaupun bank syariah berhasil menjaga sektor riil pada krisis tahun 1997-2000, bank syariah masih kalah pamor dari bank konvensional.

Persentase rata-rata *satisfaction* atau kepuasan *customer* juga telah berada dalam kategori tinggi. Kepuasan *customer* terhadap kualitas pelayanan yang diberikan adalah yang paling tinggi yaitu mencapai 77%, kepuasan terhadap pelayanan personal yang diberikan oleh staf bank 74% dan kepuasan terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan adalah 71%. Tingginya persentase kepuasan *customer* adalah indikasi yang cukup baik bagi perkembangan bank syariah.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, pembahasan dan perumusan kesimpulan dari hasil penelitian, maka penulis perlu memberikan beberapa saran, antara lain :

- a. Bagi praktisi bank syariah,
 - Untuk tetap meningkatkan *service quality* yang diberikan, walaupun

tingkat kepuasan *customer* terhadap pelayanan yang diberikan dinilai tinggi.

- Perlunya undang-undang yang mengatur permasalahan bank syariah.
 - Perlunya pengelolaan sumberdaya Insani yang memiliki pemahaman dan *skill* dalam perbankan Islam.
- b. Bagi peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih detail tentang *service quality* dan *customer satisfaction* dengan jumlah responden dan bank yang lebih banyak, dan memberikan pengungkapan harapan *customer* terhadap *service quality* bank syariah.

Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini banyak terdapat keterbatasan, antara lain:

- a. Penelitian ini hanya terfokus pada empat bank syariah dengan kriteria, telah berdiri dan beroperasi sebelum tahun 2010.
- b. Responden yang berpartisipasi belum merata di seluruh wilayah Eks Karesidenan Surakarta.
- c. Tidak mengungkapkan harapan *customer* tentang *service quality* yang di berikan oleh bank kepada *customer*.

REFERENSI

- Abdelghani, Echcabi, 2012, *Applying Servqual To Banking Services: An Exploratory Study In Morocco*, Studies in Business & Economics; Apr 2012, Vol. 7 Issue 1, p62.
- Abedniya, A dan Zeim, M, N, 2011, *Measuring The Perceive Service Quality In The Islamic Banking System in Malaysia*, International Journal of Bussiness and Social Science, Vol 2 No 13 (Special Issue-July 2011).
- Ahmad, A, Rehman, K, Saif, I, and Safwan, N, 2010, *An Empirical Investigation of Islamic Banking In Pakistan Based On Perception Of Service quality*, African Journal Of Business Management Vol. 4 (6), pp. 1185-1193, June 2010.
- Akhtar, Asif, 2012, *An Assessment of Service quality Dimensions of Islamic banks and Its Impact on Customer Satisfaction: a study in Gulf Countries*. National Conference on Emerging Challenges for Sustainable Business 2012.
- Alamsyah, Halim, 2012, *Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan Dalam Menyongsong MEA 2015*, Ceramah Ilmiah Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI), Milad ke-8 IAEI, 13 April 2012.
- Al-Hawary, S, Alhamali, R, and Alghanim, S, 2011, *Banking Service quality Provided by Comercial Banks and Customer Satisfaction*, American Journal of Scientific Research ISSN 1450-223X Issue 27 (2011), pp.68-83.
- Al- Omar, F, A and Iqbal Munawar, 1999, *Challenges Facing Islamic Banking in the 21st Century*, Proceedings of the Second Harvard University Forum on Islamic Finance: Islamic Finance into the 21st Century Cambridge, Massachusetts. Center for Middle Eastern Studies, Harvard University. 1999. pp.243-253.
- Al- Roubaie, A, and Alvi, S, 2009, *Critical Concept in Economics*, Ahlia University Bahrain and Concordia University Canada, October 2009, Routledge.
- Amin, M, and Isa, Z, 2008, *An Examination Of The Relationship Between Service quality Perception And Customer Satisfaction. A SEM Approach Towards Malaysian*

- Islamic Banking*, Faculty Of Science And Technology, Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi, Malaysia, International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management Vol.1 No. 3, 1006, pp.191-209, 2008.
- Antonio, M,S, (2001) *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. 2001. Jakarta. Gema Insani.
- Astuti, P,S, Wilasari,W, dan Utami, D,E, *Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Penelitian dengan Fuzzy Servqual dan Dimensi Carter*, Jurnal Manajemen Bisnis | Vol. 2 No. 1 | April - Juli 2009 (47 - 58).
- Bank Indonesia, *Outlook Perbankan Syariah Tahun 2013*.
- Bank Indonesia, *Statistik Perbankan Syariah November 2013*.
- Chaoprasert, C, and Elsey Barry, 2004, *Service Quality Improvement in Thai Retail Banking and its Management Implications*, ABAC Journal Vol. 24, No.1 (January - April, 2004), pp. 47 – 66.
- Febrian, Erie, 2010. *Akselerasi Pertumbuhan Perbankan Nasional: Tantangan dan Kontribusi Lembaga Pendidikan Tinggi*, UNPAD, Bandung.
- Foster, J,J, 2002, *Data Analysis Using Window SPSS for Window Version 8 10, A Beginner Guide*.
- Gorecki, A.T, 1996, *The Meaning of Quality*, The Quality Magazine, February, p.80.
- Haniffa, R, Hudaib,M, 2010, *Islamic Finance: from Sacred Intentions to Secular Goals?*, Journal of Islamic Accounting and Business Research Vol. 1 No. 2, 2010 pp. 85-91.
- Iacobucci,D, Ostrom,A, and Grayson,K, 1995, *Distinguishing Service Quality and Customer Satisfaction: The Voice of the Consumer*, Journal of Psychology, 4(3), 277-303.
- I-Ming,W, and Chih-Jen,S, 2006, *The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction: The Example of CJCU Library*, Journal of Information and Optimization Science, Vol. 27 No.1, pp. 193-209.
- Homoud, Sami Hassan, (1994), “*Progress of Islamic Banking: The Aspirations and the Realities*”, Islamic Economic Studies, Vol. 2, No 1, December, p. 71-80.
- Hossain,M, and Leo,S, 2009. *Customer Perception On Service quality In Retail Banking In Middle East : The Case Of Qatar*, Department of Accounting and Information Systems, College of Bussiness and Economics, Qatar University, Doha, Qatar, International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, Vol. 2 No. 4, 2009, pp. 338-350.
- Kamelta, Edno (2013), *Pemanfaatan Internet Oleh Mahasiswa Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang* CIVED ISSN 2302-3341 Vol. I, Nomor 2, Juni 2013, p5
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, <http://kbbi.web.id/kualitas>. Diakses pada : 10 Desember 2013.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, <http://kbbi.web.id/servis>. Diakses pada : 10 Desember 2013.
- Karim, Rifaat, A,A, 1999, *Accounting and Auditing Standards for Islamic Financial Institutions, Proceedings of the Second Harvard University Forum on Islamic Finance: Islamic Finance into the 21st Century Cambridge, Massachusetts. Center for Middle Eastern Studies, Harvard University. 1999. pg.239-241*.
- Karim, Rifaat, A,A, 2001, *International accounting harmonization, banking regulation and Islamic banks*, The International Journal of Accounting 36 (2001) 169–193.
- Karimi, A,J, 2007, *Challenges Facing Islamic Banks*.

- Kasim, Nawal, 2010, *Auditor From The Islamic Perception*, ACCOUNTANTS TODAY | JUNE 2010, p.28-30.
- Khan, M,A, 1998, *Performance Auditing For Islamic Banks*, Islamic Economic Studies Vol.5, No.1, December 1997 & No.2, April 1998.
- Krishnan,S,M, Ramaswamy,V, Meyer,M,C, Damien,P, 1998, “*Customer satisfaction for financial services: The role of products, services, and information technology*”; Working paper, June 1998.
- Lo, K,K, Mahamad,O, Ramayah,T, and Mosahab,R, 2010, *The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia*, International Journal of Marketing Studies Vol. 2, No. 2; November 2010.
- Mediawati, Elis, 2010, *Penyajian Laporan Keuangan Bank Syariah*, PPT
- Mihelis, G, Grigoroudis, E, Siskos,Y, Politis,Y and Malandrakis,Y. 2002, *Customer Satisfaction Measurement in The Private Bank Sector*. Technical University of Crete, Decision Support Systems Laboratory University Campus, 73100 Chania, GREECE.
- Misbach, I, Surachman, Hadiwidjojo,D and Armanu, 2013, *Islamic Bank Service Quality and Trust: Study on Islamic Bank in Makassar Indonesia*, International Journal of Business and Management; Vol. 8, No. 5; 2013.
- Mishra, U,S, Sahoo,K,K, Mishra,S, and Patra,S,K, *Service quality Assessment in Banking Industry of India: A Comparative Study between Public and Private Sectors*, European Journal of Social Sciences – Volume 16, Number 4 (2010).
- Muhson, Ali, 2006, *Teknik Analisis Kuantitatif, Pelatihan Metodologi Penelitian, BEM FIS UNY*.
- Naik, C,N, Gantasala,S, and Prabhakar,G, 2010. *Service quality (SERVQUAL) And Its Effects On Customer Satisfaction In Retailing*, European Journal Of Social Science- Volume 16. No. 2. 2010.
- Obiyo, O,C, 2008, *Islamic financing/banking in the Nigerian economy Is it workable? A review of related issues and prospects*, International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management Vol. 1 No. 3, 2008, pp. 227-234.
- Othman, A, and Owen,L, 2001, *Adopting And Measuring Customer Service Quality (SQ) In Islamic Banks : A Case Study In Kuwait Finance House*, International Journal Of Islamic Finance Service, Vol.3 No. 1, 2001.
- Parasuraman, A, Zeithaml,V.A. and Berry,L.L. (1985), “*A Conceptual Model of Service quality and its Implications for Future Research*”, Journal of Marketing, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988), *SERVQUAL: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception of Service Quality*, Journal of Retailing Vol 64 No 1.
- Pike,BL, (2005), *Mini-Tutorial Quality Functional Development: Study Guide*, Boise State University.
- Rizani, Rasyid. (2009), “*Penerapan Prinsip Syariah Dalam Produk Perbankan Syariah*”.
- Rahman, M,M, Abdullah,M, and Rahman,A, 2011, *Measuring Service Quality using SERVQUAL Model: A Study on PCBs (Private Commercial Banks) in Bangladesh*, Business Management Dynamics Vol.1, No.1, July 2011, pp.01-11.
- Razak, M,I,M, Sakrani,S,N,R, Wahab,S,A, Abas,N, Yaacon,N,J,A, and Rodzi,S,N,A,M, 2013, *Adaptive of SERVQUAL Model in Measuring Customer Satisfaction towards Service Quality Provided by Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) in Malaysia*, International Journal of Business and Social Science Vol. 4 No. 10.

- R.J. Clarke, 2005, Research Methodologies 1, HDR seminar Series, Faculty of Commerce Spring Session.
- Osman, I, Husniyati, A, Zainudin,A, Rashid, W and Jussof, K. 2009.*Customers Satisfaction in Malaysian Islamic Banking*.International Journal of Economics and Finance. Vol 1 No.1.
- Othman and Owen, 2001. *Aadopting and Measuring Customer Service Quality in Islamic Banks : A Case Study in Kuwait Finance House*. International Journal of Islamic Financial Service Vol. 3 No. 1.
- Parasuraman, Zeithmal and Berry, 1985, *A Conceptual Model of Service and Its Implications for Future Research*. Journal of Marketing Vol. 49 (1985 Fall) 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988), *SERVQUAL: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception of Service Quality*, Journal of Retailing Vol 64 No 1.
- Setiawan, A,B, 2006, Perbankan Syariah; *Challenges dan Opportunity Untuk Pengembangan di Indonesia*,Jurnal Kordinat, Edisi: Vol.VIII No.1, April 2006.
- Sadek, D,M, Zainal,N,S, Taher,M,S,I,M, Yahya,A,F, Shaharudin,M,R, Noordin,N, Zakaria,Z and Jusoff,K, 2010, *Service quality Perceptions between Cooperative and Islamic Banks of Britain*, American Journal of Economics and Business Administration 2 (1): 1-5, ISSN 1945-5488.
- Saunders, M, Lewis,P, Thornhill,A, 2009. *Research Methods for Business Srudents Fifth Edition*.
- Setiaji, Bambang, 2006, *Panduan Riset Dengan Menggunakan Pendekatan Kuantitatif*, Surakarta; Muhammadiyah University Press.
- Shabbir, M, Aslam,H, Căpuşneanu,S, Barbu,C, and Tanveer,M, 2012, *Perceived Service quality of Islamic and Non Islamic Banks Operating In Pakistan*, American Journal of Scientific Research ISSN 1450-223X Issue 51 (2012), pp. 27-36.
- Shafie,S, Azmi,W, and Haron,S, 2004, *Adopting And Measuring Customer Service quality In Islamic Banks: A Case Study Of Bank Islam Malaysia Berhard*, Journal Of Muamalat And Islamic Finance Research, 2004, Vol. 1 , No. 1.
- Shah,F,S, and Raza,M,W, and Khursid,R,M, 2012, *Islamic Banking Controversies and Challenges*, Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, Vol.3 No.10.
- Sitompul, Zulkarnain, 2002, *Kemungkinan Penerapan Universal Banking System di Indonesia: Kajian dari Perspektif Bank Syariah*. *Jurnal Hukum Bisnis*, Volume 20, Agustus-September 2002.
- Tahir,M,I, Abu Bakar,N,M, and Ismail,W,Z,W, 2008, *Customer Expectations and Perceptions of Service Quality in Islamic Banking: Evidence from Malaysia*, Journal of Islamic Economics, Banking and Finance.
- Tanjung, Hendri, 2012, *Strategi Pemenuhan Tenaga Marketing Di Perbankan Syariah*, Jurnal Manajemen UIKA Vol. 3 No. 1, Juli 2012, Universitas Ibn Khaldun Bogor.
- Undang-Undang Republik Indonesia, 2008, *Tentang Perbankan Syariah*.
- Vayanos,P, Wackerbeck,P, Golder, P,T. and Haimari, G, 2008, *Competing Successfully In Islamic Banking*, ©2008 Booz & Company Inc.
- www.muamalatbank.com/home/about/profile. Diakses pada : 10 Desember 2013.
- Yaya,R, Martawireja,A,E, Abdurrahim,A, 2009, *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*, Salemba Empat: Jakarta.

LAMPIRAN TABEL

Tabel 2.1
Perbandingan Antara Bank Syariah dengan
Bank Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional
<p>1. Besar kecilnya bagi hasil yang diperoleh deposan tergantung pada :</p> <p>a. Pendapatan bank</p> <p>b. nisbah bagi hasil antara <i>customer</i> dan bank</p> <p>c. nominal deposito</p> <p>d. rata-rata saldo deposito untuk jangka waktu yang ada pada bank</p> <p>e. jangka waktu deposito karena lamanya investasi.</p> <p>2. Bank syariah memberi keuntungan kepada deposan dengan pendekatan LDR (Loan To Deposit Ratio) atau mempertimbangkan rasio antara dana pihak ketiga dan pembiayaan yang diberikan.</p> <p>3. LDR dalam perbankan syariah bukan saja mencerminkan keseimbangan tetapi juga keadilan karena bank benar-benar membagikan hasil riil dari dunia usaha (loan) kepada penabung (deposit)</p>	<p>1. Besar kecilnya bunga yang diperoleh deposan tergantung pada :</p> <p>a. Tingkat bunga yang berlaku</p> <p>b. Nominal deposito</p> <p>c. Jangka waktu deposito</p> <p>2. Semua bunga yang diberikan kepada deposan menjadi beban langsung</p> <p>3. Tidak memperhitungkan berapa pendapatan yang akan diperoleh dari dana-dana yang dihimpun</p> <p>4. Bank harus menanggung bila bunga yang dibayarkan peminjam lebih kecil daripada kewajiban bank membayar bunga kepada deposan.</p>

Sumber : Antonio, M., S. (2001) *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. 2001. Jakarta. Gema Insani. p. 145

Tabel 2.2
Jaringan Kantor Perbankan Syariah

Tahun	2011	2012	2013											
Bank Syariah		Nov	De c	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Ag s	Sep	Okt	Nov
Jumlah Bank	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
Jumlah Kantor	1390	1703	1734	1769	1790	1801	184 7	185 9	1876	1871	1909	1926	1939	194 2
Unit Usaha Syariah (UUS)														
Jumlah Bank	24	24	24	24	24	24	25	24	24	24	24	23	23	23
Jumlah Kantor	312	482	493	497	500	505	514	522	509	526	530	535	553	554
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)														
Jumlah Bank	155	156	158	158	158	159	159	159	159	160	160	160	160	160
Jumlah Kantor	364	390	401	398	395	399	386	399	397	398	398	413	399	399

Sumber: Bank Indonesia, Statistik Perbankan Syariah November 2013

Tabel 3.1
Jumlah dan Persentase Responden

No	Responden	Jumlah	Persentase
1	Mahasiswa	60	29,70%
2	Wiraswasta	54	26,73%
3	Karyawan swasta	29	14,35%
4	Pegawai negeri	25	12,37%
5	Guru swasta	21	10,39%
6	Petani	5	2,47%
7	Lain-lain	8	3,96%
	Jumlah	202	100%

Tabel 3.2
Dimensi *Service Quality*

No	Dimensi	Keterangan
1	<i>Compliance</i>	kemampuan bank syariah menerapkan prinsip Islam dalam kegiatan operasional bank.
2	<i>Assurance</i>	pengetahuan, kesopanan staf bank, kemampuan untuk meyakinkan, kemampuan berkomunikasi verbal dan non verbal
3	<i>Realibility</i>	kemampuan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan, kehandalan dan ketelitian staf bank.
4	<i>Tangible</i>	tampilan fasilitas fisik yang disediakan oleh bank seperti tata personalia, peralatan, dan alat-alat komunikasi.
5	<i>Empathy</i>	kepedulian personal staf yang diberikan kepada <i>customer</i> .
6	<i>Responsiveness</i>	kemauan untuk membantu <i>customer</i> dan memberikan pelayanan yang cepat.

Tabel 3.3
Pertanyaan Dalam Kuesioner

No	Pertanyaan
<i>Compliance</i>	
1.	Bank syariah telah menerapkan prinsip-prinsip Islam
2.	Tidak ada bunga dalam tabungan dan pinjaman
3.	Bank menyediakan produk yang sesuai hukum Islam
4.	Adanya kesempatan mendapatkan pinjaman tanpa bunga
5.	Investasi yang menguntungkan berdasarkan prinsip bagi hasil
<i>Assurance</i>	
6.	Pegawai bank yang ramah
7.	Bank menyediakan konsultasi keuangan
8.	Suasana interior bank yang nyaman
9.	Bank memiliki jaringan yang luas dan mudah diakses
<i>Reliability</i>	
10.	Tim manajemen bank berpengetahuan luas dan berpengalaman.
11.	Kemudahan (Pelayanan yang cepat dimana saja)
12.	Penggunaan pelayanan tambahan (misal: e-banking, mobile banking)

13. Menyediakan pelayanan dalam skala yang luas. (Contoh: pembayaran tagihan, transfer antar bank, dll)
14. Bank syariah aman untuk bertransaksi

Tangible

15. Banyak konter yang buka pada saat jam sibuk
16. Tampilan luar bank (eksterior) yang baik
17. Pelayanan transaksi yang cepat dan efisien (transaksi selesai dalam waktu singkat)
18. Ketepatan jam operasional kerja
19. Adanya sekat (pembatas) konter *customer service* satu dengan yang lain.

Empathy

20. Lokasi bank yang strategis untuk bertransaksi
21. Bank memiliki reputasi dan kesan yang baik
22. Tersedianya area parkir yang memadai
23. Bank menjamin kerahasiaan nasabah
24. Manajemen bank yang meyakinkan
25. Memberikan keuntungan yang lebih dibandingkan bunga bank konvensional
26. Biaya jasa (administrasi) yang ringan

T

Responsiveness

27. Bank syariah paham terhadap bisnis nasabah
28. Kemampuan untuk memenuhi kebutuhan individu atau perseorangan dengan menyediakan berbagai macam produk.
29. Staf bank memberikan pelayanan dengan sopan
30. Bank menyediakan jangka waktu pinjaman sesuai yang diinginkan
31. Banyak kantor cabang yang tersedia
32. Pelayanan yang cepat dan efisien di *customer service*

I

Satisfaction

33. Keseluruhan kepuasan dari pelayanan bank
 34. Pelayanan personal dari staf bank syariah
 35. Kualitas pelayanan.
-

Tabel 3.4
Kategori Penilaian

No	Persentase Batas Interval	Kategori Penilaian
1	0 - 20 %	Sangat rendah
2	21 - 40 %	Rendah
3	41 - 60 %	Sedang
4	61 - 80%	Tinggi
5	81 – 100 %	Sangat tinggi

Sumber: Kamelta, Edno. (2013). *Pemanfaatan Internet Oleh Mahasiswa Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang CIVED* ISSN 2302-3341 Vol. I. Nomor 2, Juni 2013, p5.

Tabel 4.1

Item-Total Statistics (Compliance)

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
P1	32.9010	43.323	.676	.775
P2	33.0693	39.736	.739	.750
P3	32.8317	43.006	.750	.770
P4	33.1683	39.554	.741	.749
P5	32.7030	43.593	.705	.776
Total	18.2970	12.807	1.000	.830

Tabel 4.2

Item-Total Statistics (Assurance)

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
P6	26.8218	19.908	.713	.763
P7	27.0050	20.035	.703	.766
P8	26.9703	20.467	.712	.771
P9	27.2178	19.316	.636	.766
Total	15.4307	6.416	1.000	.764

Tabel 4.3
Item-Total Statistics (Reliability)

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
P10	33.9802	30.875	.670	.766
P11	34.0396	28.725	.742	.744
P12	33.8020	30.359	.685	.761
P13	33.7673	30.717	.702	.763
P14	33.7178	31.487	.682	.771
Total	18.8119	9.308	1.000	.815

Tabel 4.4
Item-Total Statistics (Tangible)

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
P15	32.5000	26.838	.654	.746
P16	32.2475	28.137	.656	.758
P17	32.2574	26.909	.736	.741
P18	32.1634	27.859	.659	.755
P19	32.6089	27.413	.562	.759
Total	17.9752	8.373	1.000	.773

Tabel 4.5
Item-Total Statistics (Emphaty)

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
P20	48.2772	56.271	.576	.756
P21	48.1485	55.520	.719	.748
P22	48.3069	53.766	.708	.740
P23	47.8911	56.854	.576	.758
P24	48.1832	55.961	.639	.752
P25	48.6436	53.494	.667	.740
P26	48.4851	51.813	.681	.733
Total	25.9950	15.796	1.000	.829

Tabel 4.6***Item-Total Statistics (Responsiveness)***

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
P27	40.7673	33.095	.746	.722
P28	40.6485	35.702	.546	.751
P29	40.2970	35.483	.639	.745
P30	40.5891	35.626	.550	.751
P31	40.8218	34.844	.502	.750
P32	40.5099	34.012	.727	.730
Total	22.1485	10.256	1.000	.775

Tabel 4.7***Item-Total Statistics (Satisfaction)***

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
P33	18.6535	6.844	.766	.774
P34	18.5347	6.748	.811	.761
P35	18.3812	8.068	.630	.841
Total	11.1139	2.549	1.000	.755

Tabel 4.8***Cronbach's Alpha Dimensi Service Quality***

No	Dimensi	<i>Cronbach Alpha</i>
1	<i>Compliance</i>	.799
2	<i>Assurance</i>	.804
3	<i>Reliability</i>	.796
4	<i>Tangible</i>	.785
5	<i>Empathy</i>	.774
6	<i>Responsivemess</i>	.772
	<i>Satisfaction</i>	.834

Tabel 4.9
Persentase Mean

Dimensi	No Pertanyaan	Mean Jawaban Pertanyaan	Persentase Dimensi	Kategori
<i>Compliance</i>	1	3,69	73,19%	Tinggi
	2	3,52		
	3	3,76		
	4	3,43		
	5	3,89		
	Rata-rata	3,66		
<i>Assurance</i>	6	4,04	77,15%	Tinggi
	7	3,86		
	8	3,89		
	9	3,64		
	Rata-rata	3,86		
<i>Reliability</i>	10	3,64	75,25%	Tinggi
	11	3,58		
	12	3,82		
	13	3,86		
	14	3,91		
	Rata-rata	3,76		
<i>Tangible</i>	15	3,45	71,90%	Tinggi
	16	3,70		
	17	3,69		
	18	3,79		
	19	3,34		
	Rata-rata	3,59		
<i>Emphaty</i>	20	3,71	74,26%	Tinggi
	21	3,84		
	22	3,68		
	23	4,10		
	24	3,81		
	25	3,35		
	26	3,5		
	Rata-rata	3,71		
<i>Responsiveness</i>	27	3,53	73,83%	Tinggi
	28	3,65		
	29	4,00		
	30	3,71		
	31	3,48		
	32	3,79		
	Rata-rata	3,69		

Tabel 4.10
Peringkat persentase dimensi *Service Quality*

No	Dimensi	Persentase
1	<i>Assurance</i>	77,15%
2	<i>Realibility</i>	75,25%
3	<i>Emphaty</i>	74,26%
4	<i>Respnsiveness</i>	73,83%
5	<i>Compliance</i>	73,19%
6	<i>Tangible</i>	71,90%

Tabel 4.11
Persentase *Mean*

Pertanyaan	Mean	Persentase <i>Mean</i>	Kategori
<i>Satisfaction</i>			
33. Keseluruhan kepuasan dari pelayanan bank	3,57	71%	Tinggi
34. Pelayanan personal dari staf bank syariah	3,69	74%	Tinggi
34. Kualitas pelayanan	3,85	77%	Tinggi