



### Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Indonesia

Mhd.Ari<sup>1</sup>, Nurkhozin<sup>2</sup>, Putri Citra Setiawati<sup>3</sup>,  
Institut Agama Islam (IAI) H.M.Lukman Edy<sup>1-3</sup>,  
Email Korespondensi: [muhamad.ari@gmail.com](mailto:muhamad.ari@gmail.com) <sup>1</sup>

---

Article received: 03 Juli 2024, Review process: 14 Juli 2024,  
Article Accepted: 08 Agustus 2024, Article published: 23 Agustus 2024

---

#### ABSTRACT

*This research is motivated by economic activities and financial institutions that are currently developing is a system in Islamic banking. Islamic banking uses a profit sharing model in each of its operations, one of the competitive advantages that banks have in general is service through improving human resources based on employee work, the services provided create a trust, if the customer is satisfied with the service provided then it will make the customer loyal to the bank. This research uses quantitative methods. The data used are primary data and secondary data, which are collected through observation, interviews, questionnaires, and documentation methods. Data analysis includes the stages of data reduction, presentation, and conclusion drawing / verification of data then converted into words or text, which are then entered into the story. The results showed that there is, first trust in the quality of services provided by Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panam Raya in increasing the number of customers can be done through: (a) BSI applies banking procedures in accordance with Islamic principles (b) BSI serves prospective saving customers well, (c) BSI serves saving customers with greetings and greetings, (d) BSI shows gratitude and appreciation for customer trust in BSI, (e) BSI implements management carried out by government agencies making fund management safer. While the second is the inhibiting factor of the lack of public trust in Islamic financial institutions at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panam Raya, namely (a) Lack of understanding of the operational system of Islamic banking which is considered the same as the operational system in conventional banks. (b) Internal and external factors.*

**Keywords:** Quality, Trust, Customer, Islamic Bank

#### ABSTRAK

*Penelitian ini di latar belakang oleh kegiatan ekonomi dan lembaga keuangan yang berkembang saat ini adalah sistem pada perbankan syariah. Perbankan syariah menggunakan model bagi hasil di setiap oprasionalnya, salah satu keunggulan yang kompetitif yang di miliki bank pada umumnya adalah pelayanan melalui peningkatan SDM berdasarkan hasil kerja karyawan, pelayanan yang diberikan menciptakan suatu kepercayaan, jika nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan maka hal itu akan membuat nasabah menjadi loyal terhadap bank. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang di gunakan adalah data primer dan data skunder, yang dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara, koesioner, dan dokumentasi, Analisis data mencakup tahap pengurangan data, penyampaian, dan penarikan kesimpulan/verifikasi data kemudian*

diubah menjadi kata-kata atau teks, yang kemudian di masukkan ke dalam cerita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat, pertama kepercayaan terhadap kualitas pelayanan yang di berikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panam Raya dalam meningkatkan jumlah nasabah dapat di lakukan melalui: (a) BSI menerapkan prosedur perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (b) BSI melayani calon nasabah penabung dengan baik, (c) BSI melayani nasabah penabung dengan salam dan ramah, (d) BSI menunjukkan rasa terimakasih dan penghargaan atas kepercayaan nasabah terhadap BSI, (e) BSI menerapkan pengelolaan yang di lakukan oleh lembaga pemerintah membuat pengelolaan dana lebih aman. Sedangkan kedua yaitu Faktor Penghambat Kurangnya Kepercayaan Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan Syariah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panam Raya yaitu (a) Kurangnya pemahaman terhadap sistem operasional perbankan syariah yang dianggap sama dengan sistem operasional yang ada dalam Bank konvensional. (b) Faktor internal dan eksternal.

**Kata Kunci:** Kualitas, Kepercayaan, Nasabah, Bank Syariah

## PENDAHULUAN

Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam dengan mengacu kepada Al-Qur'an dan Hadist sebagai landasan dasar hukum dan operasional. Perkembangan perbankan syariah telah memberi pengaruh luasterthadap upaya perbaikan ekonomi umat dan kesadaran baru untuk ekspansi lembaga keuangan Islam. Kesadaran ini di dukung oleh karakteristik kegiatan usaha bank syariah yang melarang bunga konvensional, dan pemberlakuan nisbah bagi hasil sebagai pengganti serta melarang transaksi keuangan yang bersifat spekulatif (Al-Gharar) dan tanpa disadarkan pada kegiatan usaha yang riil (Reza Aulia, 2021).

Menurut UU RI no. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah "Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak". Dari pengertian di atas, dapat diartikan bahwa suatu bank merupakan perusahaan yang bergerak dibidang keuangan dan segala aktivitasnya selalu berkaitan dengan keuangan. Adapun dalam menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip konvensional, dan berdasarkan prinsip syariah (UU RI nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan).

Dikarenakan zaman yang semakin berkembang di bidang ekonomi seperti halnya adanya bank-bank konvensional yang mengumpulkan dana dari masyarakat dengan metode bunga. Maka timbullah ide dari pakar ekonomi muslim untuk mendirikan bank yang sesuai dengan syariat Islam. Bank tersebut adalah yang biasa kita kenal sekarang dengan bank syariah.

Bank syariah memiliki potensi besar untuk menjadi pilihan utama dan pertama bagi nasabah dalam pilihan transaksi mereka. Maka dari itu ditunjukkan dengan akselerasi pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah di Indonesia, tanpanya persaingan dalam bisnis perbankan syariah semakin ketat. Hal ini tidak terlihat dari berbagai macam produk yang diberikan kepada nasabah akibat bertambahnya unit perbankan syariah yang melayani berbagai produk

---

dengan kelebihan dan keunggulan tersendiri, tetapi juga berupa peningkatan pelayanan terhadap para nasabah untuk mencapai kepuasan yang diharapkan.

Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya, hal ini dapat berarti jika kinerja dibawah harapan, nasabah merasa tidak puas. Begitu juga sebaliknya, jika kinerja sama dengan harapan, nasabah merasa puas, dan jika kinerja melampaui harapan, nasabah akan sangat puas dan bahagia. Nasabah yang merasa puas, akan selalu memberikan komentar yang baik tentang perusahaan dan cenderung akan bertahan lama pada perusahaan (Henny Saraswati, 2023).

Kepuasan nasabah sangat penting nilainya bagi bank syariah dalam mempertahankan nasabah tersebut. Karena apabila nasabah tersebut merasa puas maka akan menimbulkan loyalitas nasabah terhadap bank. Kepuasan nasabah yang lama akan menular kepada nasabah yang baru sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah. Jika suatu bank tidak berhasil memuaskan nasabahnya, maka akan menimbulkan masalah yang kompleks. Nasabah yang merasa kecewa umumnya akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain atau nasabah lain. Dampaknya calon nasabah tersebut akan menjatuhkan pilihannya kepada bank lain atau pesaing lainnya. Oleh sebab itu setiap bank wajib mengorganisasikan, merencanakan, dan mengendalikan sistem kualitas yang baik sehingga pelayanannya dapat memuaskan nasabah (Any Meilani & Dian Sugiarti, 2022).

Kualitas pelayanan dan kepuasan sangat berkaitan erat. Dimana kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Banyaknya Bank Syariah yang bermunculan dalam bisnis perbankan pada saat ini yang menjadi pesaing, maka banyak pula yang menjadi sumber dari permasalahan yang dihadapi pihak perbankan. Seperti halnya kualitas pelayanan yang menjadi hal utama dalam permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan. Adanya penilaian terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank kepada nasabah maka timbulnya keluhan atau komplain yang dilakukan nasabah maka Bank harus dapat cepat dan tepat dalam menanggapi penanganan keluhan, supaya nasabah bisa merasakan kepuasan dan kenyamanan atas pelayanan penanganan keluhan yang dirasakan sehingga nasabah bisa puas terhadap pelayanan Bank tersebut (Sulistyawati, Ardiani A Ika, 2022).

Bank Syariah Indonesia (BSI) memberikan keuntungan bagi nasabahnya seperti Bank lainnya. Hanya pemberian keuntungan berbeda bentuk. Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 Bank Syariah, dijalankan berdasarkan prinsip keuangan yang berlaku dalam agama Islam. Keuntungan Bank Syariah berasal dari pendekatan bagi hasil, seperti bagi hasil usaha dan biaya administrasi dari pinjaman. Bank Syariah memiliki sistem tersendiri untuk pengelolaan dana,

karena Bank Syariah tidak membenarkan bunga dalam agama Islam, maka nasabah yang menyimpan uangnya pada Bank Syariah tidak mendapatkan bunga melainkan bagi hasil sehingga tidak ada kemungkinan berapa persen yang akan diterima oleh nasabah. Jika pihak bank mendapatkan keuntungan lebih pada bulan ini, maka nasabah pun akan menerima jumlah yang lebih besar pada bulan yang sama. Proses transaksi serta perjanjian dalam Bank Syariah transaksi dilakukan sesuai prinsip syariah Islam. Transaksi Bank Syariah berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist dan telah difatwakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Jenis transaksinya antara lain akad al-mudharabah (bagi hasil), al-musyarakah (perkongsian), al-musaqat (kerja sama tani), al-ijarah (sewa menyewa), dan al-wakalah (keagenan). Pekreditan dan pinjaman dalam sistem resiko kredit macet pihak bank juga ikut menanggung kerugian, program pinjaman diterapkan dengan jumlah tetap berdasarkan keuntungan yang sudah disetujui antara pihak Bank dan nasabah saat akad kredit (Deasy Ayu Rahma Putri, Lucky Rachmawati, 2022).

Sesuai dengan beberapa pengertian di atas maka dari itu dapat disimpulkan bahwa jika kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaian untuk memberikan keseimbangan harapan dari pelanggan sehingga akan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta dapat mempengaruhi dari loyalitas pelanggan atau nasabah perbankan itu sendiri.

Pelayanan dalam sebuah bisnis Islami dilandasi beberapa sifat Allah SWT yang meliputi Shidiq, Amanah dan Fathonah, Tablig, dan Istiqomah. Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personal yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Dalam berdagang dikenal istilah menjual dengan amanah, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya sehingga Salah satu karakter pedagang yang terpenting dan diridhoi Allah adalah kebenaran. Berdusta dalam berdagang akan sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah SWT (Didin Hafidudin & Hendri Tanjung, 2003).

Bank Syariah Indonesia sendiri terletak di Jl. HR. Rsoebrantas, kota Pekanbaru Riau adalah salah satu dari sekian banyak Bank Syariah Indonesia Kcp Panam Raya. Lokasi yang strategis membuat Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panam ini ramai dikunjungi nasabah di antaranya Mahasiswa dan Dosen serta Masyarakat sekitar tersebut, kantor yang terletak di salah satu kota, masyarakat mudah untuk diakses para Mahasiswa dan Dosen sekitar lokasi tersebut serta pada masyarakat sekitar.

Dengan lokasi Bank Syariah Indonesia yang Strategis dan antusias para nasabah terutama Masyarakat sekitar yang Sangat baik dimana setiap hari selalu ramai mengunjungi Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya ini dengan maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan bank syariah indonesia Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi nasabah tingkat terhadap kualitas pelayanan dan untuk mengetahui bagaimana strategi meningkatkan kepuasan nasabah terhadap kualitas Pelayanan di bank syariah Indonesia KCP Panam Raya.



## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panam Raya yang beralamat di Jl. HR. Soebrantas, Kota Pekanbaru. populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang berkunjung ke Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya, yang berjumlah 37.249 Nasabah. Data yang di gunakan adalah data primer dan data skunder, yang dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara, koesioner, dan dokumentasi, Analisis data mencakup tahap pengurangan data, penyampaian, dan penarikan kesimpulan/verifikasi data kemudian diubah menjadi kata-kata atau teks, yang kemudian di masukkan ke dalam cerita.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini yang berkaitan dengan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan di bank syariah indonesia, dapat disajikan sebagai berikut:

### 1. **Bagaimana persepsi nasabah terhadap tingkat kualitas pelayanan di Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya**

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai variabel tangible dapat diketahui bahwa pada pernyataan pertama yaitu Gedung kantor Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya tampak modern terdapat 2 responden (2%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 41 responden (41%) yang menyatakan puas dan terdapat 57 responden (57%) yang menyatakan sangat puas. Kemudian, pada pernyataan kedua yaitu Fasilitas kantor Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya tampak menarik dapat diketahui bahwa terdapat 2 responden (2%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 44 responden (44%) yang menyatakan puas dan terdapat 54 responden (54%) yang menyatakan sangat puas. Pada pernyataan ketiga yaitu Penampilan karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya terlihat rapih dapat diketahui bahwa terdapat 4 responden (4%) yang menyatakan cukup puas, terdapt 42 responden (42%) yang menyatakan puas dan terdapat 54 responden (54%) yang menyatakan sangat puas. Dari pernyataan indikator variabel tangible yang di peroleh dari data offline sebesar 34% dan online sebesar 66%.

Selanjutnya berdasarkan hasil perhitungan mengenai variabel reability dapat diketahui bahwa pada pernyataan pertama yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya dapat menepati janji terdapat 5 responden (5%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 42 responden (42%) yang menyatakan puas dan terdapat 53 responden (53%) yang menyatakn sangat puas. Pada pernyataan kedua yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya memberikan layanan secara tepat sejak awal dapat diketahui bahwa terdapat 4 responden (4%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 40 responden (40%) yang menyatakan puas dan terdapat 56 responden (56%) yang menyatakan sangat puas. Kemudian, pada pernyataan ketiga yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya menyediakan layanan sesuai dengan waktu yang mereka janjikan dapat diketahui bahwa terdapat 8 responden (8%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 40 responden (40%) yang menyatakan puas dan terdapat 52 responden (52%) yang menyatakan sangat puas.

Dari pernyataan indikator variabel Realiability yang di peroleh dari data offline sebesar 34% dan online sebesar 66%.

Berikutnya berdasarkan hasil perhitungan mengenai variabel responsiveness dapat diketahui bahwa pada pernyataan pertama yaitu Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya memberikan respon yang cepat terdapat 5 responden (5%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 28 responden (28%) yang menyatakan puas dan terdapat 67 responden (67%) yang menyatakan sangat puas. Pada pernyataan kedua yaitu Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya melayani dengan cepat dapat diketahui bahwa terdapat 6 responden (6%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 37 responden (37%) yang menyatakan puas dan terdapat 57 responden (57%) yang menyatakan sangat puas. Pada pernyataan ketiga yaitu Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya selalu bersedia memberikan informasi dapat diketahui bahwa terdapat 4 responden (4%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 34 responden (34%) yang menyatakan puas dan terdapat 62 responden (62%) yang menyatakan sangat puas. Kemudian, pada pernyataan keempat yaitu Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya selalu memberitahukan kapan persisnya layanan akan diberikan dapat diketahui bahwa terdapat 9 responden (9%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 39 responden (39%) yang menyatakan cukup puas dan terdapat 52 responden (52%) yang menyatakan sangat puas. Dari pernyataan indikator variabel Responsivess yang di peroleh dari data offline sebesar 34% dan online sebesar 66%.

Selanjutnya berdasarkan hasil perhitungan mengenai variabel assurance dapat diketahui bahwa pada pernyataan pertama yaitu Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan nasabah terdapat 3 responden (3%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 51 responden (51%) yang menyatakan puas dan terdapat 46 responden (46%) yang menyatakan sangat puas. Pada pernyataan kedua yaitu Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya selalu bersikap sopan dapat diketahui bahwa terdapat 3 responden (3%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 42 responden (42%) yang menyatakan puas dan terdapat 55 responden (55%) yang menyatakan sangat puas. Pada pernyataan ketiga yaitu Prilaku karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya mampu membuat mereka mudah untuk dipercayai dapat diketahui bahwa terdapat 4 responden (4%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 34 responden (34%) yang menyatakan puas dan terdapat 62 responden (62%) yang menyatakan sangat puas. Kemudian, pada pernyataan keempat yaitu Bertransaksi dengan Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya terasa aman dapat diketahui bahwa terdapat 4 responden (4%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 46 responden (46%) yang menyatakan puas dan terdapat 50 responden (50%) yang menyatakan sangat puas. Dari pernyataan indikator variabel Assurance yang di peroleh dari data offline sebesar 34% dan online sebesar 66%.

Berikutnya berdasarkan hasil perhitungan mengenai variabel kualitas pelayanan berdasarkan dimensi empathy dapat diketahui bahwa pada pernyataan pertama yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya memiliki jam operasional

yang nyaman bagi semua nasabah terdapat 4 responden (4%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 36 responden (36%) yang menyatakan puas dan terdapat 60 responden (60%) yang menyatakan sangat puas. Pada pernyataan kedua yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya mengutamakan kepentingan nasabah dapat diketahui bahwa terdapat 14 responden (14%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 36 responden (36%) yang menyatakan puas dan terdapat 50 responden (50%) yang menyatakan sangat puas. Kemudian pada pernyataan ketiga yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya memberikan perhatian individual kepada semua nasabah dapat diketahui bahwa terdapat 1 responden (1%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 22 responden (22%) yang menyatakan puas dan terdapat 77 responden (77%) yang menyatakan sangat puas. Dari pernyataan indikator variabel Dimensi Empathy yang di peroleh dari data offline sebesar 34% dan online sebesar 66%.

Berikutnya berdasarkan hasil perhitungan mengenai variabel kualitas pelayanan berdasarkan dimensi Compliance With Islamic Law dapat diketahui bahwa pada pernyataan pertama yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya berjalan sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip Islam terdapat 4 responden (4%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 36 responden (36%) yang menyatakan puas dan terdapat 61 responden (61%) yang menyatakan sangat puas. Pada pernyataan kedua yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya memiliki ketentuan produk dan layanan yang Islami dapat diketahui bahwa terdapat 4 responden (4%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 22 responden (22%) yang menyatakan puas dan terdapat 74 responden (74%) yang menyatakan sangat puas. Kemudian, pada pernyataan ketiga yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya memiliki ketentuan bebas bunga pada produk pembiayaan dapat diketahui bahwa terdapat 4 responden (4%) yang menyatakan cukup puas, terdapat 29 responden (29%) yang menyatakan puas dan terdapat 67 responden (67%) yang menyatakan sangat puas. Dari pernyataan indikator variabel Dimensi Compliance With Islamic Law yang di peroleh dari data offline sebesar 34% dan online sebesar 66%.

Berikutnya analisis linear berganda digunakan unntuk mengetahui pengaruh Tangible (X1), Reability (X2), Responsivess (X3) dan Assurance (X4) terhadap Kualitas Pelayanan (Y).

**Tabel 1**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.759	2.266		1.218	.226
Tangible	.301	.110	.210	2.733	.007
Reability	.315	.122	.198	2.585	.011
Responsivess	.226	.099	.174	2.274	.025
Assurance	.614	.105	.443	5.821	.000

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Sumber Data : Pengolahan SPSS Data Primer (2024)

Sehingga hasil regresi diatas dapat disusun menjadi persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 2,759 + 0,301X_1 + 0,315X_2 + 0,226X_3 + 0,614X_4$

Persamaan regresi berganda di atas artinya:

- 1) Nilai konstanta sebesar 2,759 merupakan keadaan saat variabel Kualitas Pelayanan belum dipengaruhi oleh variabel Tangible, Reability, Responsivess dan Assurance. Yang artinya bahwa jika Variabel independent tersebut tidak ada pengaruh maka variabel Kualitas Pelayanan tidak mengalami perubahan dengan skor sebesar 2,759.
- 2) Nilai koefisien regresi Tangible (X1) sebesar 0,301, menunjukkan bahwa variabel Tangible mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kualitas Pelayanan yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel Tangible maka akan meningkatkan Kualitas Pelayanan sebesar 0,301 dengan asumsi bahwa variabel lain bernilai konstan (tetap).
- 3) Nilai koefisien regresi Reability (X2) sebesar 0,315, menunjukkan bahwa variabel Reability mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kualitas Pelayanan yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel Reability maka akan meningkatkan Kualitas Pelayanan sebesar 0,315 dengan asumsi bahwa variabel lain bernilai konstan (tetap).
- 4) Nilai koefisien regresi Responsivess (X3) sebesar 0,226, menunjukkan bahwa variabel Responsivess mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kualitas Pelayanan yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel Responsivess maka akan meningkatkan Kualitas Pelayanan sebesar 0,226 dengan asumsi bahwa variabel lain bernilai konstan (tetap).
- 5) Nilai koefisien regresi Assurance (X4) sebesar 0,614, menunjukkan bahwa variabel Assurance mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kualitas Pelayanan yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel Assurance maka akan meningkatkan Kualitas Pelayanan sebesar 0,614 dengan asumsi bahwa variabel lain bernilai konstan (tetap).

Selanjutnya uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk melihat seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1. Hasil perhitungan nilai koefisien determinasi dapat dilihat dalam tabel 4.17 dibawah ini.

**Tabel 2**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary</b>				
<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
1	.756 <sup>a</sup>	.571	.553	1.616

a. Predictors: (Constant), Assurance, Responsivess, Reability, Tangible

Sumber Data : Pengolahan SPSS Data Primer (2024)



Berdasarkan tabel 4.17 diperoleh nilai koefisien determinasi atau R-Square ( $R^2$ ) sebesar 0,571 yang artinya bahwa besarnya kontribusi variabel tangible, reability, responsivess dan assurance terhadap kualitas pelayanan adalah sebesar 57,1%. Sisanya terdapat variasi sebesar 42,9% pada kualitas pelayanan yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikutkan pada penelitian ini.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	330.225	4	82.556	31.629	.000 <sup>b</sup>
	Residual	247.965	95	2.610		
	Total	578.190	99			

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

b. Predictors: (Constant), Assurance, Responsivess, Reability, Tangible

Sumber Data : Pengolahan SPSS Data Primer (2024)

Berdasarkan hasil uji simultan pada Tabel 4.18 di atas maka dapat diketahui bahwa nilai F hitung yang diperoleh sebesar  $31,629 > F$  tabel (2,467) dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $p < 0,05$ ) maka disimpulkan bahwa variabel tangible, reability, responsivess dan assurance secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.759	2.266		1.218	.226
	Tangible	.301	.110	.210	2.733	.007
	Reability	.315	.122	.198	2.585	.011
	Responsivess	.226	.099	.174	2.274	.025
	Assurance	.614	.105	.443	5.821	.000

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Sumber Data : Pengolahan SPSS Data Primer (2024)

Berdasarkan hasil analisis di atas maka dapat diperoleh penjelasan sebagai berikut:

- 1) Variabel Tangible diperoleh nilai t hitung sebesar  $2,733 > t$  tabel (1,985) dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ),

maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial tangible berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan.

- 2) Variabel Reability diperoleh nilai t hitung sebesar  $2,585 > t$  tabel (1,985) dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,011 lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial tangible berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan.
  - 3) Variabel responsivess diperoleh nilai t hitung sebesar  $2,274 > t$  tabel (1,985) dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,025 lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial responsivess berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan.
  - 4) Variabel assurance diperoleh nilai t hitung sebesar  $5,821 > t$  tabel (1,985) dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial assurance berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan
2. **Bagaimana strategi BSI untuk meningkatkan kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan di bank Syariah Indonesia KCP Panam Raya**

Adapun beberapa strategi yang menjadi acuan meliputi 2 faktor yaitu:

**a. Faktor Pendukung**

Keberadaan Bank Syariah di Indonesia masih memiliki peluang yang menggembirakan dan perlu dioptimalkan guna membangun kembali system perbankan yang sehat dalam rangka mendukung program pemulihan ekonomi nasional, selain restrukturisasi perbankan. Dalam perkembangannya tentu ada faktor pendukung yang memudahkan bank syariah untuk lebih cepat dalam mengembangkan perannya sebagai bank syariah dikalangan masyarakat. Adapun faktor-faktor pendukung perkembangan bank syariah:

- 1) Internal; **a. Kinerja karyawan**, Aktivitas hidup manusia beraneka ragam dan salah satu aktivitas manusia adalah bekerja memiliki arti melaksanakan suatu tugas yang dapat dinikmati oleh manusia. Kinerja karyawan adalah tingkat terhadap dimana para karyawan mencapai persyaratan-persyaratan pekerjaan, **b. Produk**, Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Adapun produk yang ditawarkan dibagi menjadi 3 bentuk yaitu: bentuk penghimpunan, bentuk penyaluran dan bentuk jasa.
- 2) Eksternal; Kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak dapat menerima konsep bunga. Rakyat Indonesia yang sebagian besar beragama Islam merupakan faktor penggerak kebutuhan akan hadirnya perbankan syariah yang tidak menggunakan sistem bunga yang mendekati dengan riba yang jelas-jelas dilarang dalam Islam.

**b. Faktor Penghambat**

- 1) Internal; Tidak obyektif kiranya jika kita hanya menampilkan factor pendorong perkembangan perbankan syariah di Indonesia tanpa menjelaskan juga faktor penghambat yang merupakan tantangan bagi kita,

---

terutama berkaitan dengan penerapan suatu sistem perbankan yang baru, suatu sistem yang mempunyai sejumlah perbedaan prinsip-prinsip dengan sistem yang dominan dan telah berkembang pesat di Indonesia.

Faktor-faktor penghambat itu adalah sebagai berikut: (1) Jaringan kantor bank syariah yang belum luas, Pengembangan jaringan kantor bank syariah diperlukan dalam rangka perluasan jangkauan pelayanan kepada masyarakat. Disamping itu, kurangnya jumlah bank syariah yang ada juga menghambat perkembangan kerjasama antar bank syariah. Kerjasama yang sangat diperlukan antara lain, berkenaan dengan penempatan dana antar bank dalam hal mengatasi masalah likuiditas sebagai suatu- badan usaha, bank syariah perlu beroperasi dengan skala yang ekonomis. Karenanya, jumlah jaringan kantor bank yang luas juga akan meningkatkan efisiensi usaha. Berkembangnya jaringan bank syariah juga diharapkan dapat meningkatkan komposisi ke arah peningkatan kualitas pelayanan dan mendorong inovasi produk dan jasa bank syariah, (2) Kecilnya Market Share, Merupakan proporsi kemampuan perusahaan terhadap keseluruhan penjualan seluruh pesaing termasuk penjualan perusahaan itu sendiri. Tingkat market share ditunjukkan dan dinyatakan dalam angka prosentase. Masih kecilnya market share itu disebabkan antara lain karena bank syariah mempunyai keterbatasan dana baik dari segi permodalan maupun jumlah dana masyarakat yang berhasil dihimpun karena alasan-alasan seperti yang diungkapkan di atas. (3) Sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bank syariah masih sedikit. (4) Manajerial, Adalah perpaduan seni dan ilmu dalam mengatur segala sesuatunya dengan benar, pelaku ilmu tersebut dikenal dengan manajer, seorang manajer haruslah menguasai ilmu manajerial dengan baik. Pada dasarnya semua orang adalah seorang manajer setidaknya manajer sebagai diri pribadi, kunci untuk sukses dalam manajerial adalah mengetahui aturan-aturan apa saja yang pasti menuntut seorang manajer dalam meraih kesuksesan hidup. Salah satu faktor yang menghambat perkembangan dalam manajerial adalah kinerja karyawan. Baik tidaknya kinerja karyawan dalam manajerial sangat berpengaruh pada kemajuan manajerial dalam meningkatkan kinerjanya.

- 2) Eksternal; (a) Pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap kegiatan operasional bank syariah Hal demikian, dikarenakan masih dalam tahap awal pengembangan dapat dimaklumi bahwa pada saat ini pemahaman sebagian masyarakat mengenai sistem dan prinsip perbankan syariah masih belum tepat., (b) Persaingan dengan bank-bank konvensional, Perbankan syariah saat ini tidak dapat dipisahkan secara tegas dengan industri perbankan konvensional, maka sudah dapat diduga persaingan dalam industri perbankan syariah akan sangat tinggi, walaupun struktur pasarnya sangat terkonsentrasi pada dua bank besar. Mengingat banyaknya bank-bank konvensional yang sudah lebih dulu ada, dan tentu hal ini berpengaruh pada perkembangan bank syariah yang masih belum cukup

dikenal oleh masyarakat luas, terutama masyarakat non muslim, mengingat Indonesia memiliki berbagai ras, suku, dan agama. Hal ini tentu menjadi tantangan bagi para bank umum syariah dan unit usaha syariah untuk lebih berkembang dan bersaing dengan bank konvensional.

## SIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut; *Pertama*, persepsi nasabah terhadap Tingkat kualitas di bank syariah Indonesia KCP Panam Raya berpengaruh terhadap pelayanan, *Kedua*, strategi BSI ada 2 faktor yang mempengaruhi, yaitu, Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat. Untuk faktor pendukung meliputi 2 faktor yaitu, faktor internal yang mencakup kinerja karyawan dan produk dan faktor eksternal mencakup kebutuhan jasa perbankan. Sedangkan dari faktor penghambat juga memiliki 2 faktor yang sama yaitu faktor internal dan eksternal, internal mencakup jaringan kantor bank syariah yang belum luas, kecilnya Market Share, sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bank syariah masih sedikit, dan manajerial. Sedangkan eksternal mencakup tentang pemahaman Masyarakat yang belum tepat terhadap kegiatan operasional bank syariah dan persaingan dengan bank-bank konvensional.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aulia, R. (2021). Analisis Pendapat Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah Indonesia Cabang Panam Pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan SyarifKasim Riau)
- A, Supriyanto. (2022). Peran Nilai-Nilai Islami Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis. *El-Hekam*, Vol 7 No (1)
- A, Supriyanto. (2021). Pertumbuhan Bisnis Online Mahasiswa Melalui Sosial Media pada Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, Vol 3 No (2).
- Amalia, A., Siregar, S., & Sugianto, S. (2022). Transaksi Valuta Asing (Sharf) dalam Perspektif Islam dan Aplikasinya dalam Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 8 No (2).
- ArdianiA Ika, Sulistyawati, (2022): "DETEKSI MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH: SUATU KAJIAN EMPIRIS." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8.3, 3741- 3752.
- Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 267, Al-Quran Terjemah Bahasa Indonesia. Kudus
- Esgandari, K., Bonab, R. S., Sarmast, B., Azar, S. F., & Khalili, M. (2012). Investigation on relation between personnel organizational commitment and banking services quality. *African Journal of Business Management*, Vol 6 No (26)
- Etta Mamang Sangajdi dan Sopiiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), Herawati, N., & Sulistyowati, M. (2019). Strategi Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Dengan Optimalisasi Kualitas Pelayanan, Penangan



- Komplain Dan Fasilitas Teknologi Di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo. *Journal Of Management, Business And Education*, Vol 6 No (2)
- Hayati Mislah, Kotak Pos 35 Bogor 16770. 2 Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi, 2015, XXXV
- Herawati, N., & Sulistyowati, M. (2019). Strategi Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Dengan Optimalisasi Kualitas Pelayanan, Penangan Komplain Dan Fasilitas Teknologi Di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo. *Journal Of Management, Business And Education*, Vol 6 No (2),
- Hamdi, A. S., & Bahruddin, E. (2004). Metode penelitian kuantitatif aplikasi dalam pendidikan. Deepublish.
- Hendri Tanjung dan Didin Hafidudin, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003) h. 56
- Koeswara, S., & Muslimah, M. (2013). Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Frontliner dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. Bca, Tbk Cabang Permata Buana dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple. *Penelitian dan Aplikasi Sistem dan Teknik Industri*, 8(1),
- Lucky Rachmawati, Deasy Ayu Rahma Putri. "Analisis Tingkat Pertumbuhan Bank Syariah di Indonesia." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5.1 (2022): 1-12 182923.
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 8 No (3), 2501-2510.
- Majid, 2009. *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nasution, M. H., & Sutisna, S. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, Vol 1 No (1).
- Purnomo dan Usman, *Metode Penelitian Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006)
- Purwanto, *Evaluasi Hasil Belajar*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 154
- Ruslan, R. (2017). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sarjono, *Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*, (Jakarta: Selemba Empat, 2013), hlm. 6-7
- Saraswati, H., Sudrajat, B., Hidayat, W., Herin, T. M., Rahma, D., & Ari, A. (2023). Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI). *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, Vol 1 No (3).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* (Bandung: CV Alfabet, 2010)
- Silvestro, R. & Brandon-Jones, A. (2010). Measuring internal service quality: comparing
- Susanti, C. E. (2017). Analisis persepsi konsumen terhadap kualitas produk keramik merek milan di Surabaya. *Jurnal Widya manajemen & Akuntansi*, Vol 3(2).

- Susanti, C. E. (2017). Analisis persepsi konsumen terhadap kualitas produk keramik merek milan di Surabaya. *Jurnal Widya manajemen & Akuntansi*, Vol 3 No (2).
- Supriyanto, A., Permatasari, R. D., Prihastuti, A. H., Saputra, T., & Bora, M. A. (2023). Kesuksesan Muslimah Pelaku UMKM: Peran Dimensi EntrepreneurialOrientation. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol 10 No (2)
- Tyas, D. A., & Supriyanto, A. (2022). Keputusan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah: Ditinjau Dari Halal Lifestyle, Muslim Friendly Facilities, Dan Knowledge. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(2),
- Wiryaningtyas, D. P. (2019). Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember. *Growth*, 14(2), 49-57. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth*. Volume 14 Nomor 2.