

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos* yang berarti jenderal, yang bermakna mengenai bentuk perhatian utama sebuah manajemen pada puncak organisasi. Pengertian strategi secara khusus adalah menempatkan sebuah misi dalam sebuah perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat. Menurut Buzel dan Gale, strategi merupakan suatu kebijakan dan keputusan yang merupakan kunci yang digunakan untuk manajemen, yang memiliki resiko besar pada kinerjanya. Ketentuan ini biasanya banyak melibatkan sumber daya yang penting dan tidak bisa digantikan oleh siapapun.¹

Menurut Giffin, strategi adalah suatu perencanaan secara menyeluruh untuk tujuan sebuah organisasi. Sebuah perusahaan, sangat memerlukan strategi yang tidak hanya untuk memperoleh proses sosial dan manajerial tetapi individu dan kelompok memperoleh sesuatu yang mereka butuhkan dengan cara menciptakan serta melakukan barter (pertukaran) produk dan nilai dengan pihak lain. Strategi adalah sebuah ujung tombak dalam mencapai tujuan sebuah perusahaan, Sebuah perusahaan dikatakan berhasil apabila kepemimpinannya dapat berjalan dengan baik. Strategi perusahaan juga sangat tergantung pada tujuan perusahaan, dan situasi kondisi lingkungan yang ada. Strategi adalah usaha dalam rangka mencapai sasaran pada pengembangan rencana marketing yang telah terstruktur dengan baik.

B. *Frontliner*

1. Pengertian *Frontliner*

20

Pada dasarnya organisasi bank dibagi menjadi *Back Office* dan *Front Office*. *Back Office* adalah bagian organisasi tidak berhubungan langsung dengan nasabah bank. *Front Office* adalah salah satu bagian dimana secara langsung melayani dan berhubungan langsung dengan

¹ Agustinus Sri Wahyudi, "Manajemen Strategi" (Jakarta: Binarupa Aksara, 2015), 19.

nasabah. Setiap karyawan diberikan pelimpahan wewenang atau tanggung jawab terhadap pekerjaannya.²

Pada poin *divisi frontliner* dibagi menjadi 3 bagian bagian, yaitu *Teller*, *Customer Service* dan *Account Officer*.

a) *Teller*

Teller bertugas sebagai karyawan yang memiliki tanggung jawab untuk mengelola sejumlah uang tunai dengan memberikan pelayanan secara langsung dalam menerima dan membayar uang tunai.³

Teller berperan sebagai kuasa kas terbatas. *Teller* bertindak secara langsung dalam melakukan suatu transaksi, dari suatu rangkaian kerja pelayanan kepada nasabah di bank yang sebagian besar dari proses kerjanya disesuaikan sendiri oleh *teller* tersebut, dan proses kerja *teller* untuk menerima setoran dan pembayaran uang tunai.⁴

Jadi, *Teller* merupakan salah seorang karyawan bank yang khusus menerima setoran tunai maupun non tunai dan menjalankan segala kegiatan transaksi pembayaran atas penarikan tunai dan bertanggung jawab secara langsung dengan *head teller*. Tujuan dari implementasi transaksi tersebut berlangsung secara tepat dan aman.

b) *Customer Service*

Customer Service juga sangat dibutuhkan dalam perbankan syariah. Tugas *Customer Service* sangat penting di berbagai perusahaan. Dalam perbankan, seorang *Customer Service* memiliki tugas utama yaitu memberikan pelayanan serta dapat bersosialisasi dengan nasabah.

Customer Service ketika melakukan pelayanan terhadap nasabah secara *persuasive* guna untuk menarik perhatian dengan jalan menyakinkan para calon nasabah untuk menjadi nasabah. Selain itu, *Customer Service* juga harus bisa menjalin hubungan baik dengan nasabah yang telah lama bergabung untuk tetap menjadi nasabah bank. Oleh sebab itu, tugas *Customer Service* adalah sebagai ujung tombak aktivitas kinerja dalam dunia perbankan.⁵

² Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 7.

³ Andriyani, *Modul Sistem dan Prosedur Cash and Teller*, (Jakarta: Bank Mini Universitas Gunadarma, 2017), 4.

⁴ Faisal Afif, *Strategi dan Operasional Bank*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 30.

⁵ Trisadini P. Usanti, Abd. Shomad, *Hukum Perbankan* (Depok: Kencana, 2017), 1999

c) *Account Officer*

Sistem perbankan, *account officer* sangat memiliki hubungan erat dengan seluruh karyawan bank, dikarenakan sistem *account officer* memiliki kelebihan pada tugasnya yang besar sebagai penghubung antara bank dan *customernya*. Tugas *Account Officer* juga melayani semua kebutuhan nasabah yang berkaitan dengan bank secara utuh. Pelayanan menjadi lebih berkembang dan *account officer* yang sudah profesional dapat melayani sesuatu yang dibutuhkan oleh nasabah.

Penjelasan di atas, bisa disimpulkan bahwa *account officer* merupakan suatu anggota manajemen yang diberi tugas menjadi pimpinan perusahaan dalam mengelola segala bentuk macam peran, salah satunya yang menyangkut bidang marketing dan pembiayaan.⁶

Account Officer merupakan *point of contact* antara bank dengan pihak *customer* yang harus mencontohkan hubungan dengan nasabah yang wajib mengawasi seluruh kegiatan secara berkelanjutan.⁷

2. Tugas dan Fungsi *Frontliner*

a) Tugas dan Fungsi *Teller*

Teller berperan sebagai pelayan berbagai transaksi yang dilakukan oleh nasabah. Bentuk pelayanan yang harus dilakukan *teller* diantaranya, mengumpulkan berbagai macam setoran dan penarikan tabungan, melayani berbagai macam setoran, melayani penarikan pembiayaan dan lain-lain. Dalam hubungan internal *teller* harus selalu memberikan kas kecil bagi transaksi yang dilakukan oleh staf bagian umum karena posisi *teller* adalah kas besar.⁸

⁶ Jopie Jusuf, *Panduan Dasar Untuk Account Officer*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2014), 8.

⁷ *Ibid.*, 9.

⁸ Modul, *Konsep dan Mekanisme Bank Syariah*, (Jakarta: Laboratorium Bank Mini, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Hidayatullah, 2012), 57.

Tugas dan Tanggung jawab *teller* adalah sebagai berikut:⁹

1. Menerima setoran dari nasabah dalam bentuk tunai
2. Melakukan *payment* yang sesuai dengan batas kewenangan membayar, setelah memenuhi persyaratan bayar:
 - a) Pengecekan tanda terang nasabah
 - b) Terisinya saldo yang memadai
 - c) Pemeriksaan dengan bantuan sinar ultra violet
3. Menerima setoran dengan warkat bank yang satu (misal bank A) dan warkat bank lain
4. Mempertanggung jawabkan uang tunai yang diserahkan pada awal operasi kantor, menyetorkan uang yang melebihi batas simpan maksimal pada waktu siang hari sebelum istirahat siang serta langsung memberikannya kelebihan batas simpan maksimal pada waktu malam hari pada hari akhir kerja kepada *head teller*.
5. Menggunakan peralatan utama *teller* yang berada di bawah tanggung jawabnya.

b) Tugas dan Fungsi *Customer Service*

Customer Service memiliki fungsi sebagai sumber informasi dalam pemenuhan kebutuhan antar nasabah dengan bank.

Tugas dari *Customer Service* adalah:

1. Mempelajari pengetahuan tentang suatu barang dari bank yang bersangkutan.
2. Melakukan pelayanan dengan memberikan sebuah data dengan detail kepada *customer* tentang barang yang sudah ada.
3. Mengarahkan *customer* saat melakukan pengisian formulir aplikasi.¹⁰

c) Tugas serta Fungsi *Account Officer*

Account Officer mempunyai peran ganda. *Account Officer* adalah bagian pekerja di bank yang bekerja di bawah peraturan bank dan memberikan kondisi yang baik bagi nasabahnya, yang mencakup dari biaya yang harus dikeluarkan oleh nasabah.

Pada dasarnya, tugas seorang *Account Officer* diantaranya adalah sebagai berikut:¹¹

⁹ Modul, *Sistem dan Prosedur Cash and Teller*, (Jakarta: Bank Mini Universitas Gunadarma, 2015), 4.

¹⁰ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada 2012), 29.

¹¹ *Ibid.*, 30

1) Mengelola *Account*

Account Officer bertugas dalam mengarahkan *customer* supaya memperoleh pelayanan yang optimal dan bertransaksi.

2) Mengelola Barang

Account Officer dituntut untuk mampu mengurus dalam hal penggunaan barang yang sesuai dengan kebutuhan.

3) Mengelola Kredit

Account Officer bertugas melakukan *monitoring* dari pinjaman yang diberikan kepada nasabah dan harus berkomitmen atas pinjamannya.

4) Mengelola Penjualan

Account Officer sebagai ujung tombak bank dalam hal pemasaran barangnya, maka *Account Officer* wajib memiliki *salesmanship* yang tepat untuk dapat memasarkan sebuah produk yang ditawarkan.

5) Mengelola *Profitability*

Account Officer bertugas dalam menghitung laba yang diperoleh bank. Seorang *Account Officer* harus yakin bahwa segala hal yang dilakukannya berada dalam suatu kondisi yang memberikan laba kepada bank.

C. Muamalat DIN (Digital Islamic Network)

1. Pengertian Muamalat DIN

Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) merupakan aplikasi *mobile banking* Bank Muamalat yang bisa dijangkau secara bebas oleh seluruh penggunannya baik nasabah maupun non nasabah. Digital merupakan pemahaman atas perkembangan zaman terhadap teknologi dan sains mengenai suatu hal yang sefiatnya tradisional menjadi modern. Digital merupakan suatu cara kompleks namun fleksibel yang membuatnya menjadi suatu kebutuhan terhadap kebutuhan manusia.

Islamic atau Islam secara istilah (terminologi), Islam memiliki arti sebuah nama bagi agama dimana ajarannya diwahyukan Tuhan kepada manusia melalui seorang

Rasul dimana ajaran-ajaran yang diwahyukan Allah SWT kepada manusia melalui Nabi Muhammad SAW sebagai Rasul.¹²

Network merupakan kata lain dari jaringan di dalam bahasa Indonesia. Menurut KBBI jaringan merupakan susunan komponen komunikasi yang terhubung secara fungsional sehingga jelas awal dan akhirnya, dan faktor yang memiliki pengaruh terhadap proses berlangsungnya komunikasi oleh berbagai kegiatan komunikasi yang saling berhubungan.

Pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *Digital Islamic Network* merupakan sebuah perkembangan teknologi yang fleksibel yang didasarkan pada ajaran Islam dan tersusun terhubung secara jelas serta fungsional.

Dikutip dari website Bank Muamalat pengertian *Muamalat DIN* sendiri merupakan suatu aplikasi layanan mobile banking yang dapat digunakan oleh nasabah ataupun non nasabah yang bisa diakses kapan saja dan dimana saja. *Mobile banking* sendiri adalah layanan perbankan yang memiliki daya Tarik lebih dinasabahnya karena layanan perbankan ini dapat memudahkan nasabah dalam melakukan aktivitasnya berupa transaksi keuangan serta mendapatkan informasi tentang rekeningnya hanya dengan menggunakan smartphone.

Melalui adanya aplikasi *m-banking*, transaksi keuangan dapat dilakukan secara manual tanpa harus berkunjung ke Bank yang tersedia. Penggunaan *m-banking* tidak hanya bertujuan sebagai bentuk penghematan waktu tetapi juga sebagai bentuk mengikuti perkembangan zaman. Penggunaan *m-banking* membuat suatu aktivitas menjadi efektif dimana nasabah bisa melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun dengan jaringan internet secara mudah dan praktis.¹³

2. Faktor Penggunaan *Mobile Banking*

Menurut Davis model teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam penggunaan teknologi

¹² Muhammad Alim, *Pendidikan Agama Islam. Upaya Pembentukan Pemikiran Dan Kepribadian Muslim* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), 92.

¹³ Julius R. Latumerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan* (Jakarta: Salemba Empat, 2015), 54.

informasi dan menggambarkan lebih jelasnya tentang faktor penggunaan teknologi informasi yang dipengaruhi oleh kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*easy of use*).¹⁴

Menurut Sun dan Zhang penggunaan sebuah teknologi informasi keuangan dapat diukur dengan menggunakan indikator-indikator sebagai berikut:¹⁵

- 1) *Easy to learn* artinya sebuah aplikasi harus mudah untuk dipelajari dan dipahami oleh setiap nasabah.
- 2) *Easy to use* artinya sebuah aplikasi harus mudah digunakan oleh nasabah.
- 3) *Timeliness* artinya sebuah layanan harus mampu lebih efektif dan efisien untuk digunakan oleh nasabah dimana dapat membuat aktivitas nasabah menjadi lebih cepat dan mudah sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama.
- 4) *Clear and understandable* artinya sebuah aplikasi dimana harus jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah.

Sikap nasabah pada pemakaian mobile banking ini juga dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Berikut faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih menggunakan *mobile banking*.¹⁶

- 1) Keamanan sistem *m-banking*

Pengguna layanan jasa *mobile banking* tentunya lebih memprioritaskan perihal keamanan dalam melakukan sebuah transaksi, dimana nasabah menuntut untuk diberikan jaminan keamanan transaksi keuangan oleh Bank sebagai penyedia jasa layanan *mobile banking*.

- 2) Kemudahan dalam mengakses *website*

Akses yang mudah dijangkau pada sistem layanan secara online dengan *mobile banking* adalah salah satu penentu nasabah agar bersedia menggunakan layanan jasa tersebut. Semakin mudahnya nasabah mengakses *website* perusahaan

¹⁴ Putu Ayu Mira Witriyanti Wida, Ni Nyoman Kerti Yasa, dan I Putu Gede Sukaatmadja. "Aplikasi Model TAM (*Technology Acceptance Model*) pada Perilaku Pengguna Instagram" *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol 6, No 2 September 2016).

¹⁵ Hans Setiawan Theriady dan Dahlia Br Ginting, "Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan E-Banking (Studi Kasus: PT Bank BPRKS Bandung)" *Jurnal Media Informatika*, (Vol 14, No 2 2015).

¹⁶ Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, 105.

penyedia layanan jasa, hal tersebut tentu akan meningkatkan sikap nyaman nasabah terhadap suatu perusahaan perbankan.

3) Privasi Pengguna

Salah satu faktor penentu nasabah dalam penggunaan layanan jasa *mobile banking* adalah privasi. Sistem layanan keuangan yang dilakukan secara mobile membuat nasabah menuntut privasi yang tinggi dengan alasan nasabah tidak ingin data dirinya disebarluaskan dengan sengaja oleh perusahaan perbankan.

4) Keandalan layanan 24 jam

Transaksi keuangan secara 24 jam tanpa batas waktu adalah salah satu keunggulan dari kepemilikan *mobile banking*. Tentu hal tersebut akan lebih diminati oleh nasabah.

5) Kredibilitas Perusahaan Jasa Layanan

Kredibilitas perusahaan juga menjadi faktor penentu nasabah dalam menggunakan layanan jasa perbankan dimana nasabah akan lebih memilih untuk menggunakan jasa perbankan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi.

6) Kecepatan Koneksi Jaringan

Kecepatan koneksi jaringan dengan sistem *mobile banking* juga merupakan tuntutan dari nasabah meskipun hal tersebut bukan kesalahan perbankan melainkan pada *provider* yang digunakan oleh nasabah, dimana *provider* bergantung pada signal yang ada di tempat tersebut.

Muamalat DIN juga memiliki bermacam-macam fitur seperti:¹⁷

- a) Fitur *Finansial*, dimana fitur ini bisa melakukan transaksi tanpa harus mengunjungi bank secara langsung..
- b) Fitur *Non Finansial*, dimana fitur ini lengkap dengan layanan informasi untuk memudahkan dalam penggunaan berbagai produk perbankan Muamalat.

¹⁷ Ibid.,106.

- c) Fitur Menarik Lainnya, *New Look* (tampilan lebih fresh), *biometric login* (login dengan sidik jari, lebih mudah dan lebih aman), *single portofolio view* (memudahkan nasabah untuk melihat ringkasan seluruh portofolio di Bank Muamalat), *smart transfer* (pilihan menyimpan nomor rekening yang sering menjadi tujuan transfer, lebih praktis).

Selain menyuguhkan bermacam-macam fitur menarik, Muamalat DIN juga memiliki keamanan yang lebih mumpuni guna menjaga keamanan data dari masing-masing nasabah. Aplikasi Muamalat DIN bisa didownload melalui Aplikasi Store untuk pengguna iphone minimum versi iOS 7 dan Google Play Store untuk pengguna Android dengan minimum versi 4.0 (Jellybean).

Ada 4 hal saat melakukan sebuah registrasi pada Aplikasi Muamalat DIN bagi nasabah yaitu:

- a) Menginput secara detail nomor rekening, PIN, ATM, nomor ponsel yang terdaftar di Bank dan kode captcha.
- b) Mengisikan verifikasi SMS OTP (*One Time Password*) yang otomatis akan terisi
- c) Membuat user ID dan Password
- d) Membuat TIN (*Transaction Identification Number*) yang akan digunakan untuk otentikasi transaksi.

3. Manfaat Muamalat DIN

1) Manfaat Aplikasi Muamalat DIN yang diperoleh nasabah

- a. Melakukan transaksi kapanpun

(Aplikasi Muamalat DIN dapat menghemat banyak waktu)

- b. Aplikasi Muamalat DIN dapat digunakan melalui *Handphone* dan sangat mudah dimengerti sehingga nasabah hanya perlu mengikuti arahan dari aplikasi dalam bertransaksi. Hal ini juga dapat menghemat pencatatan dari transaksi yang dilakukan.

- c. *Customer* pengguna aplikasi Muamalat Din akan menerima pemberitahuan saat terjadi sebuah transaksi dalam bentuk apapun.

- d. Nasabah secara langsung dapat mengirim dana secara langsung pada rekening bank yang sama maupun berbeda.¹⁸
- 2) Manfaat Muamalat DIN yang diperoleh pihak Bank
 - a. Aplikasi Muamalat DIN digunakan melalui ponsel dan sangat menguntungkan bagi bank dikarenakan salah satu fasilitas tambahan yang memudahkan konsumen untuk melakukan sebuah transaksi.
 - b. Bank dapat menjangkau nasabah mereka dengan aplikasi Muamalat DIN.
 - c. Bank bisa melakukan penjualan barang mereka dan layanan lain seperti kartu kredit, pinjaman, dan lainnya pada kelompok nasabah tertentu.
 - d. Berbagai layanan pada bank dapat diakses menggunakan Handphone pribadi nasabah.

D. Kualitas Layanan

1. Pengertian Layanan

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia pengertian layanan berarti suatu kegiatan usaha untuk melayani kebutuhan orang lain.¹⁹ Pelayanan merupakan suatu tindakan yang diusulkan dari satu orang ke orang lain, yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Dalam perbankan, berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tidak langsung merupakan rangkaian dari layanan yang ditawarkan kepada perbankan.²⁰ Arti lain dari layanan yaitu kegiatan yang diberikan dalam sifat tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu serta produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan produk fisik.²¹

Frontliner yaitu pelayanan yang keberadaannya berada di bagian depan suatu bank. Oleh sebab itu setiap layanan yang diberikan menimbulkan persepsi pada perusahaan.²² Bank dapat berperan sebagai wakil dan pemberi jaminan atau pemenuhan kewajiban importir dan eksportir dalam kegiatan pembayaran. Hal tersebut karena bank bertugas sebagai penghimpunan dan penyalur dana kepada masyarakat.²³

¹⁸ Wiji Narasuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 130

¹⁹ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 206.

²⁰ Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank* (Bandung: Linda Karya, 2006), 66.

²¹ Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, 152.

²² Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 66.

²³ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, 59.

Kualitas layanan dimaknai sebagai cara yang dilakukan dalam pemenuhan kebutuhan nasabah yang menjadikan nasabah merasa senang akan kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas Layanan juga dapat diartikan sebagai keistimewaan dan keunggulan suatu produk ataupun layanan secara keseluruhan dari suatu penilaian nasabah.²⁴

Kualitas layanan menjadi salah satu penentu terutamanya pada perusahaan di bidang jasa terhadap suatu keberhasilan penjualan perusahaan. Kualitas layanan juga identik dengan suatu kualitas usaha itu sendiri. Semakin memuaskan suatu tingkat layanan, maka akan semakin berkualitas usaha tersebut, dan begitupun sebaliknya. Salah satu strategi yang akan menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor jasa adalah berusaha menawarkan jasa dengan kualitas tinggi.²⁵ Kualitas layanan merupakan keseluruhan ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.²⁶

Kualitas layanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan suatu persepsi nasabah terhadap pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan. Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan terjadinya kepuasan nasabah. Kualitas memberikan dorongan kepada nasabah pengguna layanan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Sehingga untuk jangka panjangnya ikatan ini memungkinkan perusahaan dalam memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan dari konsumennya.

2. Kualitas Layanan dalam Pandangan Islam

a. Al-Qur'an

Islam sendiri mengajarkan untuk memberikan yang terbaik berupa barang ataupun jasa dengan memberikan yang berkualitas. Hal ini seperti yang dijelaskan pada firman Allah SWT dalam QS Al-Baqarah ayat 267.

²⁴ Putri Dwi Cahyani, "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta" *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. (Vol 6, No 2 Oktober 2015), 5.

²⁵ Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik Edisi Pertama* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 142.

²⁶ Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa, *Teori dan Kamus Manajemen Jasa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 103.

نَمِّ لَكُمْ أَخْرَجْنَا وَمِمَّا كَسَبْتُمْ أَمْ طَيِّبَاتٍ مِّنْ أَنْفِقُوا ءَامِنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
فِيهِ تُغْمِضُوا أَنْ إِلَّا بِأَخْذِيهِ وَلَسْتُمْ تُنْفِقُونَ مِنْهُ الْخَبِيثَ تَيَمَّمُوا وَلَا تَطَّأ الْأَرْضِ
حَمِيدٌ غَنِيٌّ اللَّهُ أَنْ وَأَعْلَمُوا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) Sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan Sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.” (Q.S Al-Baqarah: 267)²⁷

Dalam tafsir Al-Azhar orang-orang yang beriman hendaklah halus perasaanya dan mengerti perasaan orang lain. Sesuai dengan firman Allah, “Wahai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) Sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan Sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu.”²⁸

Hal yang pertama ditekankan dalam ayat ini adalah orang-orang yang beriman, dimana ia selalu berusaha dan tidak suka mengganggu atau membuang-buang waktu. Kemudian dijelaskan lagi mengenai hasil yang baik-baik. Untuk menimbang apa yang baik-baik itu dan apa pemberian yang buruk yang tercel aitu disuruh mengukur sendiri dengan cara ketika kamu sendiri yang menerima pemberian dari orang lain.

“Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya,” Artinya ketika kita memberikan barang kepada orang lain, taksirlah dan ukurlah kepada diri sendiri bagaimana perasaan kita jika diberikan barang yang seperti itu? Adakah kamu senang menerima atau malah kamu menerima dengan lantaran terpaksa saja. Yang dimaksud dalam ayat ini bukan saja tentang zakat, melainkan juga segala macam sedekah *tathawwu'* yang lain-lain, hibah (pemberian), hadiah, derma dan seumpamanya. Sehingga kalau hendak memberikan yang baik, yang senang memakainnya dan senang memberikannya.²⁹

Berdasarkan tafsiran tersebut menjelaskan bahwa dalam memberikan suatu layanan tidak boleh pilih-pilih dan harus memberikan yang baik-baik, yang senang

²⁷ Al-Qur'an dan Terjemahannya Juz 1-30 Edisi Baru (Surabaya: Pustaka Agung Harapan, 2006), 56.

²⁸ Hamka, Tafsir Al-Azhar: *Jilid I Diperkaya dengan Pendekatan Sejarah, Sosiologi, Tasawuf, Ilmu Kalam, Sastra, dan Psikologi* (Jakarta: Gema Insani, 2017), 537.

²⁹ *Ibid.*, 537

memakainya dan senang memberikannya. Hal tersebut baik berupa barang ataupun jasa dengan memberikan sesuatu yang berkualitas.

b. Hadist

Suatu peningkatan layanan yang ada dibuat dengan tujuan untuk membantu nasabah dalam memperoleh seluruh informasi yang dibutuhkan. Dalam sebuah hadist yang diriwayatkan oleh al-Bukhari, Rasulullah SAW menjelaskan tentang anjuran untuk membantu dan menyelesaikan kesulitan yang sedang dihadapi oleh orang lain, serta memudahkan kesulitan mereka. Hadis tersebut berbunyi:

عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ رَسُولَ أَنْ : عَنْهُمَا اللَّهُ رَضِيَ عُمَرُ بْنُ اللَّهِ عَبْدٍ عَنْ
فِي اللَّهِ كَانَ أَخِيهِ حَاجَةً فِي كَانَ وَمَنْ ، يُسَلِّمُهُ وَلَا يَظْلِمُهُ لَا الْمُسْلِمِ أَخُو الْمُسْلِمِ
، الْقِيَامَةِ يَوْمَ كُرْبَاتٍ مِنْ كُرْبَةٍ عَنْهُ اللَّهُ فَرَجَّ كُرْبَةً مُسْلِمٍ عَنْ فَرَجٍ وَمَنْ ، حَاجَتِهِ
الْقِيَامَةِ يَوْمَ اللَّهُ سَتَرَهُ مُسْلِمًا سَتَرَ وَمَنْ

Dari Ibnu Syihab bahwa Salim mengabarkan kepadanya, sesungguhnya Abdullah bin Umar RA. Mengabarkan kepada Rasulullah SAW bersabda, “Seorang muslim adalah saudara muslim yang lain, tidak boleh menzaliminya dan tidak menyerahkannya. Barangsiapa mengusahakan kebutuhan saudaranya, maka Allah akan memenuhi kebutuhannya. Barangsiapa melapangkan satu kesusahan seorang muslim, maka Allah akan melapangkan satu kesusahan diantara kesusahan-kesusahan pada hari kiamat. Barangsiapa yang menutup (aib) seorang muslim, maka Allah akan menutupi (aib)nya pada hari Kiamat.”

Keterangan hadis pada bab “seorang muslim tidak mendzalimi muslim yang lain dan tidak menyerahkannya”. Dikatakan: *aslama fulan fulaan*, artinya dia menjerumuskannya dalam kebinasaan dan tidak melindunginya dari musuh. Kalimat ini bersikap umum, mencakup semua sikap tidak peduli dengan keadaan orang lain.

“Barangsiapa menutupi seorang muslim” maksud kalimat itu adalah apabila melihatnya berada dalam perbuatan buruk, tetapi dia tidak membeberkannya kepada manusia. Hal tersebut sama dengan perintah menutupi kesalahan diri sendiri. Kata menutupi dalam kalimat ini berlaku pada kemaksiatan yang telah berlalu, sedangkan pengingkaran berlaku pada kemaksiatan yang sedang berlangsung dan senantiasa dikerjakan. Hadis ini menganjurkan sikap saling menolong, memperbaiki pergaulan dan persahabatan. Selain itu, balasan yang diberikan sesuai dengan ketaatan yang dilakukan.

Hadis tersebut menyatakan bahwa Allah akan selalu menolong hambanya yang menolong saudaranya beserta dengan ganjaran yang diterimanya dari Allah SWT. Dari

penjelasan hadis di atas, terdapat beberapa poin penting yang dapat direfleksikan kepada nasabah terkait pelayanan yang terdapat di Bank, yaitu:

- 1) Menyelesaikan berbagai kesulitan yang dihadapi oleh nasabah
- 2) Memudahkan setiap kesulitan yang dialami oleh nasabah
- 3) Menutup aib (kekurangan/ketidaktahuan) yang dimiliki oleh nasabah.

4. Bentuk- Bentuk Pelayanan

Bentuk pelayanan yang bisa ditawarkan kepada nasabah terdiri atas berbagai macam cara. Hal tersebut seperti pelayanan melalui lisan, tulisan dan perbuatan.³⁰

a) Layanan dengan lisan

Layanan ini diberikan petugas pada bidang layanan informasi yang tugasnya memberikan pemahaman terkait suatu produk kepada nasabah yang memerlukan.

b) Layanan dengan tulisan

Layanan ini adalah bentuk layanan yang pelaksanaan tugasnya paling menonjol. Tidak hanya dalam segi jumlah tetapi juga dalam segi peranannya.

c) Layanan dengan perbuatan

Biasanya dikerjakan oleh sebagian besar kalangan menengah dan bawah. Karenanya factor keahlian dan ketrampilan petugas sangat menentukan hasil dari suatu pekerjaan.

Aktivitas layanan yang diberikan kepada nasabah, dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu:

a) *Core Service*, adalah layanan yang ditawarkan kepada konsumen yang merupakan produk utamanya. Contohnya perbankan yang produk utamanya adalah memberikan pelayanan jasa berupa transaksi keuangan.

b) *Facilitating service*, adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada konsumen. Contohnya seperti adanya layanan keamanan bertransaksi, penyampaian keluhan dan lain sebagainya.

³⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 257.

- c) *Supporting service*, merupakan layanan tambahan untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan dari pihak pesaingnya. Contohnya dengan adanya aplikasi *mobile banking* dan lain-lain.

5. Indikator Kualitas Layanan

Suatu proses layanan akan dikatakan berkualitas apabila dalam proses pelayanannya menggunakan lima indikator kualitas pelayanan dalam mengevaluasi pelayanan kepada nasabahnya, yaitu sebagai berikut:³¹

- a) Memberikan Jaminan (*Assurance*) yaitu dimana perusahaan mampu menumbuhkan rasa percaya kepada nasabah. Dari segi komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan rasa sopan santun.
- b) Meningkatkan Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu sebuah perusahaan mampu menawarkan pelayanan yang cepat, tepat dan jelas kepada nasabahnya.
- c) Meningkatkan Bukti Langsung Kepada Nasabah (*Tangibles*) yaitu merupakan kondisi dimana perusahaan mampu memperlihatkan eksistensinya pada pihak luar. Hal ini berupa suatu manifestasi sarana dan prasarana fisik perusahaan.
- d) Meningkatkan Keandalan (*Reability*) yaitu perusahaan mampu memberikan layanan sesuai dengan janji secara akurat dan dapat dipercaya.
- e) Meningkatkan Rasa Empati (*Emphaty*) kepada nasabah pengguna M-DIN, yaitu karyawan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada nasabah dengan memahami kebutuhan nasabah.

³¹ N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), 18.