

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Peran

Pengertian peran menurut Soerjono Soekanto merupakan aspek dinamis kedudukan, apabila organisasi ataupun individu mampu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai maka ia telah menjalankan suatu peranan.¹ Riyadi juga menambahkan bahwa peran dapat diartikan sebagai orientasi dan konsep dari bagian yang dimainkan oleh suatu pihak dalam oposisi sosial. Dengan peran tersebut suatu organisasi ataupun individu akan berjalan sesuai harapan atau tuntutan yang diberikan.²

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa peran merupakan suatu kedudukan yang membatasi seseorang ataupun organisasi untuk melakukan hak dan kewajiban yang telah disepakati bersama agar dapat terlaksana sebaik-baiknya sesuai harapan.

B. Pelayanan Jasa

Pelayanan memiliki arti kata perihal atau cara melayani. Sedangkan menurut istilah memiliki arti sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari suatu pihak ke pihak lainnya.³ Menurut Sutopo dan Sugiyanti pelayanan memiliki artian sebagai membantu menyiapkan ataupun mengurus apa yang diperlukan

¹ Soerjono Soekanto, *Teori Peranan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), 243.

² Riyadi, *Perencanaan Pembangunan Daerah Strategi Mengendalikan Potensi Dalam Mewujudkan Otonomi Daerah* (Jakarta: Gramedia, 2002), 138.

³ Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Public* (Yogyakarta: Gava Media, 2011), 11.

seseorang.⁴ Pelayanan merupakan sesuatu hal yang penting dalam berbagai kegiatan usaha bersifat jasa karena keberadaanya sangat menentukan keberhasilan dan manakala terdapat persaingan dalam usaha merebut nasabah. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, maka pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam menarik nasabah. Khususnya bagi lembaga keuangan seperti bank yang memiliki tugas dalam memberikan jasa keuangan.⁵ Pelayanan merupakan promosi secara tidak langsung yang diberikan bank dengan memberikan jasa berkualitas tinggi daripada pesaingnya.

Definisi jasa menurut Payne ialah aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen nilai dan manfaat tidak berwujud atau *intangible* yang berkaitan dengannya. Melibatkan sejumlah interaksi dengan nasabah atau dengan barang – barang milik dan tidak menghasilkan perubahan kepemilikan.⁶ Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan jasa merupakan aktivitas membantu menyiapkan ataupun mengurus apa yang diperlukan seseorang yang mempunyai sejumlah elemen nilai dan manfaat tidak berwujud atau *intangible* serta melibatkan sejumlah interaksi dengan nasabah dan tidak menghasilkan perubahan kepemilikan. Oleh karena itu peranan layanan jasa memang sangat penting ditengah persaingan yang ketat antara pelaku bisnis.⁷

⁴ Sutopo dan Sugiyanti, *Pelayanan Prima* (Jakarta: Lembaga Administrasi RI, 2005), 25.

⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005), 185.

⁶ Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 2.

⁷ Ali Hasyim, *Manajemen Bank* (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), 141.

1. Karakteristik Pelayanan Jasa

Pelayanan jasa sebagai suatu produk mempunyai sifat khas yang menyebabkan berbeda dengan produk yang lain. Menurut artinya pelayanan memiliki lima sifat dasar yaitu:⁸

a. Tidak berwujud

Pelayanan jasa tidak dapat dilihat, dicicipi, didengar, atau dibau sebelum dibeli.

b. Tidak dapat dipisah-pisahkan

Pelayanan Jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya

c. Berubah – ubah atau beragam

Pelayanan jasa bergantung pada siapa yang menyediakannya, waktu, tempat, dan bagaimana cara mereka disediakan

d. Tidak tahan lama

Pelayanan Jasa tidak dapat disimpan untuk penjualan atau pemakaian yang akan datang

e. Tidak ada kepemilikan

Pelayanan jasa tidak memiliki kepemilikan atas suatu barang

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah serta memenuhi keinginan dari nasabah akan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan. Pelayanan yang baik dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam

⁸ Nawawi dkk., *Instrumen Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006), 1.

memberikan pelayanan yang mampu menciptakan kepuasan nasabah dengan standar yang telah ditetapkan.

2. *Pelayanan Jasa dalam Islam*

Dalam pelayanan Islam telah dijelaskan bahwa Allah menyukai hambanya apabila melakukan suatu pekerjaan hendaknya dilaksanakan dengan baik (*itqan*). Sehingga dapat dipahami bahwa setiap produk dan layanan jasa yang diberikan harus diterima dengan kualitas terbaik atau *itqan* sebagaimana hadis Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Thabrani berikut

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يُحِبُّ إِذْ عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ (رواه الطبرني والبيهقي)

Artinya : Dari Aisyah r.a., rasulullah bersabda: “*Sesungguhnya Allah sangat menyukai orang yang melaksanakan suatu pekerjaan, maka pekerjaan tersebut dilakukannya dengan itqan*” (HR. Thabrani).

Selain itu dalam memberikan pelayanan jasa harus senantiasa dalam kualitas terbaik kepada sesama umat manusia karena merupakan pekerjaan yang sangat mulia serta menjadi pintu kebaikan bagi yang melakukan dengan tujuan saling membantu. Sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Maidah: 2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَجْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا أَسْهُرَ الْحَرَامِ وَلَا أَلْهَدَى وَلَا أَلْقَلَيْدَ وَلَا أَمِينَ
الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا
نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا. وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ. وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى
الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ. وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “... Dan tolong menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksanya.”⁹

Tujuan pelayanan jasa pada dasarnya mampu menghilangkan atau mengurangi hal-hal yang bersifat menyulitkan. Hal ini sesuai dengan Firman Allah dalam QS. Al-Baqarah: 185

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ ۚ فَمَن شَهِدَ
مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ ۖ وَمَن كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ ۗ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ
الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَانَكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “...Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuknya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.”

C. Cash Delivery and Pick Up Service

Secara Bahasa *Cash Delivery* berarti pengiriman uang tunai sedangkan *Pick Up* artinya menjemput. *Cash Delivery and Pick Up service* merupakan salah satu produk berupa layanan jasa dengan sistem petugas langsung mendatangi nasabah. Layanan ini berupa pengantaran ataupun penjemputan uang tunai dan warkat bilyet giro dari bank ke lokasi nasabah ataupun sebaliknya. Layanan *Cash Delivery and Pick Up service* merupakan solusi kebutuhan terhadap layanan *collection* terutama yang berasal dari *cash*.¹⁰

Keberadaan layanan *Cash Delivery and Pick Up service* membantu nasabah dalam tata kelola uang tunai, sehingga nasabah bisa memanfaatkan layanan ini untuk memasukkan uang tunai kedalam rekening di Bank Muamalat

⁹ Nurhadi, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis : *Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah*, No. 2. Vol. 2, 2018, 144-147.

¹⁰ Vudha Wisnala, *Relationship Manager Bank Muamalat KCP Nganjuk*, wawancara pada 24 Januari 2022.

Indonesia tanpa harus datang langsung ke bank ataupun sebaliknya. Selain itu layanan ini juga memberikan kemudahan serta rasa aman dalam menjalankan transaksi tunai.¹¹

D. Loyalitas

Loyalitas menurut Oliver merupakan suatu komitmen mendalam nasabah untuk melakukan pembelian secara berulang pada produk atau pelayanan dengan konsisten untuk masa yang akan datang tanpa terpengaruh lingkungan ataupun situasi serta upaya-upaya pemasaran yang dilakukan oleh pesaing.¹² Loyalitas nasabah dapat berupa komitmen untuk tetap bertahan menggunakan layanan secara konsisten dan dalam waktu yang lama, dimana niat tersebut timbul karena adanya layanan yang tidak diperoleh dari penyedia layanan lainnya dan sesuai dengan harapan nasabah.¹³

1. Keuntungan Loyalitas

Menurut Griffin dengan memiliki nasabah yang loyal maka perusahaan akan memperoleh keuntungan. Keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki nasabah loyal yaitu:

- a. Mengurangi biaya pemasaran
- b. Mengurangi biaya *turn over* konsumen karena penggantian konsumen lebih sedikit
- c. Mengurangi biaya transaksi
- d. Mengurangi biaya kegagalan

¹¹ Bank Muamalat Indonesia, "Laporan Tahunan", *Situs Resmi Bank Muamalat Indonesia*. <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/hubungan-investor/laporan-tahunan> (Diakses pada 13 Januari 2022).

¹² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 138.

¹³ Danardana, F. Muwarni, *Kualitas layanan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Penentu Loyalitas* (Malang: Bayumedia, 2004), 403.

- e. Meningkatkan *Cross Selling* untuk memperbesar pangsa pasar perusahaan
- f. Mendorong adanya *Word of Mouth* yang positif dari asumsi nasabah loyal.¹⁴

2. Karakteristik Loyalitas

Loyalitas juga berperan penting dalam kinerja keuangan serta keberlangsungan hidup perusahaan. Adapun karakteristik loyalitas menurut Palilati yaitu:¹⁵

- a. Transaksi secara berulang
- b. Rekomendasi
- c. Menambah jumlah transaksi
- d. Menceritakan hal positif
- e. Kesiediaan menerima ketentuan yang ditetapkan perusahaan

3. Faktor-Faktor Loyalitas Nasabah

Nasabah yang loyal merupakan asset bagi perusahaan. Tanpa adanya nasabah loyal maka pertumbuhan usaha perusahaan tidak akan bisa berjalan dengan baik.¹⁶ Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah sebagai berikut :

- a. Kepuasan Nasabah

Kepuasan merupakan tahapan utama ketika membentuk loyalitas, jika nasabah merasa puas tentunya akan berpengaruh pada keinginan

¹⁴ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, 131.

¹⁵ Alida Palilati, *Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Wilayah Etnik Bugis Kewirausahaan*, 2004, 70.

¹⁶ Aprihatiningrum Hidayati, dkk., *Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), 11.

nasabah untuk melakukan pembelian kembali atau setia pada suatu *brand* atau perusahaan

b. Kualitas Pelayanan

Semakin meningkatnya kualitas layanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap pembentukan loyalitas nasabah

c. Citra

Citra baik sebuah perusahaan akan menciptakan penilaian baik pula bagi produk yang ditawarkan sehingga dapat membuat nasabah percaya dan loyal terhadap perusahaan

d. Rintangan untuk berpindah

Besar kecilnya suatu rintangan menjadi penentu nasabah menjadi loyal. Jika rintangan untuk berpindah semakin besar maka akan membuat nasabah menjadi loyal.¹⁷

4. Loyalitas dalam Perspektif Islam

Loyalitas dikatakan sebagai kesetiaan seorang nasabah terhadap perusahaan yang digunakan. Loyalitas dalam Islam disebut dengan *al-wala'* yang artinya mencintai, mendekat, dan mengikuti. Setiap muslim diperintahkan untuk *berwala'* kepada Allah Rasul dan orang-orang beriman. Sebagaimana firman Allah pada QS. Al-Maidah ayat 55-56 berikut

إِنَّمَا وَلِيُّكُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَالَّذِينَ آمَنُوا الَّذِينَ يُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَهُمْ رَاكِعُونَ

Artinya : “*Sesungguhnya penolongmu hanyaah Allah, Rasul-Nya, dan orang-orang yang beriman, yang melaksanakan shalat dan menunaikan zakat, seraya tunduk kepada Allah.*”

¹⁷ Ahmad Mardalis, *Meraih Loyalitas Pelanggan* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 69.

وَمَنْ يَتَوَلَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَالَّذِينَ آمَنُوا فَإِنَّ حِزْبَ اللَّهِ هُمُ الْغَالِبُونَ

Artinya : *Dan barangsiapa menjadikan Allah, Rasul-Nya dan orang-orang yang beriman sebagai penolongnya, maka sungguh, pengikut agama Allah itulah yang menang.*

Adanya loyalitas nasabah tercipta karena adanya wujud rasa cinta terhadap Allah SWT. Tingkat religiusitas yang baik mendorong loyalitas terhadap nasabah. Bank syariah sebagai entitas yang berprinsip syariat islam sehingga loyalitas terhadap bank syariah merupakan bentuk implementasi loyalitas kepada Allah dan entitas.¹⁸

¹⁸ Prabowo Yudho Jayanto, *Introduction Sharia Economic* (Semarang: Cerdas Bersama, 2016), 18.