

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Etiket Pelayanan

##### 1. Pengertian Etiket Pelayanan

Etiket sering disebut dengan etika yang artinya tata cara berhubungan dengan manusia lainnya. Tata cara masing-masing masyarakat atau pelanggan tidaklah sama atau beragam. Hal ini karena beragamnya budaya kehidupan masyarakat yang berasal dari berbagai wilayah suku dan agama. Dalam prakteknya biasanya etiket lebih ditekankan pada suatu acara tertentu yang lebih bersifat formal sekalipun sebenarnya etiket itu sendiri telah tertanam dalam diri masing-masing.<sup>1</sup>

Dalam perspektif islam etiket pelayanan dapat dijumpai dalam sebuah hadis Shahih Abu Hurairah RA yang berbunyi:

“Barangsiapa yang membebaskan seorang muslim dari suatu kesedihan yang dialaminya di dunia, niscaya Allah balas membebaskannya dari suatu kesusahan di antara kesusahan yang dialaminya di hari kiamat nanti. Dan Barangsiapa yang memberikan kemudahan kepada orang yang tertimpa kesulitan, niscaya Allah akan balas dengan memberikan kemudahan dalam urusannya, baik di dunia maupun di akhirat. Dan barangsiapa yang menutupi kelemahan seorang muslim, niscaya Allah akan balas menutupi.”<sup>2</sup>

Menurut kasmir etiket pelayanan dapat diartikan sebagai tata cara berhubungan dengan pelanggan atau nasabah di mana mereka

---

<sup>1</sup> Simorangkir, *ETIKA : Bisnis, Jabatan, dan Perbankan*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2003), 82.

<sup>2</sup> Fatchur Rohman, *Ikhtisar Mushthalahul Hadist*, (Bandung: PT Alma'arif, 1974), I:113.

memberikan pelayanan yang perlu dilakukan dengan cara tertentu dan diatur dengan sedemikian rupa sehingga mampu membuat pelanggan merasa senang pelayanan yang menyenangkan akan memberikan dampak yang besar untuk menyelesaikan transaksi antar anggota dengan karyawan sekarang dan di masa yang akan datang.<sup>3</sup>

## 2. Komponen Etiket Pelayanan

Agar suatu etiket pelayanan dapat berjalan dengan lancar dan baik dan sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya maka perlu adanya ketentuan dalam menjalankan pelayanannya. Ketentuan dibuat agar semua komponen yang berhubungan dengan pelayanan dapat menunjang satu sama lain artinya apabila salah satu aspek diabaikan maka pelayanan dari komponen lainnya menjadi tidak berguna oleh karena itu semua komponen etiket pelayanan ini harus dilakukan agar pelayanan yang diberikan benar-benar menjadi lebih baik.

Adapun ketentuan yang harus dilaksanakan dalam etiket pelayanan *customer service* secara umum menurut Kasmir yaitu:

- a. Sikap dan perilaku
- b. Penampilan
- c. Cara berpakaian
- d. Cara berbicara
- e. Gerak-gerik
- f. Cara bertanya

---

<sup>3</sup> Ibid.,64.

### 3. Larangan Dalam Etiket Pelayanan

Menurut Kasmir pengertian larangan etiket pelayanan yaitu sesuatu yang tidak boleh dilakukan oleh seorang karyawan atau *customer service* dalam melayani anggotanya. Dengan maksud tidak boleh adanya pelanggaran pelayanan baik saat melayani nasabah dari awal sampai akhir. Dampak larangan yang akan ditimbulkan jika tidak dipenuhi akan membuat pelayanan tidak berkualitas dan membuat anggota menjadi merasa tidak puas dan kecewa kalau hal tersebut terjadi maka anggota akan kabur dan tidak datang lagi untuk melakukan pengajuan pembiayaan maupun penghimpunan dana.

- a. Larangan untuk mendebat anggota.
- b. Larangan dalam berpakaian yang sembarangan.
- c. Larangan untuk membuat janji-janji atau minta imbalan.
- d. Larangan saat memberikan pelayanan dengan cara mengobrol.<sup>4</sup>

### 4. Tujuan dan Manfaat Etiket Pelayanan

Dalam menjalankan tugas suatu lembaga pastilah mereka memiliki tujuan tertentu yang akan mereka capai. Disamping memiliki tujuan pastilah lembaga keuangan berkeinginan memberikan manfaat bagi anggota. Berikut adalah tujuan dan manfaat yang ingin dicapai oleh suatu lembaga, diantaranya:

---

<sup>4</sup> Kasmir, *Customer Service Excellent (Teori Dan Praktek)* (Jakarta: PT.RajaGrafito, 2017), 131-132.

a. Menyenangkan anggota

Artinya etiket berguna untuk menyenangkan atau memuaskan orang lain orang lain. Dengan adanya etiket pelayanan yang baik akan memuat anggota merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga hal tersebut anggota membuat anggota mengulang kembali untuk melakukan pembelian produk.

b. Untuk rasa persahabatan dan pergaulan

Dengan adanya rasa keakraban dapat menjadikan rasa persahabatan dan menambah pertemanan di lingkungan lembaga keuangan. Rasa keakraban dapat membuat urusan antara pihak anggota dan lembaga keuangan akan menjadi mudah.

c. Mempertahankan anggota

Adanya etiket pelayanan yang baik akan membuat pelayanan yang diberikan menjadi lebih mudah. dengan adanya kemudahan saat pelayanan dapat membuat anggota menjadi puas dan hal tersebut membuat lembaga akan mempertahankan anggotanya.

d. Rasa memiliki perusahaan yang tinggi

Hal ini akan membuat motivasi seorang *customer servicemenjadi* lebih tinggi dalam melayani anggota dan akan membuat rasa kesetiaan pada lembaga keuangan menjadi lebih tinggi dan kesetiaan juga tidak diragukan.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank Edisi Revisi* ( Jakarta: Kencana, 2004), 169-170.

## **B. *Customer service***

### **1. Pengertian *Customer Service***

Dalam lembaga keuangan *customer service* diartikan sebagai salah satu seseorang yang bertugas untuk melayani anggota baik dalam pembukuan rekening, penutupan rekening, dan juga dalam menangani keluhan anggotanya. *Customer service* dalam lembaga keuangan berperan penting dalam memberikan jasa pelayanan. Hal ini juga didukung oleh pendapatnya Kasmir yang mengatakan bahwa *customer service* diartikan sebagai suatu kegiatan yang ditunjukkan dengan cara memberikan kepuasan anggotanya dengan memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh setiap anggotanya.<sup>6</sup>

Sedangkan menurut Philip Kotler, *customer service* yaitu suatu kegiatan yang dapat memberikan manfaat kepada suatu pihak ke pihak lain yang semula tidak berwujud dan tidak pula berakibat pada kepemilikan sesuatu. Pelayanan yang tidak baik akan menimbulkan keluhan-keluhan oleh pelanggan. Hal ini pula dapat membuat seorang *customer service* kehilangan penjualan karena anggota/pelanggan beralih ke lembaga lain.

### **2. Dasar-Dasar Pelayanan *Customer Service***

Dalam memberikan pelayanan seorang *customer service* dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik kepada anggotanya. Agar

---

<sup>6</sup> Syafrida Hanif Sahir, *Keterampilan Manajerial Efektif* ( Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 65-66.

pelayanan yang diberikan tidak mengecewakan maka seorang *customer service* haruslah memiliki dasar pelayanan yang berkualitas. Berikut adalah dasar-dasar pelayanan yang harus dimiliki oleh seorang *customer service*:

- a. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
- b. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebut nama
- c. Tenang, sopan, serta tekun saat mendengarkan anggota berbicara
- d. Berpakaian dan berpenampilan bersih dan rapi <sup>7</sup>

### **3. Sikap *Customer Service* dalam Melayani Anggota**

Sikap dalam melayani sangat penting di lembaga keuangan dan hal ini akan berpengaruh terhadap hasil pelayanan yang diberikan. Berikut ada beberapa sikap yang harus diperhatikan saat melakukan pelayanan terhadap anggota:

- a. Jangan menyela/memotong pembicaraan
- b. Dengarkan apa yang disampaikan anggota dengan baik
- c. Jangan mudah tersinggung dan marah
- d. Ajukan pertanyaan setelah anggota selesai berbicara
- e. Jangan mendebat pembicaraan
- f. Berikan perhatian dan sikap ingin membantu
- g. Tidak membagi dengan tugas yang lain
- h. Berikan kesempatan saat anggota berbicara<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Kasmir, *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018), 251.

<sup>8</sup> *Ibid.*,71.

#### 4. Fungsi *Customer Service*

Dalam suatu lembaga seorang *customer service* pastilah berfungsi memberikan jasa pelayanan, menangani keluhan, membantu menyelesaikan permasalahan anggotanya. Berdasarkan fungsi tersebut fungsi seorang *customer service* dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. *Customer service* sebagai *servicing* (pelayanan), dalam hal ini *customer service* berfungsi menjual produk jasa lembaga seperti tabungan, giro, deposito serta mengetahui keluhan anggotanya.
- b. *Customer service* sebagai *financial advisor* (konsultan), dengan ini seorang *customer service* juga harus memiliki wawasan yang luas yang berkaitan dengan perencanaan pengelolaan keuangan anggota. *Customer service* harus mampu memberikan penjelasan dan memberikan solusi saat anggota menceritakan semua keluhannya.
- c. *Customer service* sebagai *maintenance customer* (pembina nasabah), fungsi ini bertugas sebagai pembina terhadap account atau jika ada perpanjangan dan pengembangan pembiayaan.
- d. *Customer service* sebagai pusat informasi, dimana *customer service* merupakan salah satu karyawan yang pertama kali dihubungi oleh anggota. Maka dengan begitu *customer service*
- e. *Customer service* sebagai *liasson office*, maksudnya disini seorang *customer service* merupakan salah satu perantara antara lembaga dan anggota. Sebab salah satu orang yang pertama kali dihubungi

anggota saat ke lembaga adalah customer service, baik untuk bertanya maupun untuk melakukan transaksi.<sup>9</sup>

## 5. Tugas Pokok *Customer Service*

Pengertian tugas-tugas *customer service* yaitu hal-hal yang harus dijalankan oleh *customer service* dalam memberikan pelayanan pada anggota. Tugas-tugas yang telah diberikan bahwasanya sudah diatur oleh setiap lembaga. Menurut Kasmir ada beberapa tugas pokok *customer service* di antaranya yaitu sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi mengenai fitur dan layanan perusahaan.
- b. Memperkenalkan produk atau jasa perusahaan.
- c. Membantu menyelesaikan pengaduan anggota.
- d. Mempertahankan anggota agar tetap setia pada perusahaan dan menarik anggota baru.
- e. Membantu mengenai produk lembaga dan mengisi formulir.

Tugas-tugas yang telah ditanggung oleh *customer service* harus dijalankan dengan keseluruhan dan tidak dapat dilakukan setengah tengah. Hal disebabkan antara tugas satu dengan lainnya saling berkaitan. Tugas ini diantaranya yaitu salah satunya seorang *customer service* harus memberikan pelayanan yang memuaskan juga pula harus mampu menarik anggota tetap loyalitas.

### C. Loyalitas Anggota

---

<sup>9</sup> I Ketut Widana, *Technopreneurship Panduan Bisnis Berbasis Teknologi* (Bandung: PT. Panca Terra Firma, 2020), 58-59.



## 1. Pengertian Loyalitas

Menurut Hasan loyalitas anggota yaitu suatu kebiasaan anggota yang membeli produk secara berulang dan terus menerus. Sedangkan menurut Tjipto loyalitas anggota diartikan sebagai hubungan antara anggota dan suatu merek, pemasok, atau toko yang didasarkan pada sikap positif dan dilakukan secara berulang-ulang.<sup>10</sup>

Loyalitas anggota menurut Kotler dan Amstrong, mengartikan bahwa loyalitas berasal dari kata pemenuhan harapan anggota, sedangkan ekspektasi berasal dari pengalaman pembelian terdahulu oleh anggota, pendapat dari kerabat dan teman atau mengenai informasi dari orang lain. Sedangkan menurut Kapferer, loyalitas anggota adalah suatu perilaku pembelian ulang (*repeat purchasing behavior*) yang merupakan bagian dari konsep multidimensional yang kompleks.<sup>11</sup>

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas anggota merupakan suatu kesetiaan anggota dalam menggunakan produk atau jasa lembaga keuangan baik digunakan sendiri atau dipromosikan ke pihak lain seperti rekan, kerabat dan keluarga yang dilakukan secara terus menerus berlangganan kepada lembaga keuangan dan dalam jangka panjang dan tidak mudah terpengaruh terhadap lembaga pesaing.

---

<sup>10</sup> Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (Jakarta: Deepublish:2015), 75.

<sup>11</sup> Agus Eko Sujianto dan Rohmad Subagiyo, *Membangun Loyalitas Nasabah* (YogyakartaLingkar Media, 2014), 17-18.

## 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Anggota

Robinette mengungkapkan bahwa yang dapat mempengaruhi loyalitas anggota diantaranya yaitu:

- a. Kepercayaan (*trust*), kepercayaan bisa timbul karena adanya suatu proses yang cukup lama hingga kedua belah pihak dapat saling mempercayai.
- b. Perhatian (*caring*), Dengan adanya perhatian, anggota akan menjadi puas terhadap lembaga keuangan dan melakukan pembelian ulang lagi ke lembaga keuangan, pada akhirnya anggota akan menjadi loyal pada lembaga tersebut. Semakin lembaga keuangan memperhatikan secara lebih maka akan semakin besar loyalitas anggota.
- c. Kepuasan akumulatif (*over all satisfaction*), keputusan akumulatif diartikan sebagai keseluruhan penilaian lembaga keuangan yang didasarkan pada total pembelian dan konsumsi atas barang dan jasa pada suatu periode.
- d. Perlindungan (*length patronage*), lembaga keuangan dalam menjalankan tugasnya harus dapat memberikan rasa nyaman berupa perlindungan kepada anggotanya, baik berupa pelayanan, kualitas produk, atau bahkan *complain*.<sup>12</sup>

## 3. Indikator Loyalitas Anggota

- a. Rekomendasi, artinya bahwa adanya komunikasi secara lisan

---

<sup>12</sup> Meki Pamekas, *Pelayanan Prima* (Klaten: Lakaisha, 2021), 46.

mengenai pengalaman mereka terhadap apa yang telah mereka rasakan dan anggota pun berusaha untuk mempengaruhi orang lain agar mereka juga mau menggunakannya.

- b. Pembelian ulang, dimana adanya kemauan anggota untuk melakukan pembelian ulang baik transaksi atau yang lain dengan memanfaatkan layanan yang lembaga keuangan telah berikan.
- c. Kebiasaan transaksi, hal ini dilihat seberapa sering anggota melakukan kegiatan transaksi dalam lembaga. Kebiasaan ini biasa terjadi cukup lama atau bahkan sudah beberapa periode.
- d. Komitmen, adanya kesetiaan anggota terhadap lembaga tersebut dimana mereka selalu merasa puas terhadap apa yang telah diberikan selama pelayanan hingga anggota enggan untuk berpindah tempat. Maka dengan adanya komitmen dapat menciptakan adanya kelayalitan dan hal tersebut akan membawa anggota untuk tetap membeli dan membeli lagi dan terkadang mereka secara tidak langsung akan mempromosikan ke pihak lain agar bisa merasakan apa yang anggota rasakan yang disebabkan karena adanya rasa kepuasan. Mereka pun akan menolak jika ada produk yang sama disaat ada yang menawari mereka.<sup>13</sup>

## **D. Etika Bisnis Islam**

### **1. Pengertian Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis dalam Islam memiliki pengertian sebagai salah satu

---

<sup>13</sup> Agus Eko Sujianto dan Rohmad Subagiyo, *Membangun Loyalitas Nasabah.*, 20-21.

dalam menjalankan bisnis sesuai dengan kaidah-kaidah Islam sehingga dalam menjalankan suatu bisnis harus didasarkan pada kebenaran dan kebaikan sesuai dengan nilai-nilai dalam Al-Quran. Etika bisnis Islam harus dilandasi dengan kejujuran, keadilan, kebenaran kebahagiaan dan cinta kasih.<sup>14</sup>

Sedangkan etika bisnis perlu digunakan dalam lembaga keuangan salah satunya yaitu BMT, BMT selalu menerapkan bisnis islam dalam berjualan agar sesuai dengan kaidah keislaman. Dalam etika bisnis Islam juga diartikan sebagai aturan dalam tingkah laku atau kebiasaan bisnis yang diterapkan seseorang *customer service* agar sesuai dengan yang diharapkan dengan anggota atau lembaga keuangan dan tidak melanggar pedoman Islam.

## **2. Karakteristik Etika Bisnis Islam**

Dalam menjalankan suatu usaha baik dalam lembaga ataupun perusahaan pastilah memiliki etika didalamnya. Etika bisnis Islam berkaitan erat dengan moralitas suatu tindakan atau sikap seseorang. Maka dalam etika bisnis Islam haruslah memperhatikan beberapa etika agar bisa seimbang dalam mencari rezeki dan membantu kemaslahatan umat baik di dunia maupun di akhirat dan itu merupakan bentuk amalan yang tidak ternilai harganya.

Adapun karakteristik etika bisnis Islam yaitu selalu mengedepankan nilai-nilai Islam, diantaranya:

---

<sup>14</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013). 24.

- a. Selalu mengedepankan nilai kejujuran (*shiddiq*) berkata sesuai dengan fakta dan tidak pernah ingkar janji. Tanpa adanya kejujuran suatu bisnis tidak akan bisa lancar. Hal ini dijelaskan dalam ayat Al-Qur'an yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman. Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar. (Qs. Al-Ahzab 33:70).<sup>15</sup>

- b. Bertanggung jawab dan dapat dipercaya (*amanah*) seorang pembisnis dalam Islam harus memiliki sikap amanah. Amanah merupakan tanggung jawab besar dan itu akan dipertanggung jawabkan kelak diakhirat. Dalam Al Qur'an diterangkan dalam ayat :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat. (Qs. Annisa (4): 58).<sup>16</sup>

- c. Memiliki sikap *tabligh*, seorang pembisnis ataupun orang yang bekerja dalam bidang pelayanan harus menanamkan pada dirinya dengan sikap tabliq dimana mereka harus mampu menyampaikan

<sup>15</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: Toha Putra, 2007), 128.

<sup>16</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: Toha Putra, 2007), 128.

apapun dengan berkataan yang benar tanpa ditambahi dan dikurangi begitu pula dengan penyampaian yang ramah sopan dan lembut. Hal ini tertera dalam Al Qur'an yang berbunyi:

فَقُولَا لَهُ ۖ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ ۖ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya: maka berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir'aun) dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut. (Qs. Ta-ha (20:44)).<sup>17</sup>

- d. Adil, Islam selalu mengajarkan mengenai kesetaraan dalam berbisnis dan melarang adanya perbuatan curang. Sikap adil akan membawa dampak yang besar untuk keberlangsungan suatu lembaga atau perusahaan. Nilai adil menjadikan suatu pelanggan atau anggota menjadi tidak merasa dirugikan dan rasa aman untuk tetap menjalin kerjasama. Hal ini juga dijelaskan pada ayat al-Qur'an yang berbunyi:

الَّذِينَ إِذَا أَكْتَبُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَانُوا لَهُمْ أَوْ وَرَثَتُهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya: (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi (Qs. Al-Muthaffifin 83: 2-3).<sup>18</sup>

- e. Dalam etika bisnis Islam harus terbiasa seimbang antara urusan dunia dan akhirat. Tidak boleh semata-mata hanya untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya dan meninggalkan kewajiban semestinya. Maka harus dilandasi dengan kaidah Islamiah jika

<sup>17</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: Toha Putra, 2007), 480.

<sup>18</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: Toha Putra, 2007), 1035.

sudah waktunya untuk beribadah maka segeralah ibadah. Tentunya hal ini juga dalam ayat al-Qur'an yang berbunyi:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar. (QS. Al-Furqan 25: 67).<sup>19</sup>

Dengan menerapkan prinsip etika bisnis Islam diatas di harapkan dapat mengurangi adanya kecurangan atau yang merugikan antar kedua belah pihak sebab dalam sebuah hadist yang diriwayatkan dari Hakim bin Hizam r.a. dia berkata :

"Penjual keduanya belum berpisah. Jika keduanya berkata benar dan menjelaskan dan pembeli memiliki hak khiyar (tetap melanjutkan jual beli atau membatalkannya) selama apa adanya maka jual beli mereka diberkahi, tetapi jika keduanya menyembunyikan cacat yang ada dan berkata dusta, maka jual beli mereka tidak diberkahi" (HR. Muttafaq Alaihi).<sup>20</sup>

Hadist ini menjelaskan bahwa dengan melakukan kecurangan maka jual beli yang telah disepakati tidak akan sah.

<sup>19</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: Toha Putra, 2007), 568.

<sup>20</sup> Fatchur Rohman, *Ikhtisar Mushthalahul Hadist*, (Bandung: PT Alma'arif, 1974), I:240.