

**PEMAKNAAN DIMENSI KUALITAS LAYANAN PERBANKAN
SYARIAH INDONESIA**
**(Studi Kasus Nasabah Bank Muamalat Indonesia (BMI) Masyarakat Santri
Eks-Karesidenan Besuki Jawa Timur)**

Abadi Sanosra
Prodi Manajemen FE Universitas Muhammadiyah Jember
abadisanosra@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggali persepsi nasabah santri tentang makna perbankan syariah dan kualitas layanan perbankan syariah dan menggali model kualitas layanan bank syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data metode *Indeft Interview*. Informan sebagai subjek penelitian yang digunakan adalah nasabah santri yang memiliki tabungan di Bank Muamalt Indonesia (BMI) Se Eks- Karesidenan Besuki. Hasil penelitian menemukan bahwa keberadaan perbankan syariah merupakan keharusan bagi kaum muslim dan terdapat delapan dimensi model kualitas layanan.

Kata kunci : Makna Services Quality, Nasabah Santri

ABSTRACT

This study aims to explore the perceptions of students about the meaning of sharia banking, service quality of sharia banking re and explore models of service quality Islamic banks. The method used is a qualitative research method by using techniques of data collection methods Indeft Interview . The informant as a subject of study is a customer of students (santri) who have savings in Muamalt Bank Indonesia (BMI) Se ex Besuki residency . The study found that the presence of Islamic banking is a must for Muslims and there are eight dimensions of service quality mode.l

Keywords : Meaning Services Quality, Customer santri

PENDAHULUAN

Indonesia salah satu negara yang mayoritas penduduknya menganut agama Islam dan negara yang populasi Muslim terbesar didunia, 10,63% (*World Muslim Population*, 2011). Karakteristik budaya Indonesia sangat di pengaruhi oleh prinsip hukum Islam dan nilai-nilai agama Islam. Salah satu kelompok sosial

yang sangat berpengaruh dalam sistem budaya dan sistem perpolitikan di Indonesia adalah kaum santri atau masyarakat santri yaitu sebuah kelompok atau komunitas Islam yang sangat berpegang teguh kepada ajaran Islam secara murni, Geertz, (1984). Selain karena pola hidupnya sangat di pengaruhi ajaran Islam umumnya kaum santri ini merupakan orang yang pernah mengenyam pendidikan agama Islam di sebuah pondok pesantren atau lembaga pendidikan formal yang bernafaskan Islam.

Pengaruh dari wujud keberadaan kaum santri atau masyarakat santri telah mempengaruhi munculnya sebuah lembaga muamalah yang bersifat ekonomi yaitu sebuah sistem perbankan yang di kenal dengan bank syariah. Perkembangan bank syariah di Indonesia sebenarnya relatif terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara islam maupun dengan negara yang mayoritas non muslim sekalipun. Dilihat dari sisi jumlah bank syariah ditingkat nasional jumlah bank syariah mengalami peningkatan sebanyak 12 bank umum syariah (BUS). Namun bila dilihat dari sisi penguasaan pangsa pasar perbankan syariah mengalami stagnasi atau perlambatan pertumbuhan karena selama 3 tahun dari tahun 2012 sampai 2015 hanya mampu mencapai pangsa pasar perbankan nasional sebanyak 4.9 % (laporan statistik OJK 2015). Perlambatan pertumbuhan ini menyebabkan timbulnya sikap pesimistis dikalangan pemerhati perbankan syariah akan masa depan perbankan syariah di Indonesia.

Bank syariah atau disebut perbankan syariah adalah bank yang menganut sistem syariah atau menerapkan prinsip-prinsip syariah (Islam), artinya bahwa perbankan syariah memiliki ciri pembeda di bandingkan dengan bank konvensional. Pembeda lainnya adalah perbankan syariah selain dapat memberikan keuntungan yang bersifat duniawi juga mampu memberikan keuntungan akherat bagi nasabahnya dengan kata lain menabung sambil beramal. Selain itu perbankan syariah memiliki ke khususan pangsa pasar yang berasal dari umat muslim yang taat atau umat islam yang menolak konsep ribawi. Meskipun bank syariah di tujukan untuk umat islam dan kebetulan umat islam merupakan umat terbesar di Indonesia dan juga di dunia bukan berarti penerimaan umat islam terhadap perbankan syariah cukup tinggi, faktanya adalah pangsa pasar

perbankan syariah dalam pangsa pasar perbankan nasional sangat kecil sekali yaitu hanya 4.9 % saja. Kondisi ini tentunya mengundang pertanyaan kenapa perkembangan perbankan syariah mengalami jalan di tempat. Untuk menjawab pertanyaan tersebut peneliti mencoba untuk mengasumsikan bahwa kualitas perbankan syariah masih rendah sehingga belum mampu bersaing dengan perbankan konvensional.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas akhirnya dapat di susun pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. apakah makna kualitas layanan menurut persepsi masyarakat santri se Eks-Karesidenan Besuki Jawa Timur.
2. bagaimana model dimensi Kualitas Layanan Perbankan Syariah yang sesuai dengan persepsi nasabah masyarakat santri se Eks-Karesidenan Besuki Jawa Timur.

Selaras dengan latar belakang masalah penelitian maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengungkap dan memahami makna kualitas layanan menurut persepsi masyarakat santri se Eks-Karesidenan Besuki Jawa Timur.
2. Memformulasikan model dimensi Kualitas Layanan Perbankan Syariah yang sesuai dengan persepsi nasabah masyarakat santri se Eks-Karesidenan Besuki Jawa Timur.

Kualitas Layanan

Layanan merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang sifatnya berwujud ataupun tidak berwujud yang dilakukan untuk melayani konsumen dengan memberikan barang atau jasa di sertai atau tanpa disertai pemindahan kepemilikan atas suatu barang atau jasa tertentu (Sawitri dan Halim, 2003). Apakah sebuah layanan sudah atau belum memenuhi kebutuhan konsumen (berkualitas), jawabannya tergantung pada penilaian subyektif konsumen, dengan kata lain, yang berlaku dalam hal ini adalah persepsi dari konsumen.

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai berapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima,

(Parasuraman, 1984). Sedangkan Gronroos (1979) mendefinisikan kualitas layanan sebagai hasil persepsi dari pembandingannya antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual layanan.

Bagaimana pelanggan menilai pelayanan yang diterimanya sangat menentukan kualitas pelayanan tersebut. Ada 2 cara menilai pelayanan, yaitu :

- a. *Technical outcome* : dimana penilaian dilakukan ketika hasil dari pelayan telah terjadi atau hasil kerja penyampaian layanan itu sendiri.
- b. *Process* : dimana penilaian dilakukan ketika proses berlangsung atau kualitas cara penyampaian layanan tersebut.

Zeithaml, Berry and Parasuraman (1996) mengembangkan skala SERVQUAL (*services quality*) yang mencakup pertanyaan tentang harapan konsumen terhadap kualitas layanan dan tentang persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang mereka terima, dengan mendefinisikan kualitas layanan sebagai perbedaan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Selanjutnya Cronin and Taylor (1992) mengajukan pengukuran alternative yang dikenal dengan sebutan SERVPERF (*services performance*) yang mencakup pertanyaan tentang kinerja mutu layanan. Dalam penelitian ini tetap memakai lima dimensi tersebut diatas namun dalam skala pengukuran yang digunakan adalah skala SERVPERF (*services performance*) yang dikembangkan oleh Cronin and Taylor. Alasan memilih pengukuran ini karena yang diukur adalah persepsi atau penilaian nasabah terhadap kualitas layanan yang diterimanya, sementara kalau SERVQUAL (*services quality*) yang diukur adalah kesenjangan antara harapan dan kinerja.

Layanan Jasa Perbankan

Kasmir (2000) mendefinisikan bank sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Kemudian pengertian bank menurut undang-undang RI no 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang badan usaha perbankan adalah : badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk-

bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Preposisi Penelitian

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu dan landasan teori yang digunakan, akhirnya preposisi penelitian ini dapat di susun sebagai berikut :

“ Nasabah santri yang menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia (BMI) memiliki makna tersendiri tentang kualitas layanan dan dimensi kualitas layanan perbankan syariah yang sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman mereka”

METODOLOGI PENELITIAN

Selanjutnya paradigma interpretif dengan pendekatan analisis kualitatif menggunakan pendekatan logika. Induktif berarti silogisme di bangun berdasarkan pada hal-hal khusus, atau data dilapangan akan bermuara ada hal-hal umum. Pendekatan logika induktif di dasarkan pada beberapa alasan :

- 1) Proses induktif lebih dapat menemukan kenyataan-kenyataan jamak yang terdapat dalam data.
- 2) Analisis induktif lebih dapat membuat hubungan penelitian-informan menjadi eksplisit, dapat dikenali, dan akuntabel.
- 3) Analisis induktif lebih dapat menguraikan latar secara penuh dan dapat membuat keputusan-keputusan tentang dapat tidaknya pengalihan pada suatu latar lainnya.
- 4) Analisis induktif lebih mampu menemukan pengaruh bersama yang mempertajam hubungan-hubungan.
- 5) Analisis induktif dapat memperhitungkan nilai-nilai secara eksplisit sebagai bagian dari struktur analitik.

Lokasi penelitian dilakukan yang juga sekaligus sebagai lokasi pengumpulan data adalah di kawasan Eks-Karesidenan Besuki yang terdiri dari kabupaten, Jember, Bondowoso, Situbondo, dan Banyuwangi. Daerah ini di pilih karena menurut peneliti karena Eks-Karesidenan Besuki masih merupakan bagian dari Kawasan Tapal Kuda yang merupakan daerah basis masyarakat santri di Jawa Timur dimana pengaruh lembaga pendidikan pasantren sangat kental dalam kehidupan masyarakatnya. Informan yang menjadi sumber data untuk *indeep*

interview (wawancara mendalam) dalam penelitian ini adalah masyarakat santri yang menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia yang beroperasi di kawasan Eks-Karesidenan Besuki. Penentuan informan yang terutama di tentukan karena mereka bersedia mengisi surat kesediaan untuk berpartisipasi dan bersedia untuk melakukan wawancara yang direkam sebanyak 2 kali, yaitu 90 menit dan 60 menit dan pemilihan informan dilakukan secara di sengaja atau *purposive*.

Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif di perlukan untuk menentukan dimensi- dimensi kualitas layanan serta item-item dari masing-masing dimensi kualitas layanan. Untuk menentukan dimensi dan item kualitas layanan penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan metode wawancara mendalam (*indeept interview*) dan untuk mempermudah diskusi agar terfokus dalam diskusi peneliti terlebih dahulu memberikan daftar item-item yang sudah ada dalam penelitian terdahulu. Prosedur metode wawancara mendalam (*indeept interview*) diawali dengan sesi perkenalan dan penjelasan tujuan dari wawancara tersebut. Seluruh informan diberikan kebebasan untuk mengutarakan pendapat masing tentang dari satu isu yang di diskusikan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam (*indeeft interview*) dengan para informan sebanyak 5 (Lima) informan secara umum ditemukan bahwa nasabah memaknai bahwa bank syariah adalah sebuah bank yang dalam praktek sistem keuangan yang di terapkan berdasarkan sistem keuangan yang sesuai dengan ajaran islam yaitu tidak memasukan unsur riba. Sementara dari aspek kualitas layanan perbankan secara umum nasabah memandang bahwa pada dasarnya antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional tidak jauh berbeda artinya apa yang diterapkan bank konvensional dalam memberikan layanan sama halnya dengan apa yang diterapkan dalam perbankan syariah. Namun walaupun memiliki kesamaan dalam bentuk-bentuk layanan akan tetapi perbankan syariah harus menonjolkan sisi ke islamannya (syar,i) dalam elemen-elemen layanan tertentu.

Elemen-elemen layanan tersebut sangat mendasar dalam artian bahwa

elemen tersebut adalah kebutuhan mutlak yang harus ada misalnya tempat beribadah, cara berpakaian karyawan, menonjolkan simbol-simbol islam sebagai fungsi syi'ar (dakwah) dan tentunya masih banyak elemen yang lainnya. Eksistensi muatan layanan yang bersifat islami di tampilkan yang dalam bentuk yang berwujud maupun yang tidak berwujud. Layanan yang berwujud adalah bentuk-bentuk layanan fisik yang terlihat oleh nasabah misalnya tempat ibadah, cara berpakaian karyawan, simbol-simbol islam. Sementara yang tidak berwujud seperti sikap karyawan, kecepatan dalam memberikan layanan, dan lain sebagainya.

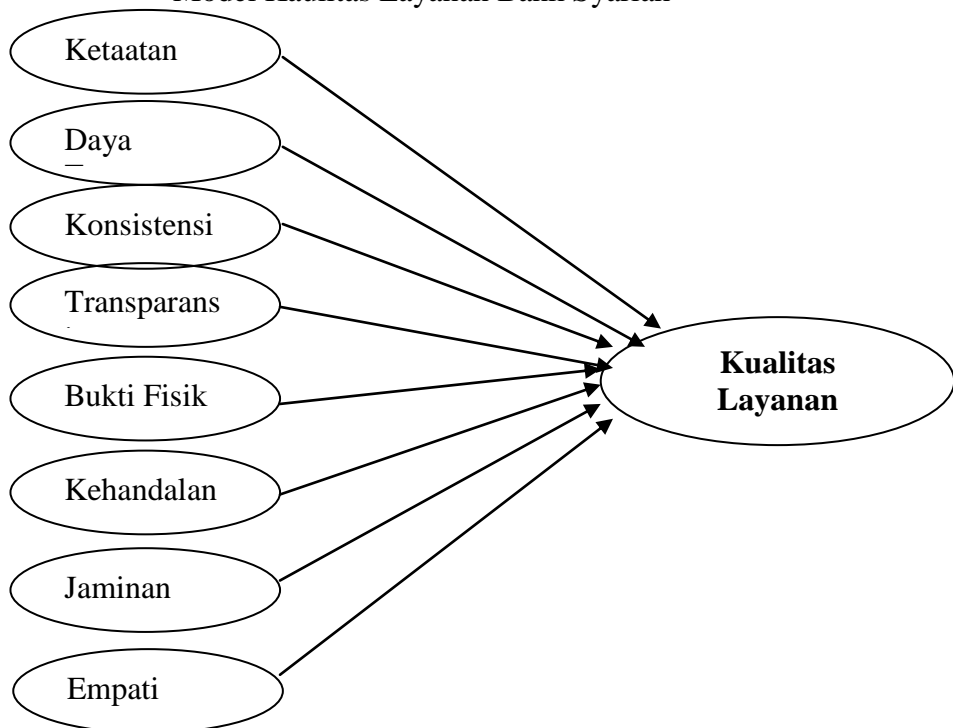
Berkaitan dengan bagaimana cara untuk mengukur kualitas layanan yang diberikan Bank Muamalat Indonesia (BMI) tentunya di perlukan alat ukur yang sesuai dengan persepsi atau harapan-harapan nasabah. Berdasarkan hasil analisis data yang di kumpulkan dengan metode indeft interview dengan para informan ditemukan bahwa ada 8 (delapan) dimensi yang harus di penuhi oleh Bank Muamalat Indonesia (BMI) dalam rangka memberikan layanan yang berkualitas atau sesuai dengan harapan nasabah.

Dimensi-dimensi tersebut merupakan atribut yang paling penting atau harus ada dalam sistem layanan Bank Muamalat Indonesia (BMI) secara khusus atau perbankan syariah secara umum. Artinya bahwa perbankan syariah atau Bank Muamalat Indonesia (BMI) harus mampu memberikan layanan yang sesuai dengan harapan nasabah yang berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam yang di gunakan perbankan syariah sebagai rujukan atau pedoman dalam menjalankan sistem keuangan dan sistem layanan. Dalam setiap dimensi mengandung unsur-unsur yang islami, ukuran islami yang terkandung dalam setiap dimensi terdapat dalam setia item atau indikator pengukuran. Jadi walaupun memiliki kesamaan dalam penamaan dimensi namun dalam setiap dimensi tersebut mengandung ukuran-ukuran yang sesuai dengan aspek-aspek syariah.

Berikut akan di gambarkan model kualitas layanan perbankan syariah yang terdiri delapan dimensi. Model kualitas layanan ini selanjutnya disebut sebagai Model Kualitas Layanan Bank Syariah / *Services Quality Sharia Banking*, (SQSB).

Gambar :

Model Kaulitas Layanan Bank Syariah



Sumber : Data Di Olah

Berdasarkan hasil *analisis indeft interview* maka akan di jelaskan definisi masing-masing Dimensi Kualitas Layanan dan Item-Item atau Indikator dari Dimensi-Dimensi Kualitas Layanan yang sesuai dengan persepsi nasabah santri bank syariah di kawasan Eks –Karesidenan Besuki Jawa Timur . Kualitas Layanan adalah penilaian atau persepsi nasabah perbankan syariah dari nasabah santri terhadap layanan yang di tawarkan perbankan syariah.

Hasil analisis data yang di peroleh dalam proses *indept-interview* di temukan 8 (Delapan) dimensi yang sesuai dengan persepsi nasabah santri yang menggunakan jasa Bank Muamalat Indonesia (BMI) di kawasan Eks – Karesidenan Besuki Jawa Timur. Dari 8 (Delapan) dimensi tersebut, terdapat 5 (Lima) dimensi yang sesuai dengan dimensi –dimensi yang ditemukan oleh Zeithmal, Berry dan Parasuraman (1984) yang terdiri dari dimensi *Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati*. satu dimensi lainnya yaitu dimensi ketaatan (*Compliance*) sesuai dengan dimensi yang di kemukakan oleh

Othman dan Owen (2001,2002). Sedangkan untuk dua dimensi lainnya adalah dimensi *Konsistensi dan Transparansi* merupakan dimensi yang di temukan dalam penelitian ini yang sesuai dengan persepsi masyarakat santri yang menjadi nasabah perbankan syariah atau di sebut dengan nasabah santri.

Berikut ini adalah definisi dimensi kualitas layanan serta item-item atau indikator-indikator dari masing-masing kualitas layanan yang sesuai dengan persepsi nasabah santri yang menjadi nasabah bank syariah di kawasan Eks – Karesidenan Besuki Jawa Timur yang di kumpulkan melalui *analisis indeft interview* dan *fokus group discussion (FGD)*, sebagai berikut :

1. ***Dimensi Ketaatan (Compliance)*** adalah penilaian nasabah santri bank syariah terhadap kemampuan bank menjalankan sistem operasioanal keuangan dan sistem pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip hukum atau kemampuan bank menyediakan produk layanan yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang di terdapat dalam sumber-sumber hukum islam seperti dalam Al-qur'an , hadist, Ijma dan Qiyas. Dimensi ketaatan (*complianc*) terdiri dari beberapa item atau indikator pernyataan sebagai berikut :

- 1) Bank syariah dalam operasionalnya dilandasi prinsip-prinsip syariah dan hukum Islam
- 2) Bank syariah dalam operasionalnya menetapkan prinsip bagi hasil
- 3) Bank syariah menyediakan produk dan layanan syariah.
- 4) Bank syariah selalu melakukan syiar atau dakwah dalam setiap kegiatan.
- 5) Bank syariah selalu mendukung kegiatan dakwa baik langsung maupun tidak langsung.

2. ***Dimensi Bukti Fisik (Tangible)*** adalah penilaian nasabah santri terhadap kemampuan bank syariah menyediakan fasilitas-fasilitas layanan yang terlihat oleh nasabah dalam proses operasional layanan terhadap nasabah, fasilitas-fasilitas penunjang tersebut selain menampilkan peralatan yang modren dan memadai juga mengakomodasi kebutuhan beribadah dan tersedianya toilet pria dan wanita. Dimensi Bukti Fisik (*Tangible*) yang terdiri dari dari beberapa item pernyataan sebagai berikut :

- 1) Lokasi bank syariah mudah di jangkau dengan transportasi umum;

- 2) sarana parkir bank syariah luas dan aman;
- 3) kantor dan ruangan layanan nyaman
- 4) sarana dan prasarana yang canggih dan memadai;
- 5) Karyawan bank selalu berpakaian dan berpenampilan sesuai syaria'i.
- 6) Semua aplikasi/formulir transaksi tersedia
- 7) Formulir tabungan lengkap dan mudah pengisiannya
- 8) Tersedianya fasilitas ibadah yang nyaman
- 9) Tersedianya toilet dan tempat berwuduk yang sesuai syariah.

3. **Dimensi Kehandalan (*Reliability*)** adalah penilaian nasabah santri terhadap kemampuan karyawan dan bank syariah dalam memberikan atau menyediakan layanan terhadap nasabah yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dimensi Kehandalan (*Reliability*) terdiri dari beberapa item pernyataan sebagai berikut :

- 1) Layanan transaksi terhadap nasabah cepat dan mudah.
- 2) Informasi saldo akurat yang dapat di akses melalui ATM dan SMS banking.
- 3) Pencatatan transaksi tabungan handal dan dapat di pertanggung jawabkan.
- 4) Perhitungan bagi hasil dan pembebanan biaya administrasi secara otomatis oleh sistem.
- 5) Informasi mengenai produk dan layanan jelas dan akurat.
- 6) Karyawan bank menguasai teknologi perbankan dan memahami produk/ layanan bank.

4. **Dimensi Daya Tanggap (*Responship*)** adalah penilaian nasabah santri terhadap karyawan dalam menyelesaikan tugasnya, kemampuan bank untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul dan respon terhadap masalah yang sedang di alami nasabah. Dimensi Daya Tanggap (*Responship*) yang terdiri dari beberapa item pernyataan sebagai berikut :

- 1) Karyawan bank syariah yang profesional yang dilandasi moral agamis dan etika bisnis yang islami dan mampu meberikan pelayanan prima.
- 2) Karyawan bank syariah memiliki rasa toleransi yang tinggi dalam menghadapi setiap tindak tanduk nasabahnya.

3) Karyawan bank syariah tanggap akan kebutuhan dan keinginan nasabah sampai tuntas dan jelas.

4) Karyawan bank syariah siap membantu keluhan nasabah dan memberikan solusi terbaik.

5) Karyawan bank syariah selalu tanggap dan menjaga perasaan nasabah agar tetap merasa tenang, nyaman dan menumbuhkan kepercayaan terhadap bank.

5. ***Dimensi Jaminan (Ansurance)*** adalah penilaian nasabah santri terhadap rasa aman yang di berikan Bank syariah kepada nasabahnya baik keamanan dalam melakukan transaksi, keamanan dalam penggunaan perangkat transaksi dan keamanan rahasia nasabah dan rasa aman dalam produk keuangan yang halal. Dimensi Jaminan (*Ansurance*) terdiri dari beberapa item pernyataan sebagai berikut :

1) Karyawan bank syariah adalah oleh yang professional dalam bidang perbankan.

2) karyawan bank syariah adalah orang yang profesioanal di bidang perbankan

3) karyawan bank syariah mampu menjawab setiap pertanyaan yang di ajukan nasabah.

4) Karyawan bank syariah sudah di bekali ilmu fiqh muamalah yang memadai.

5) Kredibilitas karyawan bank syariah menjadikan citra islami bank syariah

6) Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan akan membuat nasabah semakin terpercya kepada banknya.

7) Bank syariah selalu menjaga kerahasiaan nasabah dan banknya

1. ***Dimensi Empati (Empaty)*** adalah penilaian nasabah perbankan syariah masyarakat santri terhadap sikap dan prilaku *customer sevices*, kemampuannya berkomunikasi dengan pelanggan, dapat memahami kebutuhan khusus nasabah dan mudah di hubungi. Pengukuran empati dalam penelitian ini terdiri dari beberapa item pernyataan sebagai berikut:

1) Karyawan bank syariah selalu bersikap ramah dan santun pada semua nasabah sehingga menimbulkan perasaan nyaman berada di dalam bank.

2) Karyawan bank syariah selalu tersenyum dan menghormati semua nasabah pada saat melakukan transaksi.

3) Karyawan bank syariah selalu mendengarkan, menghargai, dan memberikan solusi pada setiap keluhan nasabah.

2. ***dimensi konsistensi (consistence)*** adalah penilaian nasabah perbankan syariah masyarakat santri terhadap kemampuan bank untuk menjalan isi perjanjian (klausula) dalam setiap akad sampai transaksi berakhir. Jika dimensi compliance (ketaatan) adalah ukuran kesesuaian produk layanan bank syariah dengan sumber-sumber hukum islam, dimensi konsistensi adalah kemampuan dalam menjalankan setiap isi akad (kontrak) atau poin-poin perjanjian yang di sepakati dengan nasabah. Dimensi konsistensi terdiri dari beberapa item sebagai berikut :

1) Bank syariah konsisten terhadap visi dan misi bank syariah

2) Bank syariah mampu merealisasikan isi perjanjian dalam akad sampai berakhirnya akad.

3) Kesesuaian antara apa yang di sosialisasikan dengan apa yang di terapkan.

4) Standar layanan menampilkan nilai-nilai ke islaman dan lain seperti cara berpakaian sesuai syariah.

3. ***Dimensi Transparansi (Transparency)*** adalah penilaian nasabah santri terhadap kemauan bank syariah untuk bersikap terbuka dalam semua proses transaksi dan kesediaan bank untuk membahas bersama serta memberikan kesempatan terhadap nasabah tentang isi kesepakatan dalam setiap akad produk sebelum ditanda tangani. dimensi transpansi yang terdiri dari beberapa item sebagai berikut :

1) Bank syariah selalu menyediakan laporan kinerja keuangan bank secara berkala.

2) Bank syariah terbuka terhadap resiko-resiko yang mungkin terjadi dan memberikan solusi terhadap kendala yang dihadapi nasabah.

3) Bank syariah memberikan penjelasan secara terbuka tentang syarat dan ketentuan dalam setiap akad.

- 4) Manajemen bank syariah terbuka menerima kritik dan saran dari para nasabah
- 5) Bank syariah selalu memberikan informasi berkala kepada nasabah
- 6) Bank syariah terbuka terhadap semua keluhan nasabah dan memberikan solusinya.
- 7) Bank syariah memberikan kesempatan kepada nasabah untuk mempelajari isi setiap perjanjian.
- 8) Bank syariah memberikan kesempatan kepada nasabah untuk memperbaharui setiap isi perjanjian apabila di perlukan.

KESIMPULAN

1. Nasabah santri memahami bank syariah sesuai dengan pemahaman mereka, bahwa bank syariah adalah bank yang dijalankan sesuai dengan hukum islam atau prinsip-prinsip islam, baik dalam aspek sistem keuangannya maupun dalam aspek layanan yang di berikan.
2. Terdapat 8 (delapan) dimensi dalam model kualitas layanan syariah dalam industri perbankan khususnya perbankan syariah yaitu terdiri dari Ketaatan, Daya Tanggap, Konsistensi, Transparan, Bukti Fisik, Keandalan, Jaminan, dan Empati. Model ini dinamakan model kualitas layanan Bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell.W.John and Clark Vicki L, Plano 2007. *Mixed methods research*. Sage publications.
- Cronin, J.J dan Taylor, S.A., 1992, “*Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*”, *Journal of Marketing*, July (56):55-68.-----,1994, ”SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance Based and Perception Minus Expectations Measurement of Service Quality”, *Journal of Marketing*, January (58): 125-131.
- Dick,A.S dan Basu, K., 1994,“*Customer Loyalty : Toward an Integrated ConceptualFramework*”, *Journal of The Academy Marketing Science*, Vol.22, p.99- 113.
- Dimiyati, Muhamad, 2009, *Analisa SEM Dalam Uji pengaruh Beberapa Variabel Terhadap Loyalitas, kajian Berbasis Riset Pada Debitur Kredit Usaha Kecil. Edisi pertama* – Jakarta: Mitra Wicana Media.
- Easterby - Smith, M., Thorpe, R. And Lowe, A. (1991) *Management Research :*

An Introduction, Sage Publications

Evelyn Ehrlich dan Duke Faneli, 2004, *The financial Services marketing*, : Bloomberg press, prencenton.

Fandy Tjiptono, 2005, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)* :Andi Offset.

Gronroos, Christian, 1990. *Service Management and Marketing, Lexington. MA* : Lexington Books.

Gronross, Christian, 1982, *A Service Quality Model and it s Marketing Implications*, European Journal of Marketing.

Miles and Huberman, 1994, *Qualitative Data analysis*, second edition, sage Publications : London

Jabnoun Naceur and Khalifa Azaddin, 2005, “*A customized measure of service Quality in the UAE*” *Managing Service Quality* Vol.15 No.4, 2005 pp.374-388q Emerald Group Publishing Limited 0960-4529

Kasmir, 2007, *Manajemen Perbankan* :PT RajaGrafindo Persada.

Lovelock, Christopher, 2002. *Service Marketing and management*, second Edition, new York : Prentice Hall.

Othman, AbdulQawi and Owen, Lynn, 2001. “ *Adopting And Measuring Customer Service Quality (Sq) ; In islamic banks: a case study in Kuwait finance house*”, *International Journal of Islamic Financial Services* Vol. 3. No. 1.

_____, 2002. “*The multi dimensionality of carter model to measure Customer service quality (sq) in islamic banking industry:A study in kuwait finance house*, *International Journal of Islamic Financial Services* Vol. 3. No. 4.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A dan Berry, L.L., 1994, “*Reassessment of Expectations as a Comparison Standart in Measuring Service Quality : Implication for Further Research*”, *Journal of Marketing*, January, 111:124.-----, 1988, “*SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*”, *Journal of Retailing*, Vol.4(1).-----, 1985, “*A Conceptual Model of Service Quality and It’s Implications for Future Research*”, *Journal of Marketing*, Vol.4, p.41

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A .and Malhotra, A. (2005), “ *E – S – QUAL : a multiple – item scale for assessing electronic service quality* ”, *Journal of*

Service Research, Vol .7 No. 3, pp. 213 - 33.

Pedersen, Per E, Nysveen, Herbjon. 2004. *Shopbot banking : and Experimental Studi of Cuctomer satisfaction and loyalty..*

Saunders, M. Lewis, P. and Thornhill, A., 2003. *Research Methods for Business Students, 3rd ed.* London. Prentice Hall.

Sugiono, 2002, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta.

Ziethaml, Valerie A., Leonard L. Berry, and A. Parasuraman, 1996, “*The BehavioralConsequences of Service Quality*“, *Journal ofMarketing*, Volume 60, April 1996, pp. 31-46.

-and Bitner Jo Mary, 1996. *Service Marketing*, New York : Mcgraw- Hill Company.

2003. *Service Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm*, 3rd Editionn. New York: Irwin McGraw-Hill.