

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan perbandingan antara penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Tujuan dari adanya penelitian terdahulu untuk menghindari kesamaan dari topik yang akan diteliti. Selain itu penelitian terdahulu dapat memberikan referensi dan inspirasi yang berkaitan dengan topik yang diteliti (Ibrahim, 2021). Terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan topik strategi meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah melalui *BSI Mobile*.

Pertama, penelitian dari Maulina Yulfiani (2022) dengan judul “Analisis Nilai Pelanggan, Pengalaman Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penggunaan *BSI Mobile* (Studi Kasus: BSI Di Yogyakarta)”. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh nilai pelanggan (nasabah) yang menggunakan *BSI Mobile* di Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai dari pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *BSI Mobile* karena dirasa fitur dari aplikasi tersebut sudah memenuhi harapan pelanggan, selain itu pelayanan *customer services* yang ada juga sudah sesuai. Walaupun fitur yang diberikan sudah sesuai dengan harapan pelanggan, namun masih perlu untuk dikembangkan lagi agar lebih baik. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada topik penelitian yaitu kualitas

pelayanan pada BSI *mobile*. Perbedaanya terletak pada fokus penelitian, pada penelitian sebelumnya fokus pada pengaruh nilai nasabah terhadap BSI *mobile* pada kepuasan nasabah. Sedangkan pada penelitian ini akan fokus pada strategi BSI dalam meningkatkan kualitas pelayanan menggunakan *mobile banking*.

Kedua, penelitian dari Putri Imaniar (2022) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketersediaan Fitur BSI *Mobile* Terhadap Efisiensi Nasabah Dalam Pembayaran Zakat, Infaq, Sedekah, Dan Wakaf (ZISWAF) (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bandar Lampung Kedaton)”. Penelitian ini meneliti tentang kualitas pelayanan pembayaran ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf) yang bisa dilakukan pada BSI *Mobile* sehingga tidak harus datang langsung ke Lembaga zakat. Hasil penelitian ini menunjukan adanya fitur pembayaran ZISWAF ini meningkatkan efisiensi nasabah dalam membayar zakat, infak, sedekah dan wakaf. Walaupun meningkatkan efisiensi namun kualitas pelayanan BSI KCP Bandar Lampung Kedaton masih kurang cekatan dalam menanggapi permasalahan tentang pembayaran ZISWAF melalui *M-Banking*. Persamaan dengan penelitian ini ada pada topik penelitian yaitu kualitas pelayanan. Perbedaanya ada pada fokus penelitian, penelitian sebelumnya berfokus pada kualitas pelayanan pembayaran ZISWAF melalui *mobile banking* BSI sedangkan pada penelitian ini akan berfokus pada strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan melalui *mobile banking* BSI.

Ketiga, penelitian dari Mutiara Suci Kesuma Lubis & Khairina Tambunan (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* Kepada Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Selaku *Variable Intervening* (Studi Kasus BSI Kacab Binjai)”. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh terhadap BSI *Mobile* yang menggunakan jaringan internet yang sulit diakses di lokasi dengan loyalitas nasabah di BSI Kacab Binjai. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah tidak terpengaruh dengan sulitnya mengakses BSI *Mobile* karena jaringan yang masih kurang di kota Binjai, nasabah BSI Kacab Binjai masih loyal dan memilih untuk datang secara langsung ke lokasi. Sulitnya jaringan internet membuat adanya BSI *Mobile* tidak memberikan pengaruh yang besar terhadap loyalitas nasabah. Persamaan pada penelitian ini adalah topik penelitian yaitu kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaannya ada pada fokus penelitian, pada penelitian sebelumnya meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan *mobile banking* pada loyalitas nasabah di BSI. Pada penelitian ini akan fokus pada strategi BSI dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui *mobile banking*.

Keempat, penelitian dari Niken Larassati & Ahmad Fauzi (2022) dengan judul “Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Perbankan Di BSI Trade Center Kota Kediri”. Penelitian ini meneliti tentang bagaimana strategi BSI Trade Center Kota Kediri meningkatkan kualitas layanan melalui digitalisasi transaksi menurut perspektif pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi pemasaran

yang dilakukan sudah tepat dan dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*. Sosialisasi yang dilakukan menunjukkan sudah tepat, namun peneliti menyarankan agar strategi yang dilakukan lebih massif daripada sebelumnya. Persamaan dengan penelitian ini adalah topik penelitian yaitu kualitas pelayanan. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, pada penelitian sebelumnya meneliti tentang meningkatkan kualitas pelayanan melalui digitalisasi di BSI tidak hanya melalui *mobile banking*. Sedangkan pada penelitian ini berfokus pada *mobile banking*.

Kelima, penelitian dari Pirda Yanti (2022) dengan judul “Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Produk *E-Channel* Pada Masa Pandemi Covid-19 Di BSI Banjarbaru A Yani”. Penelitian ini meneliti tentang strategi BSI Banjarbaru A Yani yang menambahkan fitur pembayaran baru pada aplikasi BSI *Mobile* pada masa pandemi covid-19. Hasil dari penelitian ini menunjukkan respon yang positif terkait fitur pembayaran yang baru, namun karena masih baru fitur tersebut banyak mengalami kendala seperti *loading* yang terlalu lama, notifikasi yang terlambat masuk dan pin terblokir tanpa ada sebab yang jelas. Persamaan dengan penelitian ini ada pada topik penelitian yaitu kualitas pelayanan. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, pada penelitian sebelumnya fokus pada pengaruh fitur baru BSI *mobile* selama masa pandemi terhadap kualitas pelayanan. Sedangkan pada penelitian ini akan fokus pada strategi BSI dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui *mobile banking*.

Keenam, penelitian dari Widia Eka Pramesti, Wahyu Eka Setianingsih & Ira Puspitadewi (2023) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember”. Penelitian ini meneliti tentang kepuasan nasabah terhadap BSI *Mobile* apakah sesuai dengan harapan nasabah, yaitu terpercaya, cepat, murah dan aman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan yang semakin baik adalah keamanan nasabah yang terjaga dengan baik, karena jika privasi nasabah terjaga maka akan merasa aman dan nyaman. Persamaan dengan penelitian ini ada pada topik penelitian yaitu kualitas pelayanan. Perbedaannya ada pada fokus penelitian, pada penelitian sebelumnya fokus pada kepuasan nasabah terhadap BSI *mobile*. Sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi BSI dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui BSI *mobile*.

B. Kerangka Teori

1. Strategi

a. Pengertian

Menurut sejarah manajemen, ide strategi dibuat oleh bangsa Yunani dengan tujuan untuk menang dalam peperangan. Bangsa Yunani membuat strategi untuk mendapatkan informasi dan data tentang musuh sehingga bisa menang dalam perang (Yam, 2020).

Secara bahasa strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategos*” yang berarti ”jenderal”. Sesuai dengan artinya jenderal merupakan pimpinan tertinggi dalam militer yang mengatur

rencana dan langkah-langkah untuk mencapai kemenangan pada suatu pertempuran (Chusni dkk., 2021).

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan strategi sebagai suatu ilmu atau seni dalam memimpin untuk mencapai tujuan tertentu (KBBI). Strategi adalah sebuah tujuan jangka panjang yang akan dicapai, strategi mencerminkan suatu perusahaan bagaimana, kapan dan dimana harus bersaing untuk mencapai tujuan tersebut (Sufyati dkk., 2021).

Pada awalnya penggunaan strategi adalah untuk mencapai kemenangan dalam perang. Namun semakin berkembang zaman penggunaan strategi mulai digunakan diberbagai bidang termasuk ekonomi dan bisnis. Adanya strategi dalam dunia ekonomi dan bisnis agar dapat meningkatkan suatu perusahaan dan dapat bersaing di pasar (Yam, 2020).

Strategi dalam dunia bisnis merupakan suatu rencana yang dibuat oleh perusahaan. Rencana yang disusun itu merupakan sebuah alat yang dapat memprediksi suatu ancaman, peluang, kekuatan, kelemahan dan tantangan yang kemungkinan akan berhadapan dengan perusahaan. Berdasarkan berbagai penjelasan sebelumnya bisa disimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah rencana yang dibuat secara sistematis yang berfungsi sebagai alat untuk mencapai target atau tujuan yang diinginkan (Rukajat, 2018).

b. Proses penetapan strategi

Proses menetapkan rencana yang akan dilakukan untuk mencapai keberhasilan biasa disebut sebagai formulasi strategi. Penyusunan strategi berkaitan erat dengan fungsi utama perusahaan yang terdapat pada misi perusahaan, strategi yang diformulasikan juga bersifat praktis (Ahmad, 2020).

Strategi mencakup perumusan tugas, tujuan, sasaran, kebijakan, program dan metode yang bisa dilakukan untuk mencapai tujuan akhir (Ahmad dkk., 2022). Strategi juga diartikan sebagai rencana yang teratur untuk mencapai tujuan. Dalam suatu perusahaan atau organisasi strategi juga berperan sebagai pedoman untuk menentukan keputusan dan menentukan arah perusahaan atau organisasi akan bergerak (Putri, L. A., 2020).

Terdapat empat proses dalam menyusun strategi, yaitu (Ahmad, 2020) :

- 1) Pengidentifikasian dan penetapan hasil yang ingin dicapai.
- 2) Pertimbangan dan pemilihan pendekatan.
- 3) Pertimbangan dan penetapan langkah-langkah.
- 4) Pertimbangan dan penetapan tolak ukur untuk menilai keberhasilan yang dilakukan.

Pada perbankan syariah, penetapan strategi harus mempertimbangkan tiga aspek, yaitu (Larassati & Fauzi, 2022):

- 1) Aspek geografik, lokasi dari bank syariah berada.
- 2) Aspek demografik, bagaimana kondisi finansial dan non finansial masyarakat sekitar bank syariah.
- 3) Aspek psikografik, melihat bagaimana gaya hidup.

Ketiga aspek di atas membuat bank syariah dapat mengidentifikasi calon nasabah sekitar, bank syariah bisa mengetahui bagaimana pola hidup, finansial dan pendapatan. Berdasarkan tiga aspek di atas juga bisa memberikan informasi mengenai umur dan status masyarakat sekitar, sehingga bank syariah bisa menyesuaikan biaya dan produknya (Larassati & Fauzi, 2022).

c. Jenis-jenis strategi

Strategi bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai peluang dan ancaman untuk suatu perusahaan, sehingga bisa memberikan antisipasi yang efektif. Strategi juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas suatu perusahaan. Strategi memiliki berbagai jenis, yaitu:

- 1) Strategi integrasi (integrasi ke depan, ke belakang & horizontal), strategi ini memungkinkan perusahaan bisa mengendalikan distributor, pemasok atau pesaing secara bersamaan (Aripin, 2021).
- 2) Strategi intensif, merupakan strategi yang memerlukan usaha intensif seperti penetrasi pasar dan pengembangan produk agar bisa bersaing di pasar (Banjamahor dkk., 2023).
- 3) Strategi diverkasi (diverkasi konsentrik, horizontal & konglomerat), strategi ini berfokus pada penambahan produk atau jasa baru (Ritonga, Z., 2020).

4) Strategi defensif, strategi ini digunakan ketika perusahaan sedang melakukan penghematan biaya atau asset dengan cara rasionalisasi biaya, divestasi dan likuidasi (Saraswati dkk., 2021).

5) Strategi umum Michael Porter, strategi ini dikembangkan Michael Porter untuk memperoleh keunggulan kompetitif dengan keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus (Aripin, 2021).

Strategi memang memiliki berbagai jenis, namun eksekusi strategi atau pelaksanaan strategi itu sendiri secara garis besar sama. Dalam proses inilah seorang pemimpin perusahaan akan bekerja lebih keras dalam mengkoordinasikan semua SDM yang ada. Setelah proses eksekusi, akan dilanjutkan dengan proses evaluasi strategi untuk mengecek hasil dari perumusan dan eksekusi sehingga dapat memperbaiki strategi yang sebelumnya agar lebih baik lagi (Ahmad, 2020).

d. Fungsi strategi

Fungsi strategi secara umum adalah untuk menjamin suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan berjalan lancar dan sesuai dengan rencana. Berjalannya suatu strategi sesuai dengan target sangatlah penting bagi perusahaan. Maka dari itu perusahaan harus memperhatikan dua faktor yang mempengaruhi strategi, yaitu (Mujib, 2022) :

- 1) Faktor internal, merupakan situasi dalam perusahaan itu sendiri.
- 2) Faktor eksternal, merupakan situasi diluar perusahaan, seperti geografis, sosial, teknologi dan demografis.

Sesuai dengan artinya strategi merupakan rencana untuk mencapai suatu tujuan. Secara garis besar strategi memiliki empat fungsi, yaitu (Fawzi dkk., 2022) :

- 1) Meningkatkan motivasi untuk melihat kemungkinan yang akan datang di masa depan.
- 2) Koordinasi antar divisi lebih efektif.
- 3) Perumusan tujuan baik jangka pendek maupun jangka panjang dan arah gerak perusahaan.
- 4) Pengawasan setiap kegiatan perusahaan.

Sebuah strategi dibuat untuk mencapai tujuan tertentu. Pada suatu perusahaan strategi dibuat untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen, strategi membuat nilai yang baik sehingga bisa memuaskan konsumen (Ritonga, H. M. dkk., 2019).

e. Tingkatan strategi

Perumus strategi atau pemimpin strategi dalam suatu perusahaan berbeda sesuai dengan tingkatan perusahaan itu sendiri.

Secara umum strategi terbagi menjadi tiga tingkatan, yaitu :

- 1) Strategi tingkat perusahaan (*corporate strategy*), pada tingkatan ini menggambarkan arah perusahaan secara menyeluruh tentang sikap pada pertumbuhan dan manajemen bisnis (Banjamahor dkk., 2023).

- 2) Strategi tingkat bisnis (*business strategy*), tingkatan strategi ini biasa dikembangkan pada level divisi dan berfokus untuk memperbaiki posisi dalam persaingan (Astiko, 2022).
- 3) Strategi tingkat fungsional (*functional strategy*), berfokus pada pemaksimalan produktivitas Sumber Daya Manusia (SDM) dengan cara menggabungkan beragam kegiatan untuk meningkatkan produktivitas perusahaan (Banjamahor dkk., 2023).

2. Bank Syariah

a. Pengertian

Jasa perbankan dalam perekonomian modern merupakan kebutuhan yang sulit untuk dihindari. Bank syariah merupakan bank yang menjalankan segala jenis kegiatannya berdasarkan prinsip syariah Islam. Di Indonesia peraturan tentang bank syariah diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah (Kurniawan, 2021).

Bank syariah merupakan lembaga intermediasi dengan tugas pokok penghimpunan dana dari masyarakat yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhan untuk masyarakat yang memang membutuhkan. Bank syariah memberikan modal atau pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan untuk membangun suatu usaha atau memenuhi kebutuhan sehari-hari (Ikatan Bankir Indonesia, 2018).

Bank sendiri memiliki dua prinsip, yaitu konvensional dan syariah, namun kegiatan utama bank konvensional dan syariah dasarnya sama yaitu penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat. Penghimpunan dana pada bank bisa berbentuk simpanan sedangkan penyaluran dana dalam bentuk kredit atau pembiayaan. Bank syariah di Indonesia lahir pertama pada tahun 1992 dengan berdirinya Bank Muamalah Indonesia, sistem operasional bank syariah menggunakan layanan bebas riba berbeda dengan bank konvensional (Kurniawan, 2021).

Seiring berjalannya waktu, bank syariah menjadi suatu hal yang tidak asing. Perkembangan bank syariah di Indonesia tergolong cepat, hal ini ditunjukkan dengan bank konvensional mulai membentuk divisi syariah, seperti BNI Syariah, Mandiri Syariah, BRI Syariah (Yusmad, 2018). Pada tahun 2021 menjadi tahun yang ikonik karena munculnya Bank Syariah Indonesia atau BSI.

Bank Syariah Indonesia merupakan gabungan antara tiga bank milik BUMN. Pada tanggal 1 Februari 2021 Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Dikutip dari halaman resmi BSI tujuan dari penggabungan tiga bank tersebut merupakan suatu *ikhtiar* untuk melahirkan bank syariah kebanggaan umat yang menjadi

bagian dari pembangunan ekonomi nasional dan kesejahteraan masyarakat (Bank Syariah Indonesia, 2021).

b. Ciri-ciri bank syariah

Sesuai dengan namanya, bank syariah maka wajib segala kegiatan yang dilaksanakan menggunakan prinsip syariah. Bank syariah dilarang menggunakan bunga, karena berbentuk riba. Seperti yang tercantum dalam Al-Qur'an surat Ar-Rum ayat 39:

وَمَا آتَيْتُم مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوًّا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوًّا عِنْدَ اللَّهِ ۖ وَمَا
آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ

Artinya: “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)” (Dahlan, 2016).

Perbedaan yang mencolok antara bank syariah dengan bank konvensional adalah tanpa riba. Bank syariah melaksanakan segala kegiatannya tanpa mengambil bunga atau bebas riba, berbeda dengan bank konvensional yang masih terdapat bunga. Dalam praktik bisnis perbankan prinsip syariah meliputi produk dan transaksi bebas riba, bebas *maysir* (judi) dan menghindari kezaliman (Alimusa, 2020).

Selain bebas dari bunga, bank syariah juga memiliki ciri-ciri lain yang berbeda dari bank konvensional, yaitu:

- 1) Adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang mengawasi kegiatan bank syariah agar sesuai dengan prinsip syariah (Ikhsanti dkk., 2023).
- 2) Penggunaan persentase perhitungan keuntungan dan biaya administrasi dihindari, karena berpotensi riba (Apriani & Hartanto, 2019).
- 3) Sistem bagi hasil, keuntungan yang disepakati oleh nasabah dan bank syariah (Kurniawan, 2021).
- 4) Tidak terdapat *fixed return*, pada bank syariah ditentukan setelah memperoleh keuntungan tidak sebelumnya (Ikhsanti dkk., 2023).

c. Fungsi bank syariah

Pendirian bank syariah di Indonesia bertujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat Indonesia yang mayoritas Muslim atau beragama Islam. Bank syariah yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip bagi hasil dan bebas riba inilah yang menjadi keinginan dan kebutuhan masyarakat (Faisal, 2021).

Bank syariah memiliki peran dalam perekonomian sebagai lembaga penghimpun dan penyalur dana kepada masyarakat. Adapun fungsi dari bank syariah sendiri sebagai berikut (Apriani & Hartanto, 2019) :

- 1) Manajer investasi, bank syariah sebagai pemilik dana dari dana yang dihimpun dari masyarakat.
- 2) Investor, bank syariah menginvestasikan dana yang dimilikinya atau dana nasabah yang sudah dipercayakan.

Hadirnya bank syariah juga berfungsi sebagai suatu upaya untuk menegakan konsep keadilan dalam sektor ekonomi, meningkatkan transaksi sesuai syariah Islam dan menjaga kestabilan ekonomi moneter (Ikhsanti dkk., 2023).

d. Produk bank syariah

Produk bank syariah memiliki ciri khas yang unik seperti bank syariah memperlakukan semua pihak sebagai mitra, berbagi risiko dan berbagi hasil. Secara umum produk-produk bank syariah terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu :

- 1) *Funding*, produk yang berkaitan dengan penghimpunan dana, seperti tabungan dengan prinsip wadiah atau mudharabah (Ikhsanti dkk., 2023).
- 2) *Landing* atau *financing*, produk yang berkaitan dengan penyaluran dana atau biasa dikenal sebagai pembiayaan, seperti pembiayaan jual beli murabahah dan sewa ijarah (Apriani & Hartanto, 2019).
- 3) *Service*, produk ini berkaitan dengan jasa yang diberikan oleh bank syariah menggunakan akad *wakalah*, *kafalah*, *hawalah*, *rahn* dan *qardh* (Ikhsanti dkk., 2023).

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian

Kualitas mengisyaratkan suatu kesempurnaan, pemenuhan atau pemuasan keinginan konsumen, kesesuaian dan harga yang ekonomis (Walujo dkk., 2020). Sedangkan pelayanan adalah suatu jasa yang diberikan oleh individu atau kelompok untuk memenuhi permintaan (Wahyoedi & Saparso, 2019). Pelayanan tidak dapat dihitung, diukur, diinventarisasi, diuji dan diverifikasi sebelum dilakukan untuk mengecek suatu kualitas (Singgih, 2020).

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara konsisten dan sesuai dengan prosedur yang ada. Salah satu penentu keberhasilan penjualan dalam suatu perusahaan adalah kualitas pelayanan, semakin baik kualitas maka semakin tinggi juga peminatnya (Kurnia, 2020).

Arti lain dari kualitas pelayanan adalah sejauh mana perbedaan antara realita dan ekspektasi dari pelanggan yang akan menerima layanan (Wulandari, 2022). Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang penting untuk mendatangkan klien.

b. Dimensi kualitas pelayanan

Pelayanan dengan kualitas yang baik dan bisa menyampaikan harapan konsumen bisa meningkatkan minat nasabah untuk mengambil suatu produk di bank syariah (Adela,

2020). Dimensi kualitas pelayanan dibedakan menjadi lima dimensi, yaitu (Wulandari, 2022) :

- 1) Berwujud (*tangible*), kesiapan perusahaan memperlihatkan kinerja kepada pihak luar.
- 2) Keandalan (*reability*), kemampuan pemberian layanan.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*), respon pemberi pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- 4) Empati (*empathy*), perhatian atau rasa empati kepada pelanggan yang bersifat privasi.
- 5) Jaminan dan kepastian (*assurance*), segala hal yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga bisa meningkatkan kepercayaan pelanggan.

c. Karakteristik kualitas pelayanan

Kualitas pelayan yang baik berarti apa yang diberikan sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen atau pelanggan. Karakteristik pelayanan harus dilihat dari pelayanan yang diberikan bukan dari suatu perusahaan yang menaungi. Karakteristik pelayanan terbagi menjadi empat, yaitu :

- 1) Tidak berwujud (*intangibility*), pelayanan tidak dapat dilihat, diraba atau dirasa sebelum jasa itu dibeli.
- 2) Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*), tidak dapat dipisahkan dengan penyedia jasa yaitu orang atau teknologi (Irdafat, 2021).
- 3) Variabilitas pelayanan (*service variability*), kualitas pelayanan bergantung pada siapa, dimana, kapan dan bagaimana pelayanan itu diberikan (Tanjung dkk., 2022).

- 4) Langsung digunakan & habis (*service perishability*), tidak bisa disimpan dan diperjualbelikan (Irdafat, 2021).

Pelayanan bank syariah merupakan pelayanan jasa melalui individu secara langsung maupun tidak langsung yaitu melalui teknologi. Pelayanan secara langsung bisa dinilai dari etika berpakaian dan etika komunikasi kepada nasabah, sedangkan pelayanan teknologi dinilai dari fitur yang diberikan (Apriyani dkk., 2023).

d. Fungsi kualitas pelayanan

Secara umum adanya kualitas pelayanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan kepada suatu perusahaan. Selain itu kualitas pelayanan juga berfungsi sebagai suatu gambaran standar kualitas pelayanan untuk perusahaan, sehingga bisa memberikan evaluasi dan perbaikan untuk kedepannya (Apriyani dkk., 2023). Beberapa fungsi lain adalah sebagai berikut (Wulandari, 2022) :

- 1) Mempercepat proses pelaksanaan suatu pekerjaan
- 2) Untuk menambah produktifitas.
- 3) Memberikan rasa kepuasan untuk pelanggan.
- 4) Memberikan rasa senang bagi orang sekitar.

Kualitas pelayanan juga berfungsi sebagai sarana untuk menjaga hubungan dengan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan perasaan puas dan nyaman kepada pelanggan

sehingga bisa menjaga hubungan yang baik dan menjadi pelanggan yang setia atau loyal (Pertiwi, 2021).

e. Ukuran kualitas pelayanan

Kecermatan dalam melayani, respon yang cepat dan kemampuan penyampaian menjadi tolak ukur kualitas pelayanan yang baik untuk suatu perusahaan. Penilaian kualitas pelayanan memiliki lima kriteria yang perlu diperhatikan, yaitu (Andriyati dkk., 2022) :

- 1) Kehandalan (*reliability*), keahlian suatu individu atau perusahaan dalam memberikan pelayanan.
- 2) Daya tanggap (*responsiveness*).
- 3) Jaminan (*assurance*).
- 4) Empati (*empathy*).
- 5) Bukti fisik (*tangibles*), keahlian dalam menunjukkan fasilitas fisik sebagai bukti pelayanan.

Pada bank syariah kualitas pelayanan dihitung baik secara langsung dengan orang maupun dengan mesin atau digital tanpa melanggar prinsip syariah (Mundir & Hayati, 2021). Dalam dunia perbankan syariah kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang harus diperhatikan demi keamanan dan kenyamanan nasabah (Ikatan Bankir Indonesia, 2014).

Standar kualitas pelayanan dalam perbankan syariah adalah pemahaman nasabah akan produk bank syariah, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah terhadap bank syariah. Hal tersebut bisa dideskripsikan melalui citra bank syariah sendiri, citra bank syariah

diartikan sebagai pelayanan kepada nasabah, bangunan, logo dan slogan (Saundri, 2021).

4. Nasabah

a. Pengertian

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan nasabah sebagai orang yang sudah memiliki hubungan dengan bank dan sudah berlangganan menggunakan layanan bank (KBBI). Pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan mendefinisikan nasabah sebagai “pihak yang menggunakan jasa bank” (Undang-Undang Perbankan). Dalam UU NO 10 Tahun 1998 menjelaskan nasabah juga terbagi menjadi dua macam, yaitu:

- 1) Nasabah penyimpan, nasabah yang menyimpan dananya pada bank
- 2) Nasabah debitur, nasabah yang mendapatkan kredit atau pembiayaan sesuai dengan perjanjian yang disepakati dengan bank

Secara umum nasabah adalah seseorang atau suatu perusahaan yang mengelola dananya pada sebuah bank baik berupa penyimpanan maupun pinjaman atau transaksi lainnya (Kamila, 2021). Pada bank syariah hubungan nasabah dengan bank syariah merupakan suatu hal yang wajib untuk di jaga. Ketika bank syariah menjaga baik hubungannya dengan nasabah bisa meningkatkan loyalitas nasabah pada bank syariah tersebut (Riyadi, 2022).

b. Jenis-jenis nasabah

Bank syariah harus bisa meyakinkan nasabah agar merasa aman sehingga yakin untuk menyimpan dana di bank syariah. Dalam bank syariah nasabah dapat dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu (Putri, W. E. dkk., 2022) :

- 1) Nasabah deposan, nasabah yang menyimpan dana.
- 2) Nasabah yang memanfaatkan fasilitas kredit.
- 3) Nasabah yang melakukan transaksi dengan pihak lain.

Nasabah juga dibedakan berdasarkan sifat-sifat yang berbeda, hal ini disebabkan karena latar belakang pendidikan, agama, lingkungan dan lainnya. Beberapa sifat-sifat nasabah yang harus diketahui, yaitu (Putri, W. E. dkk., 2022) :

- 1) Nasabah dianggap “raja”, artinya semua keinginan dan permintaan harus bisa dipenuhi.
- 2) Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.
- 3) Tidak mau dikomentari dan tidak mau tersinggung.
- 4) Nasabah haus perhatian.

Tanpa adanya nasabah bank syariah tidak mungkin bisa berkembang, maka dari itu menjaga hubungan dengan nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi bank syariah. Ketika bank syariah berhasil menjaga hubungan dengan nasabah bisa memberikan manfaat. Seperti keuntungan dari produk atau jasa yang diambil nasabah bertambah, memperoleh nasabah baru dan mendapatkan promosi secara gratis dari nasabah (Riyadi, 2022).

c. Pihak-pihak yang termasuk nasabah

Dalam dunia bisnis, nasabah diartikan sebagai seseorang yang harus diberikan pelayanan yang terbaik sebagai nilai tambah untuk perusahaan. Nasabah juga biasa disebut sebagai konsumen atau pelanggan. Para pihak yang bisa disebut nasabah bisa terbagi menjadi dua kelompok, yaitu (Putri, W. E. dkk., 2022):

- 1) Nasabah internal (*internal customer*), seorang yang berada di dalam dan memiliki pengaruh pada perusahaan.
- 2) Nasabah eksternal (*eksternal customer*), seorang yang berada di luar perusahaan yang menerima pelayanan.

Pada bank syariah pihak-pihak yang termasuk nasabah dibagi menjadi tiga kategori, yaitu (Samsudin dkk., 2023) :

- 1) Nasabah prioritas, nasabah yang memiliki tabungan minimal Rp. 500.000.000 selama satu tahun.
- 2) Nasabah di bawah 1 juta.
- 3) Nasabah milenial (muda), nasabah remaja dengan rentan usia 17-20 tahun.

5. *Mobile Banking*

a. Pengertian

Pada zaman ini aktivitas manusia semakin dipermudah dengan berkembangnya teknologi. Salah satu aktivitas adalah transaksi pada bank dengan hadirnya *mobile banking*, baik bank syariah maupun konvensional. *Mobile banking* yang biasa disebut

dengan *M-Banking* merupakan aplikasi yang kembangkan bank untuk melakukan berbagai transaksi (Fitria dkk., 2021).

Kegiatan transaksi perbankan yang biasa dilakukan secara manual sekarang bisa dilakukan hanya melalui alat komunikasi. *Mobile banking* merupakan suatu alat yang disediakan oleh bank untuk melakukan berbagai transaksi melalui *handphone* atau alat komunikasi lainnya (Wulandari, 2022). *Selain mobile banking* terdapat dua jenis layanan yang sejenis, yaitu:

- 1) *Internet Banking*. Layanan transaksi perbankan yang bisa dilakukan dimana saja dan kapanpun menggunakan komputer atau *smartphone*, dengan cara mengakses web resmi bank (Lestari, 2022).
- 2) *SMS Banking*. Layanan transaksi yang dilakukan melalui fitur SMS pada ponsel nasabah (Fitria dkk., 2021).

Mobile banking merupakan suatu sistem yang membuat penggunanya untuk melihat dan melakukan transaksi finansial melalui *smartphone* atau perangkat *mobile wireless* yang lain (Imamah & Safira, 2021). *Mobile banking* merupakan salah satu kemajuan teknologi yang memberikan efek sangat besar karena layanan digital yang paling praktis dan disukai oleh banyak orang saat ini (Samsudin dkk., 2023).

b. Tujuan *mobile banking*

Bank menyediakan layanan *mobile banking* sebagai alternatif dan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi tanpa harus datang ketempat secara langsung. Beberapa fitur dasar yang ada disetiap *mobile banking* adalah informasi saldo, mutasi rekening dan transfer dana, selain itu pada beberapa *mobile banking* juga menyediakan fitur pembelian pulsa (Iqbal dkk., 2021).

Mobile banking lahir untuk memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi dimana dan kapanpun. Transaksi yang bisa dilakukan melalui *handphone* nasabah dapat menghemat waktu, tenaga dan biaya (Putri, W. E. dkk., 2022). Tujuan utama dari adanya *mobile banking* untuk memudahkan nasabah melakukan berbagai transaksi layaknya di bank namun dilakukan secara digital sehingga tidak datang langsung ke tempat.

Inovasi *mobile banking* juga bertujuan untuk memajukan teknologi di bidang perbankan. Berkembangnya teknologi membuat adanya tuntutan kepada perbankan untuk lebih praktis dan efisien, karena hal itulah muncul *mobile banking* dengan tujuan mewujudkan transaksi yang cepat, mudah, nyaman dan aman (Fitria dkk., 2021).

c. Manfaat *mobile banking*

Adanya *mobile banking* berdampak positif bagi bank, nasabah dan operator seluler. Bagi bank memperoleh kepercayaan

nasabah, bagi nasabah mempermudah transaksi dan bagi operator seluler memperoleh konsumen dengan pembelian kuota atau pulsa (Wulandari, 2022). Beberapa keunggulan *mobile banking* adalah *time saving convenient, secure, easy access to your finance, increased efficiency* dan *fraud reduction* (Yudin, 2021).

Secara umum manfaat dari adanya *mobile banking* adalah memudahkan berbagai transaksi melalui alat komunikasi. Namun bisa lebih dijabarkan sebagai berikut (Wulandari, 2022) :

- 1) Transfer dana.
 - 2) Informasi saldo dan mutase rekening.
 - 3) Membayar tagihan.
 - 4) Membeli tiket, pulsa, listrik dan lain sebagainya.
- d. Fitur *mobile banking*

Fitur-fitur yang ada di *mobile banking* setiap bank syariah berbeda-beda, namun ada fitur-fitur dasar yang pasti bahkan wajib untuk dimiliki *mobile banking* manapun, yaitu (Fitria dkk., 2021) :

- 1) Mengecek informasi saldo dan rekening mutase.
- 2) Transfer dana antar rekening dan bank lain.

Selain fitur wajib di atas, berbagai fitur-fitur yang biasa ada di *mobile banking* adalah (Wulandari, 2022):

- 1) Membayar berbagai tagihan.
- 2) Membeli pulsa atau kuota hp.
- 3) Informasi valuta asing.

4) Transfer internasional dan investasi.

e. Cara kerja *mobile banking*

Sebelum mengakses *mobile banking*, nasabah harus melakukan aktivasi terlebih dahulu dan cara aktivasi berbeda tergantung bank masing-masing. Namun secara umum cara aktivasi *mobile banking* adalah melampirkan berkas administrasi ke bank, kemudian melakukan aktivasi melalui ATM untuk mendapatkan PIN sementara. Setelah mendapatkan PIN sementara, nasabah memasukkannya kedalam aplikasi *mobile banking* yang sudah didownload dan melakukan aktivasi di aplikasi tersebut (Fitria dkk., 2021).

Cara kerja *mobile banking* hanya bisa diakses oleh pemegang rekening karena harus memasukkan nomor PIN atau *password* yang sudah diatur pada awal mengaktifkan *mobile banking*. Setelah masuk ke dalam menu nasabah hanya perlu memilih akan melakukan apa, jika ingin melakukan transfer dana maka pilih menu transfer dan seterusnya (Yudin, 2021).