

ANALISIS DIMENSI CARTER DAN KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI DI KOTA MEDAN

Lenny Menara Sari Saragih¹, Boy Fadly², Asmuni³ Isnaini Harahap³.

¹Dosen Universitas IBBI dan Mahasiswa Program S-3 UIN Sumatera Utara

Email: menarasaragih@gmail.com

¹Mahasiswa Program S-3 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: qaizherkami@gmail.com

²Dosen Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

asmuni@uinsu.ac.id

³Dosen Universitas Negeri Islam Sumatera Utara

isnaini.harahap@uinsu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Dimensi CARTER yang terdiri dari Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Emphaty dan Responsiveness terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri di Kota Medan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder serta teknik pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dimensi CARTER yang terdiri dari Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Emphaty dan Responsiveness secara keseluruhan telah diterapkan dengan baik di Bank Syariah Mandiri di Kota Medan.

Kualitas pelayanan yang meliputi dimensi CARTER yang diberikan yang diberikan BSM kepada nasabah adalah memberikan dampak kepuasan kepada nasabah sehingga nasabah berkeinginan merekomendasikan kepada berbagai pihak lain seperti keluarga, rekan kerja dan lainnya untuk menggunakan produk Yang ada di Bank Syariah di Kota Medan.

Kata Kunci: Dimensi CARTER dan Kepuasan Nasabah

1. Pendahuluan

Perbankan Syariah merupakan Industri Keuangan Syariah yang sangat berpotensi untuk berkembang di Indonesia. Mengingat jumlah penduduk mayoritas Muslim di Dunia dan di Indonesia khususnya. Berdasarkan data *Globalreligiustfuture*, penduduk Indonesia yang

beragama Islam pada 2010 mencapai 209,12 juta jiwa atau sekitar 87% dari total populasi. Kemudian pada 2020, penduduk muslim Indonesia diperkirakan akan mencapai 229,62 juta jiwa. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/indonesia>)

Untuk di Kota Medan penduduk muslim dapat diketahui dari Tabel 1.1 dibawah ini:

Table 1.1 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama Yang Dianut di Kota Medan

Tahun/Kecamatan Year/Subdistrict	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	Lainnya
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1. Kecamatan Tuntungan	84.798	44.282	18.120	484	514	10
2. Kecamatan Johore	87.650	22.316	6.945	55	12.828	-
3. Medan Angkasa	100.430	33.510	3.000	-	1	-
4. Medan Denai	132.100	42.591	1.655	111	860	-
5. Medan Area	56.467	6.807	1.647	420	20.910	13
6. Medan Kota	47.460	21.409	13.279	314	21.848	18
7. Medan Maimun	43.277	5.008	2.424	1.424	15.095	-
8. Medan Polonia	24.476	8.827	369	2.094	7.435	-
9. Sereen Rasi	19.485	17.047	2.317	1.060	-	-
10. Medan Selayang	51.673	24.286	8.678	1.385	1.097	-
11. Medan Sunggal	89.918	18.975	3.133	1.611	13.403	1
12. Medan Helvetia	106.242	45.671	5.889	451	4.072	2
13. Medan Petisah	48.399	26.872	2.901	2.050	21.595	-
14. Medan Barat	59.924	14.894	14.894	775	14.858	3
15. Medan Timur	71.785	18.075	5.458	3.842	15.565	-
16. Medan Perjuangan	75.098	31.023	7.531	455	14.067	14
17. Medan Tambora	108.675	40.825	2.170	917	9.340	-
18. Medan Deli	100.150	8.186	2.546	478	13.243	-
19. Medan Labuhan	90.849	24.344	6.281	29	7.753	-
20. Medan Marelan	127.424	5.874	8.032	440	5.455	28
21. Medan Belawan	80.808	28.688	10.413	217	9.452	-
Medan	1.601.296	490.401	1.126.88	19.150	210.688	99

Sumber: Kota Medan Dalam Angka, 2020

Dari tabel diatas terlihat jumlah penduduk di Kota Medan mayoritas beragama Islam yang berjumlah 1.601.296 yang terhimpun dari 21 Kecamatan yang dimulai dari Kecamatan Medan Tuntungan sampai Medan Belawan.(Kota Medan Dalam Angka,2020)

Namun yang menjadi permasalahan utama dan dirasakan sangat kompleks adalah walaupun Negara Indonesia menduduki peringkat pertama penduduk Muslim didunia yaitu sebesar 207.176.162 jiwa atau 87,2% dari total jumlah penduduk di Indonesia, Perbankan Syariah di Indonesia hanya mampu menguasai market share perbankan syariah sebesar 5,95 % dari market share perbankan konvensional dengan total jumlah rekening 30,28 juta . (OJK snapshot, 2019).

Gambar 1.1 Market Share Perbankan Syariah Juni Tahun 2019



Sumber: OJK, Otoritas Jasa Keuangan, Juni 2019.

Dari jumlah marketshare yang dimiliki Perbankan Syariah diduga masih adanya permasalahan dalam Perbankan Syariah, sehingga Keputusan menabung di Perbankan Syariah masih rendah. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa sangat tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan. Penelitian yang telah dilakukan dengan hasil penelitiannya menunjukkan pengukuran kualitas pelayanan perbankan syariah dengan menggunakan Dimensi CARTER yang terdiri dari enam dimensi yaitu *compliance, assurance, reliability, tangible, empathy dan responsiveness* sangat reliabel dan memiliki hubungan dengan kepuasan nasabah pada perbankan syariah (Amin & isa,2008).

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini ingin mengkaji lebih lanjut apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Bank Syariah di Kota Medan telah memberikan kepuasan kepada nasabahnya yang akan ditinjau dari Dimensi CARTER (*Compliance, Assurance, Realibility, Tangible, Emphaty dan Responsiveness*).

2. KAJIAN LITERATURE

Kualitas merupakan tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman pada saat mencapai mutu tersebut. Kualitas adalah sebuah jaminan terbaik untuk loyalitas pada nasabah, karena hal tersebut menjadi pertahanan terkuat dalam menghadapi persaingan, jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng. Menurut Kotler, definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, 2000). Kualitas layanan dijelaskan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh dan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi konsumen (Zeithmal,2004).

Salah satu model pengukuran kualitas pelayanan adalah dengan menggunakan dimensi CARTER (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy dan Responsiveness*) yang telah dikemukakan oleh Othman dan Owen pada salah satu penelitiannya di KFH (Kuwait Finance House), (Othman, 2001).

1. Dimensi *Compliance With Islamic Law*

Bank syariah telah memenuhi kepatuhan kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam apabila dalam semua transaksi dan kegiatan usahanya tidak mengandung unsur riba, gharar dan maisir, menjalankan bisnis yang berbasis pada keuntungan yang halal, menjalankan amanah yang dipercayakan nasabah kepada bank dan

mengelola zakat, infaq dan shadaqah dengan amanah.(Wardayati, Maria, 2011)

Indikator compliance (kepatuhan syariah) adalah *run on Islamic law Compliance* seperti dibawah ini: (Owen & Othman, 2001)
Menjalankan prinsip dan hukum islam

- a. Tidak ada pembayaran bunga baik untuk tabungan maupun pinjaman.
 - b. Menerapkan ketentuan layanan produk secara islami
 - c. Kesempatan mendapatkan pinjaman bebas bunga
 - d. Menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi.
2. Dimensi *Assurance*

Assurance (jaminan) adalah pengetahuan dan kesopanan dari karyawan dan kemampuan untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan. Ini juga mencakup komunikasi lisan dan tertulis antara staf bank dan pelanggan. Dari penjelasan diatas dapat diturunkan indikator dari kualitas pelayanan pada dimensi *assurance*:

- a. Karyawan yang ramah dan santun
 - b. Menyediakan konsultasi keuangan syariah
 - c. Keamanan dalam bertransaksi
 - d. Produk yang sesuai dengan yang dipromosikan
 - e. Tim manajemen yang berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas.
3. Dimensi *Reliability*

Reliability (keandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dari penjelasan diatas dapat diturunkan indikator dari kualitas pelayanan pada dimensi *reliability* adalah:

- a. Pelayanan yang tepat waktu.
 - b. Pelayanan yang sama untuk pelanggan
 - c. Pelayanan sesuai amanat yang dijanjikan.
 - d. Pemberian layanan yang cepat
 - e. Pelayanan yang tepat dan akurat
 - f. Karyawan mampu menciptakan rasa aman kepada nasabah
4. Dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*)

Tangibles merupakan kemampuan dalam menampilkan fasilitas fisik, kondisi gedung yang bersih, nyaman dengan interior menarik, tempat parkir yang aman, keamanan, serta menjaga penampilan dan keterampilan pegawai. Dari penjelasan diatas dapat diturunkan indikator dari kualitas pelayanan pada dimensi *tangibles* adalah:

- a. Tampilan kantor dan fasilitas fisik yang menarik.
- b. Interior kantor dan ruang tunggu yang nyaman dan islami
- c. Penampilan karyawan yang syari dan rapi

- d. Menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas
 - e. Lokasi yang mudah dijangkau \Sistem IT yang mendukung
 - f. Gerai ATM yang memadai
5. Dimensi Emphaty
- Emphaty (kepedulian) adalah kemampuan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan. Hal ini mengharapakan bahwa suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik. Dari penjelasan diatas dapat diturunkan indikator dari kualitas pelayanan pada dimensi *emphaty* adalah:
- a. Menyapa nasabah dengan sebutan nama.
 - b. Menangani keluhan pelanggan dengan cepat.
 - c. Meminta maaf apabila melakukan kesalahan.
 - d. Memahami kebutuhan anggota.
 - e. Memahami dengan senang hati
 - f. Penetapan tarif layanan yang rendah
 - g. Tidak diskriminatif kepada nasabah
6. Dimensi Responsiveness
- Responsiveness (daya tanggap) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat. Memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu menciptakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Dari penjelasan diatas dapat diturunkan indikator dari kualitas pelayanan pada dimensi *Responsiveness* adalah:
- a. Layanan yang responsif dan efisien
 - b. Penyediaan jasa konsultasi keuangan
 - c. Karyawan bersedia membantu nasabah
 - d. Karyawan melayani konsumen secara islam.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Bila kinerja sesuai harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau mmerasa amat gembira (Kotler&Keller, 2007).

Indikator Kepuasan konsumen dapat dilihat dari:

- a. Re-purchase
- b. *Menciptakan* Word-of-Mouth

- c. *Menciptakan Citra Merek*
- d. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber data asli (Indriantoro & Supomo, 2013).

Penelitian ini juga menggunakan metode sekunder. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) (Indriantoro & Supomo, 2013)

Teknik pengumpulan yang digunakan berupa observasi dan wawancara serta dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis sebelum di lapangan, reduksi data dan penyajian data serta penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2016). Lokasi penelitian di kota Medan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan.

4. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian observer terhadap nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Kota Medan dengan hasil diskusi dengan beberapa nasabah:

1. Dimensi CARTER

- a. BSM dalam menjalankan Dimensi Compliance telah memenuhi hukum Islam dan ekonomi dan perbankan beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam hanya sistem denda keterlambatan yang masih menjadi hal yang tidak disetujui oleh nasabah yang menabung di BSM.
- b. Pada Dimensi Assurance para Karyawan BSM sudah sangat ramah dan santun dan memberikan konsultasi keuangan syariah dan menawarkan produk kepada nasabah dan sudah mempunyai pengetahuan akan produk yang ditawarkan pada nasabah.
- c. Pada Dimensi reliability Bank Syariah Mandiri telah memberikan jasa atau pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya, amanah, tepat, serta memberikan kemudahan bagi nasabahnya.
- d. Pada Dimensi tangible BSM memiliki Tampilan kantor dan fasilitas fisik yang menarik, Interior kantor dan ruang tunggu

yang nyaman dan islami, penampilan karyawan yang syari dan rapi dan telah menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas

- e. Pada Dimensi Emphaty Bank Syariah Mandiri telah memberikan jasa dengan penuh perhatian kepada nasabah dan karyawan yang memiliki empati kepada nasabahnya
- f. Pada Dimensi Responsiveness BSM telah memberikan Layanan yang responsif dan efisien, Karyawan bersedia membantu nasabah dan melayani konsumen secara Islam.

2. Kepuasan Nasabah

Wawancara yang telah dilakukan dengan informan yang pertama merupakan nasabah Bank Syariah Mandiri berinisial Ibu "W" dengan pertanyaan pertama, apakah ibu dengan pelayanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri? Maka jawabnya: Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan kepada saya. Pertanyaan kedua, Setelah Ibu puas apa yang Ibu berikan kepada BSM? Maka atas pertanyaan tersebut beliau menjawab bahwa "Saya selalu merekomendasikan keluarga, teman mengajak orang lain untuk menggunakan produk Bank Syariah Mandiri dan menceritakan kenyamanan dan keramahan karyawan pada prang lain.

Hasil wawancara yang telah dilakukan dengan informan yang kedua merupakan nasabah Bank Syariah Mandiri berinisial Bapak "J" dengan pertanyaan pertama diatas mengenai kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri kepada nasabah. Bank Syariah telah memberikan kepuasan kepada nasabah dan nasabah ingin selalu menggunakan ulang untuk transaksi lain yang produknya tersedia untuk kebutuhan nasabah. Nasabah merasa karyawan memberikan pelayanan yang sama untuk pelanggan, layanan yang cepat dan mampu menciptakan rasa aman kepada nasabah.

Kemudian wawancara yang dilakukan dengan informan ketiga dengan inisial Bapak (B) dengan hasil wawancara Bank Syariah Mandiri merupakan bank syariah yang telah memberikan kepuasan nasabah baik dari pelayanan dan produk yang ditawarkan sangat variatif dan menyesuaikan dengan prinsip islami yang bebas riba. Tempat yang nyaman dan karyawan ramah dan bersedia membantu membuat nasabah membeli kembali produk di Bank syariah baik untuk tabungan haji atau pun seperti pembiayaan cicilan emas dan KPR rumah. Kepuasan yang dirasakan membuat nasabah selalu ingin merekomendasikan produk kepada orang lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan di atas terlihat bahwa terdapat kesamaan persepsi. Kualitas pelayanan yang berdasarkan Dimensi CARTER di Bank Syariah Mandiri Medan sudah cukup baik dan memberikan kepada nasabah.

Kualitas pelayanan yang baik yang terdiri dari kepatuhan menjalankan prinsip islam dalam oprasionalnya, Karyawan yang ramah dan bersedia membantu nasabah, memberikan jaminan kepada nasabah, fasilitas dan kenyamanan yang mendukung, serta respon yang cepat atas permasalahan pelanggan membuat nasabah merasa puas dan membuat nasabah dengan senang hati untuk merekomendasikan produk dan jasa Bank Syariah pada keluarga dan lainnya.

5. KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan berdasarkan Dimensi CARTER yang terdiri dari Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Emphaty, dan Responsiveness sudah baik yang diberikan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Medan hal ini dapat disimpulkan dari hasil wawancara kepada nasabah dan pengamatan peneliti kualitas pelayanan islami yang diberikan dapat dirasakan nasaban begitu juga dengan fasilitas yang terus menerus ditingkatkan oleh bank Syariah Mandiri.
2. Kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Kota Medan membuat nasabah merekomendasikan produk Bank kepada keluarga dan orang lain dan nasabah membeli ulang produk yang lain dari Bank itu sendiri.

Daftar Pustaka

- Amin Muslim ,Isa Zaidi, 2011,” *An Examination of the relationship between Service Quality Perception and Custamer satisfaction, A SEM approach towards ,Malaysian Islamic banking” International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management Vol. 1 No. 3, 2008 p. 191-209.*
- Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen, “*Adopting And Measuring Customer Service uavity In Islamic Banks: A Case Study N Kuwait Finance House*”, *International Journal Of Islamic Sevice*, Vol.3 No.1, 2001, h. 10-11.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama.* BFPF Yogyakarta. Yogyakarta.

**Philip Kotler, Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen,
Edisi I, (Jakarta : Prenhalindo,2000),h.75**

**Siti Maria Wardayati, —*Implikasi Shariah Governance
Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank syariah* dalam
Jurnal Walisongo Vol. 19 No. 1 Mei 2011, 8.**

**Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,
dan R&D.* Alfabeta, Bandung.**

**Veithzal Rivai, et al, *Bank And Financial Institution
Management,ed. 1,* Jakarta Raja Grafindo Persada,
2007**

**[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/in
donesia](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/in-donesia) diakses tanggal 15 Juli 2020**

**[https://medankota.bps.go.id/publication/2020/05/20/4d881
14085e598abae23c3e5/kota-medan-dalam-angka-
2020.html](https://medankota.bps.go.id/publication/2020/05/20/4d88114085e598abae23c3e5/kota-medan-dalam-angka-2020.html). diakses tanggal 16 Juli 2020**

**[https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-
kegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-
Syariah-Indonesia-Juni-2019.aspx](https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Juni-2019.aspx). diakses tanggal
16 Juli 2020**