



## **ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH DENGAN BANK KONVENSIONAL DI KOTA DEPOK MENGGUNAKAN CARTER MODEL**

**Budi Prijanto<sup>1</sup>, Rani Ferina Pulung<sup>2</sup> & Agustin Rusiana Sari<sup>3</sup>**  
<sup>1, 2 & 3</sup> Universitas Gunadarma

Email: [budi\\_prijanto@yahoo.com](mailto:budi_prijanto@yahoo.com), [raniferina13@gmail.com](mailto:raniferina13@gmail.com), [agustin@staff.gunadarma.ac.id](mailto:agustin@staff.gunadarma.ac.id)

### **ABSTRAK**

Bank merupakan suatu lembaga yang bergerak di bidang jasa, sehingga penting sekali untuk mengutamakan kualitas pelayanannya. Penelitian ini merupakan studi kuantitatif yang menganalisis dan membandingkan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah bank syariah dengan nasabah bank konvensional dengan menggunakan pendekatan CARTER (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Emphaty, dan Responsiveness*). Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengambil sampel sebanyak 200 responden yang terbagi menjadi 100 responden nasabah bank syariah dan 100 responden nasabah bank konvensional, dengan menggunakan metode *non probability sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *fuzzy logic*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan (*gap*) antara ekspektasi nasabah dengan persepsi atau kepuasan nasabah bank syariah sebesar -0,078, sedangkan untuk nasabah bank konvensional kesenjangan (*gap*) sebesar -0,067, ini berarti bahwa kepuasan nasabah bank konvensional lebih besar daripada bank syariah. Kesenjangan (*gap*) kepuasan nasabah bank syariah di Kota Depok ada pada item: karyawan memiliki pengetahuan yang luas serta berpengalaman dan termasuk dalam dimensi *assurance* (jaminan), sedangkan kesenjangan (*gap*) kepuasan nasabah bank konvensional di Kota Depok ada pada item tersedianya produk dan layanan yang berlandaskan syariah dan termasuk dalam dimensi *compliance* (Kepatuhan).

**Kata Kunci : Bank Syariah, Bank Konvensional, CARTER Model, Fuzzy Logic.**

### **ABSTRACT**

*Bank is an institution engaged in the service sector, so it is very important to prioritize the quality of its services. This research is a quantitative study that analyzes and compares the quality of service perceived by customers of Islamic banks with conventional bank customers using the CARTER approach (Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Emphaty, and Responsiveness). This study used a questionnaire as an instrument to take a sample of 200 respondents, divided into 100 Islamic bank customer respondents and 100 conventional bank customer respondents, using non-probability sampling method. The method used in this research is fuzzy logic. The results of this study indicate that there is a gap between customer expectations and customer perceptions (satisfaction) of Islamic banks of -0.078, while for conventional bank customers the gap is -0.067, this means that the customer satisfaction of conventional banks is greater than the costomer of Islamic banks. The gap customer satisfaction of Islamic banks in Depok City is in the item: employees have extensive knowledge and experience and are included in the dimension of assurance, while the gap customer satisfaction of conventional banks in Depok City is in the item Availability of products and services which is based on sharia and is included in the dimension of compliance.*

**Keywords : Islamic Banks, Conventional Banks, CARTER Mode, Fuzzy Logic.**

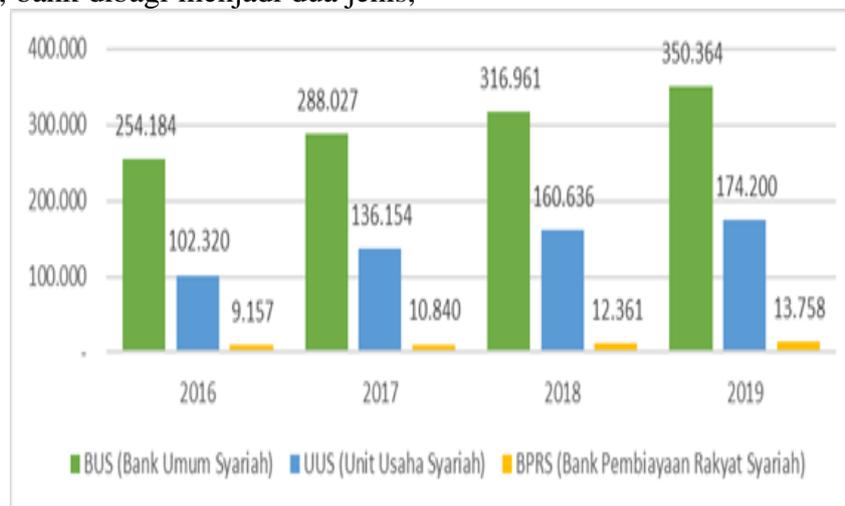
## PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga keuangan yang berperan penting dalam memajukan sektor perekonomian di Indonesia. Perbankan memiliki fungsi sebagai lembaga intermediasi antara pihak yang kelebihan dana (*surplus unit*) dengan pihak yang kekurangan dana (*deficit unit*) (Suherman, 2018). Dalam operasinya, perbankan menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana (*surplus unit*) dalam bentuk tabungan, giro dan deposito serta menyalurkannya kembali kepada masyarakat (*deficit unit*) dalam bentuk kredit.

Berdasarkan pasal 5 Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, bank dibagi menjadi dua jenis,

yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Kedua jenis bank tersebut dalam menjalankan kegiatan usahanya diklasifikasikan menjadi dua yaitu Bank Konvensional dan Bank Syariah. Perbedaan mendasar dari kedua bank tersebut adalah adanya pelarangan bunga dalam Bank Syariah sebagaimana bunga yang dihimpun pada Bank Konvensional, sehingga dalam kegiatan operasionalnya Bank Syariah menganut sistem bagi hasil.

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia dari tahun ke tahun tergolong cepat. Hal ini dapat dilihat dari data Statistik Perbankan Syariah di situs resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai berikut:

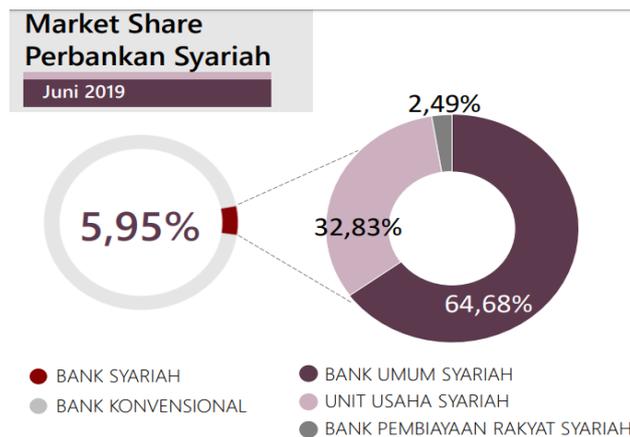


**Gambar 1. Perkembangan Total Aset Lembaga Keuangan Syariah**

Berdasarkan gambar 1 di atas diketahui bahwa total aset Lembaga Keuangan Syariah setiap tahunnya mengalami peningkatan. Bank Umum Syariah (BUS) memiliki total aset Rp. 350.364.000.000.000 dari 14 BUS, total aset Rp. 174.200.000.000.000 dari 20 Unit Usaha Syariah (UUS) serta total aset Rp. 13.753.294.000.000 dari 164 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Pertumbuhan aset Lembaga Keuangan Syariah ini dikarenakan semakin baiknya kepastian disisi regulasi serta

berkembangnya pemikiran masyarakat tentang keberadaan Lembaga Keuangan Syariah.

Ditengah perkembangan pesat yang dirasakan oleh Bank Syariah, nyatanya hal ini masih belum bisa disandingkan dengan perkembangan yang dirasakan oleh Bank Konvensional. Hal ini dapat dilihat melalui jumlah *marketshare* yang dimiliki oleh Bank Syariah dan Bank Konvensional sebagai berikut:



**Gambar 2. Market Share Perbankan Syariah**

Pada gambar 2 di atas dapat dilihat bahwa jumlah *marketshare* yang dimiliki oleh Bank Syariah sebesar 5,95% yang terdiri dari penempatan di Bank Umum Syariah sebesar 64,685, Unit Usaha Syariah sebesar 32,83% dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sebesar 2,49%, masih sangat kecil apabila dibandingkan dengan *marketshare* yang dimiliki oleh Bank Konvensional yang sebesar 94,05%. Hal ini menjadi sesuatu yang sangat disayangkan apabila mempertimbangkan jumlah muslim yang sangat besar di Indonesia.

Dalam rangka mengejar ketertinggalan, Bank Syariah harus berorientasi kepada kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan sasaran utama dalam konsep pemasaran bank. Dari informasi yang diketahui tentang apa yang memuaskan nasabah, bank lalu mencoba menciptakan produk jasa yang dapat memuaskan nasabah. Kualitas layanan merupakan faktor penting yang akan menjadi keunggulan daya saing di dunia perbankan saat ini. Metode pengukuran kualitas layanan yang biasa digunakan untuk mengukur kualitas pada perbankan konvensional serta banyak digunakan secara luas adalah metode SERVQUAL.

Metode SERVQUAL dibentuk berdasarkan lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan

*empathy*. Namun kelima dimensi kualitas layanan tersebut masih bersifat general yang ditujukan untuk bank konvensional sehingga tidak dapat diterapkan kepada perusahaan yang memiliki karakteristik khusus seperti perbankan syariah. Keunikan bank syariah dalam hal *compliance* yaitu pemenuhan hukum Islam dalam operasionalnya yang membuat pengukurannya tidak dapat disama ratakan dengan bank konvensional (Cahyani, 2016). Othman dan Owen (2001) melakukan pengembangan model pengukuran kualitas jasa yang dijalankan dengan prinsip syariah. Model ini disebut sebagai model CARTER. Model CARTER merupakan suatu pengukuran kualitas pelayanan perbankan syariah dengan memasukan enam dimensi, diantaranya *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*.

Dimensi pertama yaitu *compliance* yang berarti kepatuhan dalam menegakkan prinsip hukum Islam bagi bank di samping prinsip ekonomi yang berlaku. Dimensi kedua yaitu *assurance* yang berarti jaminan yang diciptakan oleh bank agar menumbuhkan rasa percaya kepada nasabahnya. Dimensi ketiga yaitu *reliability* yang berarti kinerja bank yang akurat dan terpercaya dalam pelayanan yang diterapkan. Dimensi keempat yaitu *tangibles* yang berarti bukti fisik yang

dimiliki bank dalam menyampaikan pelayanannya. Dimensi kelima yaitu *emphaty* yang merupakan sikap peduli dan perhatian yang diberikan bank dalam menyampaikan pelayanannya kepada nasabah. Dimensi terakhir yaitu *responsiveness* yang berarti kecepatan tanggapan yang diberikan bank dalam menangani keluhan dan tanggap dalam memberikan informasi yang jelas (Suherman, 2018). Pada dasarnya metode CARTER ini memiliki banyak kesamaan dengan metode SERVQUAL. Perbedaan yang dapat dilihat antara metode SERVQUAL dan CARTER hanya terdapat pada dimensi *compliance* yang mengharuskan bank syariah menerapkan prinsip hukum Islam di samping prinsip-prinsip ekonomi yang berlaku.

Dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah dan menumbuhkan rasa loyalitas pada perbankan di Indonesia, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana perbandingan tingkat kepuasan nasabah bank syariah dengan bank konvensional menggunakan model CARTER, serta bagaimana bila metode CARTER yang digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah bank syariah diaplikasikan juga kepada nasabah bank konvensional, yang dimana sebagian besar pengguna bank konvensional juga merupakan muslim yang mengerti tentang hukum Islam.

#### TINJAUAN PUSTAKA

Perbankan adalah lembaga intermediasi yang berperan dalam perkembangan sektor keuangan suatu negara. Intermediasi keuangan (*Financial intermediation*) merupakan suatu aktivitas penting dalam perekonomian, karena dapat menciptakan aliran dana dari pihak yang tidak produktif kepada pihak yang produktif dalam mengelola dana. hal ini akan membantu mendorong perekonomian menjadi lebih efisien dan dinamis (Mishkin, 2008). Pada tingkat makro, sektor perbankan merupakan alat

dalam menetapkan kebijakan moneter, sedangkan pada level mikro ekonomi, sektor perbankan merupakan sumber utama pembiayaan bagi pada pengusaha maupun individu (Siringoring, 2012).

Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi antara *surplus unit* dengan *deficit unit*. Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Restiani, 2018).

Jasa merupakan salah satu produk yang ditawarkan oleh perusahaan dalam kegiatan bisnisnya untuk para konsumennya. Salah satu karakteristik yang membedakan jasa dengan produk lainnya yaitu sifatnya yang tidak berwujud (*intangible*). Jasa juga dapat diartikan sebagai aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Perkembangan yang terjadi pada sektor jasa terlihat dari semakin banyaknya industri jasa seperti pada perbankan, asuransi, penerbangan, telekomunikasi, retail, pariwisata, dan perusahaan-perusahaan jasa profesional seperti kantor akuntan, konsultan, dan pengacara. Serta organisasi nirlaba seperti lembaga swadaya masyarakat, lembaga pemerintah, rumah sakit dan universitas yang saat ini semakin menyadari perlunya elemen jasa pada produknya sebagai upaya peningkatan keunggulan persaingan (*competitive advantage*) pada bisnisnya (Cahyani, 2016).

Menurut Tjiptono (2014) menyebutkan karakteristik pokok pada jasa adalah sebagai berikut:

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Karakteristik jasa sangat berbeda dengan barang. Jasa bersifat *intangible* yang artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium ataupun didengar sebelum dibeli. Konsep dari *intangible* memiliki dua pengertian yaitu:

- Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa.
- Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami secara rohaniah.

2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan, karakteristik ini disebut *inseparability* (tidak dapat dipisahkan) mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan faktor individu dalam menyampaikan informasi jasa menjadi unsur yang paling penting.

3. Keragaman jasa (*Variability*)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *nonstandardized output*, yang artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada

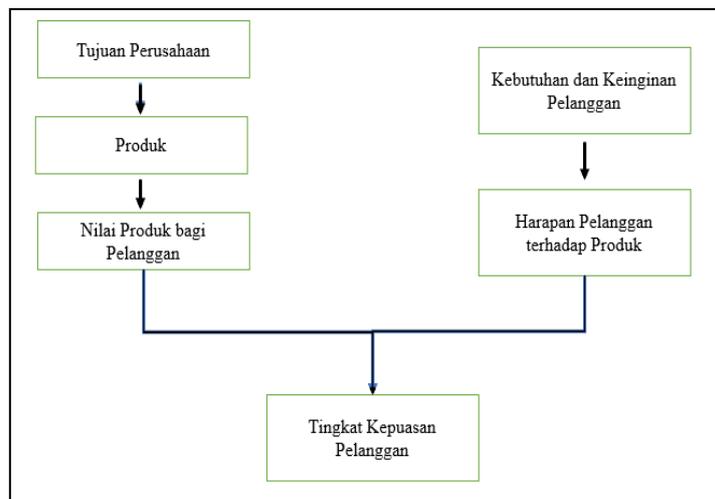
siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4. Tidak tahan lama (*Perishability*)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Dengan demikian apabila suatu jasa tidak digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Kepuasan pelanggan berkaitan dengan harapan atau kinerja hasil yang dirasakan oleh seorang konsumen. Persepsi pelanggan terhadap kepuasan merupakan penilaian subjektif atas hasil yang diperolehnya. Secara konseptual kepuasan pelanggan dapat digambarkan pada bagian di bawah ini:



Gambar 3. Konsep Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2014) terdapat empat metode yang dilakukan perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada kepuasan pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah untuk pelanggan dalam menyampaikan saran, kritik, pendapat maupun keluhan mereka. Media yang biasa digunakan bisa berupa kotak saran, kartu komentar, saluran telepon bebas pulsa, *website* dan lain-lain.

b. *Lost Customer Analysis* (Analisis pelanggan yang berhenti)

Cara ini dilakukan dengan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

c. Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, email, internet maupun wawancara secara langsung. Melalui diadakannya survei ini maka perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan memberikan perhatian lebih terhadap para pelanggannya.

Model CARTER merupakan salah satu model yang dikembangkan oleh Othman dan Owen (2001) untuk mendefinisikan dan mengukur kualitas layanan perbankan Islam dan berguna sebagai alat penilaian kualitas. Model ini dibentuk karena model SERVQUAL yang telah ada sebelumnya dirasa kurang cocok untuk diterapkan bagi perbankan syariah yang dikarenakan terdapat unsur *sharia*

*compliance* yang harus dijalankan oleh perbankan syariah dalam menjalankan operasionalnya sebagai bank yang menerapkan prinsip Islam disamping juga mengikuti prinsip-prinsip ekonomi.

Oleh karena itu, jika pada model SERVQUAL menggunakan lima dimensi dalam pengukuran kualitas jasanya yaitu *assurance, reliability, tangible, empathy* dan *responsiveness*, maka pada model CARTER menggunakan enam dimensi dalam pengukurannya yaitu dengan menambahkan unsur kepatuhan syariah (*sharia compliance*). Keenam dimensi tersebut kemudian dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut:

1. *Compliance* (Kepatuhan)

Dimensi ini menunjukkan kemampuan bank dalam memenuhi prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan seluruh operasionalnya. Hal ini dapat dilihat dengan tidak adanya pembayaran dengan riba atau bunga baik dalam produk tabungan maupun pembiayaannya. Serta tidak melakukan investasi pada kegiatan yang diharamkan dalam Islam seperti usaha perdagangan minuman keras, judi dan prostitusi.

2. *Assurance* (Jaminan)

Dimensi ini mendeskripsikan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Dengan adanya pengetahuan dan kesopanan para karyawan dapat menimbulkan etika komunikasi baik yang diperlukan perusahaan, sehingga ketika dalam menawarkan produk mereka tidak melakukan manipulasi yang dapat menumbuhkan kepercayaan dari nasabahnya.

3. *Reliability* (Kehandalan)

*Reliability* merupakan kemampuan untuk memberikan jasa atau pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya, sehingga nasabah akan memberikan kesan bahwa kinerja bank tersebut terjamin dan amanah, tepat, serta memberikan kemudahan-kemudahan bagi nasabahnya.

4. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan penampilan fisik, peralatan, personel dan materi komunikasi serta dapat juga berkenaan dengan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Bukti fisik merupakan tampilan fisik dari bank yang akan menunjukkan identitasnya sekaligus sebagai pendorong awal dalam menciptakan persepsi nasabah terhadap bank tersebut.

5. *Empathy* (Empati)

Empati adalah kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian bagi pelanggan. Bank diharapkan memiliki pengertian serta pengetahuan yang tinggi tentang nasabahnya, memahami kebutuhan nasabah dengan spesifik, dan memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabahnya.

6. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Ketanggapan syariah adalah kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat ditambah dengan pemberian informasi yang jelas. Hal ini dapat dilihat ketika bank syariah mampu menyelesaikan keluhan-keluhan nasabahnya dengan tanggap dan tepat akan berpengaruh kepada kepuasan nasabahnya.

Suherman (2018) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis kualitas pelayanan dengan Model

CARTER dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah (Studi pada PT. Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh) pada tahun 2018 menunjukkan hasil bahwa model CARTER secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sebesar 52,1%.

Siyanto (2015) dalam penelitiannya yang berjudul Preferensi kepuasan nasabah Bank Umum Syariah dan Bank Umum Konvensional dalam perspektif *Fuzzy CARTER* dan *Fuzzy SERVQUAL* di Surakarta tahun 2015. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat perbedaan kualitas pelayanan yang diberikan antara bank syariah dan bank konvensional yaitu kepuasan tertinggi yang dirasakan nasabah bank syariah adalah berkaitan dengan perhatian tulus yang diberikan karyawan, sedangkan kepuasan tertinggi yang dirasakan nasabah bank konvensional adalah berkaitan dengan bukti fisik seperti penampilan karyawan, perlengkapan modern dan fasilitas yang diberikan.

Cahyani (2016) dalam penelitiannya yang berjudul Tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan perbankan syariah di Yogyakarta pada tahun 2016 memperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan tentang kualitas pelayanan di bank syariah di atas moderat (cukup tinggi). Faktor yang memberikan efek besar bagi kepuasan pelanggan di perbankan syariah adalah faktor *responsiveness*, *compliance*, dan *emphaty*. Dengan analisis varians disimpulkan bahwa kualitas setiap bank syariah tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

Fitriani (2018) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan dengan dimensi CARTER di perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah (Studi kasus pada nasabah tabungan faedah BRI Syariah KCP Majapahit Semarang) pada tahun

2018 memperoleh hasil besarnya pengaruh CARTER terhadap kepuasan nasabah sebesar 63,2%. Dari perhitungan uji secara simultan diperoleh F-hitung sebesar 29,319 yang berarti secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara CARTER terhadap kepuasan nasabah.

Wahyuningsih (2014) dalam penelitiannya yang berjudul Tingkat kualitas pelayanan dengan Model CARTER (Studi pada BPD DIY Syariah) pada tahun 2014 memberikan hasil bahwa terdapat enam variabel yang belum mampu memenuhi harapan pelanggan dan perlu dilakukan perbaikan yaitu akad atau kesepakatan sesuai dengan syariat Islam, ketersediaan ATM, penambahan *teller* pada jam sibuk, memberikan pelayanan tepat waktu sesuai yang dijanjikan, respon *customer service* dalam menanggapi keluhan nasabah serta jam operasional bank yang sesuai bagi nasabah.

## METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui hasil kuesioner yang telah disebar kepada nasabah bank syariah dan bank konvensional, sedangkan data sekunder diperoleh melalui pencarian data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti melalui buku, jurnal, skripsi, internet dan perangkat lain yang berkaitan dan mendukung dalam penyusunan penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan pada nasabah pengguna jasa perbankan, baik pengguna jasa bank syariah ataupun bank konvensional di Kota Depok. Pemilihan objek penelitian dilakukan secara *purposive* (kriteria tertentu) dengan mempertimbangkan bahwa Kota Depok

merupakan salah satu kota yang berkembang cukup pesat khususnya dalam perkembangan perbankannya, hal ini terbukti dengan semakin banyaknya kantor cabang dari tiap bank yang berdiri di Kota Depok.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non-probability sampling* yaitu dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentu sampel dimana peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian (Nurfaridah, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan jasa perbankan yaitu bank syariah maupun bank konvensional di Kota Depok. Jumlah sampel diperoleh dengan mempertimbangkan populasi yang besar dan jumlah tidak diketahui, sehingga diperoleh jumlah sampel minimal dalam penelitian ini yaitu 96 responden dan untuk meningkatkan ketepatan data penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 200 nasabah yang terdiri dari 100 nasabah bank syariah dan 100 nasabah bank konvensional.

Menurut Sugiyono (2018), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan kepuasan nasabah sebagai variabel. Kepuasan nasabah adalah penilaian seseorang atas objek tertentu melalui pengalamannya dengan membandingkan antara kinerja yang ia terima dengan harapannya. Secara lebih rinci mengenai dimensi dan item dari variabel kepuasan nasabah tersebut disajikan pada Tabel 1. berikut:

**Tabel 1. Dimensi dan Item Variabel Kepuasan Nasabah**

No	Dimensi	Item
1	Compliance (X <sub>1</sub> )	Bank beroperasi sesuai dengan hukum dan prinsip Islam (X <sub>1.1</sub> )
		Tidak terdapat unsur <i>riba</i> dalam transaksi tabungan dan pinjaman (X <sub>1.2</sub> )
		Tersedianya produk dan layanan yang berlandaskan Syariah (X <sub>1.3</sub> )
2	Assurance (X <sub>2</sub> )	Karyawan bersikap sopan dan ramah terhadap nasabah (X <sub>2.1</sub> )
		Bank menyediakan kemudahan akses informasi rekening untuk nasabah (X <sub>2.2</sub> )
		Karyawan memiliki pengetahuan yang luas serta berpengalaman (X <sub>2.3</sub> )
3	Reability (X <sub>3</sub> )	Bank memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu (X <sub>3.1</sub> )
		Bank menyediakan produk serta layanan yang luas (X <sub>3.2</sub> )
		Ketepatan bank dalam menepati janji (X <sub>3.3</sub> )
4	Tangibles (X <sub>4</sub> )	Desain interior ruangan yang menarik (X <sub>4.1</sub> )
		Lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau (X <sub>4.2</sub> )
		Bank memiliki area parker yang memadai (X <sub>4.3</sub> )
5	Emphaty (X <sub>5</sub> )	Karyawan mengetahui kebutuhan nasabah (X <sub>5.1</sub> )
		Kepekaan karyawan untuk mengetahui minat nasabah (X <sub>5.2</sub> )
		Karyawan memberikan perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan (X <sub>5.3</sub> )
6	Responsiveness (X <sub>6</sub> )	karyawan yang selalu bersedia membantu nasabah (X <sub>6.1</sub> )
		Tersedianya kantor cabang di berbagai wilayah (X <sub>6.2</sub> )
		kesigapan dalam menanggapi permintaan atau keluhan nasabah (X <sub>6.3</sub> )

Sumber : Nurfaridah (2018)

## FUZZY LOGIC

Logika *fuzzy* adalah suatu cara yang tepat untuk memetakan suatu ruang input ke dalam ruang *output* (Ratnawati, 2011). Dalam mengatasi sistem yang rumit maka penggunaan logika *fuzzy* adalah Langkah yang tepat. Sistem *fuzzy* sangat cocok untuk penalaran pendekatan terutama untuk sistem yang menangani masalah-masalah yang sulit untuk didefinisikan dengan model matematis. Contoh parameter yang bersifat kurang akurat atau kurang jelas pada kuesioner. Sistem *fuzzy* secara umum terdapat 3 langkah dalam melakukan penalaran yaitu:

### 1. Penentuan *Fuzzy set*

Penentuan *Fuzzy set* dilakukan untuk menentukan skor yang harus diberikan oleh responden untuk setiap kriteria yang diajukan kuesioner.

### 2. Fuzzyfikasi

Fuzzyfikasi merupakan proses mengubah nilai variable numerik ke nilai variabel linguistik. Dengan kata

lain, fuzzyfikasi merupakan pemetaan dari ruang input ke himpunan *fuzzy* (Ratnawati, 2011). Perhitungan fuzzyfikasi data persepsi dan ekspektasi nasabah dilakukan dengan menggunakan rumus OEM (*Overall Effectiveness Measure*) dan yang menghasilkan nilai (ai, bi, ci) untuk tiap kriteria yang diteliti dengan rumus sebagai berikut:

$$OEM = \left(\frac{1}{N}\right) \times [(PM_j^i \times PI^1) + (PM_j^i \times PI^2) + \dots + (PM_j^i \times PI^N)]$$

Keterangan:

$PM_j^i$  = Bobot nilai fuzzy indikator ke i variabel ke j

$PI^N$  = Tingkat kepentingan relatif

$i$  = Kriteria (1,2,3,...n)

$j$  = Linguistik variabel (1,2,3,...k)

$N$  = Banyaknya indikator

$M$  = Banyaknya variabel

## 3. Defuzzyfikasi

Input dari proses defuzzyfikasi adalah suatu himpunan *fuzzy* yang diperoleh dari komposisi aturan-aturan *fuzzy*, sedangkan output yang dihasilkan merupakan suatu bilangan pada domain himpunan *fuzzy* tersebut sehingga jika diberikan suatu himpunan *fuzzy* dalam range tertentu, maka harus diambil suatu nilai crisp tertentu (Nurfaridah, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat enam dimensi yang digunakan untuk mengetahui kualitas jasa terhadap nasabah yaitu *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *emphaty* dan *responsiveness*. Metode *Fuzzy Logic* digunakan untuk menentukan nilai *gap* yang diperoleh melalui perbedaan antara tingkat kepuasan (Persepsi) dengan tingkat harapan (Ekspektasi) nasabah bank syariah dan nasabah bank konvensional.

Tabel 2. Hasil Perhitungan *Gap* Bank Syariah

Pernyataan	Defuzzyfikasi		Gap	Rank
	Persepsi	Ekspektasi		
<b>Compliance (Kepatuhan)</b>				
Bank beroperasi sesuai dengan hukum dan prinsip Islam	0.778	0.865	-0.087	4
Tidak terdapat unsur <i>riba</i> dalam transaksi tabungan dan pinjaman	0.778	0.870	-0.092	
Tersedianya produk dan layanan yang berlandaskan Syariah	0.819	0.874	-0.055	
<b>Jumlah</b>	0.792	0.870	-0.078	
<b>Assurance (Jaminan)</b>				
Karyawan bersikap sopan dan ramah terhadap nasabah	0.818	0.853	-0.035	3
Bank menyediakan kemudahan akses informasi rekening untuk nasabah	0.752	0.832	-0.080	
Karyawan memiliki pengetahuan yang luas serta berpengalaman	0.688	0.835	-0.147	
<b>Jumlah</b>	0.753	0.840	-0.087	
<b>Reliability (Kehandalan)</b>				
Bank memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu	0.730	0.833	-0.103	1
Bank menyediakan produk serta layanan yang luas	0.725	0.822	-0.097	
Ketepatan bank dalam menepati janji	0.727	0.838	-0.112	
<b>Jumlah</b>	0.727	0.831	-0.104	
<b>Tangibles (Bukti Fisik)</b>				
Desain interior ruangan yang menarik	0.760	0.773	-0.012	6
Lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau	0.811	0.833	-0.022	
Bank memiliki area parkir yang memadai	0.743	0.809	-0.066	
<b>Jumlah</b>	0.771	0.805	-0.033	
<b>Emphaty (Empati)</b>				
Karyawan mengetahui kebutuhan nasabah	0.768	0.832	-0.063	5
Kepekaan karyawan untuk mengetahui minat nasabah	0.711	0.789	-0.078	
Karyawan memberikan perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan	0.722	0.780	-0.058	
<b>Jumlah</b>	0.734	0.800	-0.067	
<b>Responsiveness (Daya Tanggap)</b>				
karyawan yang selalu bersedia membantu nasabah	0.752	0.848	-0.097	2
Tersedianya kantor cabang di berbagai wilayah	0.757	0.831	-0.074	
kesigapan dalam menanggapi permintaan atau keluhan nasabah	0.755	0.883	-0.128	
<b>Jumlah</b>	0.754	0.854	-0.100	

Sumber : Data Olahan (2021)

Berdasarkan tabel 2 diketahui peringkat pertama yang harus mendapatkan prioritas utama dalam perbaikan atau peningkatan dalam kualitas layanan adalah pada dimensi *reliability* (kehandalan) dengan nilai *gap* -0,104, peringkat kedua adalah *responsiveness* (daya tanggap) dengan nilai *gap* sebesar -0,100, peringkat ketiga adalah *assurance* (jaminan) dengan nilai *gap* sebesar -0,087, peringkat keempat adalah *compliance* (kepatuhan) dengan nilai *gap* sebesar -0,078, peringkat kelima adalah *emphaty* (empati) dengan nilai *gap* sebesar -0,067 dan peringkat terakhir adalah *tangibles* (bukti fisik) dengan nilai *gap* sebesar -0,033. Hal ini menunjukkan bahwa kriteria-kriteria dalam dimensi *reliability* harus lebih diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan dalam peningkatan kualitas pelayanan bank syariah dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah.

Sedangkan apabila melihat lebih spesifik melalui nilai *gap* pada masing-masing komponen maka yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan kualitas pelayanan bank syariah adalah karyawan memiliki pengetahuan yang luas dan berpengalaman dengan nilai *gap* sebesar -0,147. Hal ini dikarenakan banyaknya karyawan bank syariah yang dipekerjakan bukan berasal dari jurusan yang sesuai sehingga membuat karyawan seringkali bingung untuk memahami dasar-dasar dari bank syariah itu sendiri. Prioritas kedua yaitu kesigapan dalam menanggapi permintaan atau keluhan nasabah dengan nilai *gap* sebesar -0,128. Seringkali nasabah berfikir bahwa kesigapan bank syariah dalam mengatasi keluhan masih cukup lama dan cenderung berbelit-belit sehingga membuat nasabah jenuh.

Prioritas ketiga yaitu ketepatan bank dalam menepati janji dengan nilai *gap* sebesar -0,112. Menurut

nasabah dalam menepati apa yang dijanjikan atau dikatakan bank seringkali tidak tepat, hal ini menyebabkan nasabah harus datang kembali ke kantor cabang terdekat untuk menanyakan kepastiannya. Prioritas keempat yaitu bank memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu dengan nilai *gap* sebesar -0,103. Hal ini membuktikan bahwa pelayanan bank syariah di Kota Depok masih berada di bawah ekspektasi, nasabah menilai bahwa pelayanan bank syariah dapat dikatakan cukup lama yaitu untuk satu kali transaksi bisa memakan waktu sekitar 30-45 menit. Serta prioritas kelima yaitu bank menyediakan produk serta layanan yang luas dengan nilai *gap* sebesar -0,097. Menurut nasabah layanan bank syariah masih kurang dikarenakan belum mencakup secara luas seperti tersedianya ATM secara luas.

Permasalahan-permasalahan tersebut harus segera diatasi agar tingkat loyalitas nasabah bank syariah meningkat dan menambah jumlah *marketshare* perbankan syariah itu sendiri. Beberapa hal dapat dilakukan yaitu diantaranya dengan memperbaiki sumber daya insani yang dimiliki melalui pelatihan yang diadakan secara berkala guna meningkatkan kemampuan, pengetahuan, keterampilan dan kecekatan, berupaya selalu memperbaiki jaringan dalam sistem internet maupun aplikasi yang dimiliki bank agar mempercepat proses aktivitas seluruh nasabah sedangkan upaya untuk penanganan terhadap keluhan dari nasabah yaitu dengan mengadakan evaluasi dan membahas setiap masalah yang dikeluhkan nasabah, diadakannya evaluasi setiap keluhan nasabah secara berkala sehingga keluhan dapat diatasi dengan cepat dan tidak terjadi berulang-ulang, dan lain-lain.

**Tabel 3. Hasil Perhitungan Gap Bank Konvensional**

Pernyataan	Defuzzyfikasi		Gap	Rank
	Persepsi	Ekspektasi		
<b>Compliance (Kepatuhan)</b>				
Bank beroperasi sesuai dengan hukum dan prinsip Islam	0.520	0.643	-0.123	1
Tidak terdapat unsur <i>riba</i> dalam transaksi tabungan dan pinjaman	0.509	0.630	-0.121	
Tersedianya produk dan layanan yang berlandaskan Syariah	0.543	0.688	-0.145	
<b>Jumlah</b>	0.524	0.653	-0.129	
<b>Assurance (Jaminan)</b>				
Karyawan bersikap sopan dan ramah terhadap nasabah	0.793	0.825	-0.033	6
Bank menyediakan kemudahan akses informasi rekening untuk nasabah	0.802	0.793	0.008	
Karyawan memiliki pengetahuan yang luas serta berpengalaman	0.698	0.778	-0.080	
<b>Jumlah</b>	0.764	0.799	-0.035	
<b>Reliability (Kehandalan)</b>				
Bank memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu	0.756	0.817	-0.061	2
Bank menyediakan produk serta layanan yang luas	0.748	0.818	-0.070	
Ketepatan bank dalam menepati janji	0.685	0.786	-0.101	
<b>Jumlah</b>	0.730	0.807	-0.077	
<b>Tangibles (Bukti Fisik)</b>				
Desain interior ruangan yang menarik	0.678	0.720	-0.043	5
Lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau	0.768	0.813	-0.045	
Bank memiliki area parkir yang memadai	0.706	0.733	-0.027	
<b>Jumlah</b>	0.717	0.755	-0.038	
<b>Emphaty (Empati)</b>				
Karyawan mengetahui kebutuhan nasabah	0.698	0.772	-0.074	3
Kepekaan karyawan untuk mengetahui minat nasabah	0.713	0.782	-0.068	
Karyawan memberikan perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan	0.747	0.826	-0.079	
<b>Jumlah</b>	0.719	0.793	-0.074	
<b>Responsiveness (Daya Tanggap)</b>				
karyawan yang selalu bersedia membantu nasabah	0.743	0.808	-0.064	4
Tersedianya kantor cabang di berbagai wilayah	0.783	0.817	-0.034	
kesigapan dalam menanggapi permintaan atau keluhan nasabah	0.765	0.816	-0.051	
<b>Jumlah</b>	0.764	0.813	-0.050	

*Sumber: Data Olahan (2021)*

Berdasarkan tabel 3 diketahui peringkat pertama yang harus mendapatkan prioritas utama dalam perbaikan atau peningkatan dalam kualitas layanan bank konvensional adalah pada dimensi *compliance* (kepatuhan) dengan nilai *gap* -0,129, peringkat kedua adalah *reliability* (kehandalan) dengan nilai *gap* sebesar -0,077, peringkat ketiga adalah *emphaty* (empati) dengan nilai *gap* sebesar -0,074, peringkat keempat adalah *responsiveness* (daya tanggap) dengan nilai *gap* sebesar -0,050, peringkat kelima

adalah *tangibles* (bukti fisik) dengan nilai *gap* sebesar -0,038 dan peringkat terakhir adalah *assurance* (jaminan) dengan nilai *gap* sebesar -0,035. Hal ini menunjukkan bahwa kriteria-kriteria dalam dimensi *compliance* harus lebih diperhatikan untuk dilakukan perbaikan dalam peningkatan kualitas pelayanan bank konvensional dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah dan melalui hasil ini dapat dilihat bahwa nilai *gap* yang besar pada dimensi *compliance* bank konvensional menggambarkan bahwa nasabah bank

konvensional yang mayoritas beragama Islam berekspektasi untuk menggunakan jasa perbankan yang memiliki kepatuhan syariah atau bebas bunga dan sangat mengerti bahwa bank konvensional dalam operasionalnya menggunakan sistem bunga yang menyebabkan nilai *gap* antara ekspektasi dan kepuasan nasabah menjadi besar.

Sedangkan apabila melihat lebih spesifik melalui nilai *gap* pada masing-masing komponen maka yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan kualitas pelayanan bank konvensional yaitu tersedianya produk layanan yang berlandaskan syariah dengan nilai *gap* sebesar -0,145. Urutan kedua adalah bank beroperasi sesuai dengan hukum dan prinsip islam dengan nilai *gap* sebesar -0,123. Diurutan ketiga yaitu tidak terdapat unsur riba dalam transaksi tabungan dan pinjaman dengan nilai *gap* sebesar -0,121. Pada ketiga prioritas utama yang harus menjadi perhatian bank konvensional merupakan kriteria kepatuhan bank. Hal ini dapat terjadi karena dalam operasionalnya bank konvensional menerapkan sistem bunga. Sehingga ketiga kriteria tersebut memiliki nilai *gap* yang sangat besar antara persepsi dan ekspektasi nasabah, yang dimana hampir sebagian besar nasabah bank konvensional beragama Islam dan mengerti tentang pelarangan bunga dalam Islam.

Pada urutan keempat adalah ketepatan bank dalam menepati janji dengan nilai *gap* sebesar -0,101. Menurut nasabah seringkali apa yang dikatakan

atau dijanjikan oleh bank konvensional tidak tepat, sehingga terjadi kesalahpahaman pada nasabah. Serta pada urutan kelima yaitu karyawan memiliki pengetahuan yang luas serta berpengalaman dengan nilai *gap* sebesar -0,080. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan karyawan bank konvensional masih berada di bawah ekspektasi nasabah sehingga diperlukannya perbaikan kualitas sumber daya manusia untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Permasalahan-permasalahan tersebut harus segera diatasi agar tingkat loyalitas dan kepuasan nasabah bank konvensional meningkat. Beberapa hal dapat dilakukan yaitu diantaranya dengan memperbaiki sumber daya manusia yang dimiliki melalui pelatihan yang diadakan secara berkala guna meningkatkan kemampuan, pengetahuan, keterampilan dan kecekatan serta berupaya selalu memperbaiki jaringan dalam sistem internet maupun aplikasi yang dimiliki bank agar mempercepat proses aktivitas seluruh nasabah, dan lain-lain. Jika dilihat secara garis besar untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing bank yaitu bank syariah dan bank konvensional di Kota Depok mampu memberikan pelayanan pada keenam variabel yaitu CARTER Model yang terdiri dari *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *emphaty*, dan *responsiveness* tersebut dalam memberikan kepuasan nasabah bank syariah maupun nasabah bank konvensional, maka dapat dilihat dibawah ini:

**Tabel 4. Hasil *Gap* Keseluruhan Bank Syariah**

No.	Dimensi	Persepsi	Ekspektasi	<i>Gap</i>	Rank
1	Reliability (Kehandalan)	0.727	0.831	-0.104	1
2	Responsiveness (Daya Tanggap)	0.754	0.854	-0.100	2
3	Assurance (Jaminan)	0.753	0.840	-0.087	3
4	Compliance (Kepatuhan)	0.792	0.870	-0.078	4
5	Emphaty (Empati)	0.734	0.800	-0.067	5
6	Tangibles (Bukti Fisik)	0.771	0.805	-0.033	6
<b>Jumlah</b>		<b>0.755</b>	<b>0.833</b>	<b>-0.078</b>	

*Sumber : Data Olahan (2021)*

Pada tabel 4. di atas diketahui hasil perhitungan *gap* secara keseluruhan menunjukkan bahwa nilai *gap* yaitu sebesar -0,078 yang membuktikan bahwa apa kepuasan nasabah bank syariah belum dirasakan secara maksimal dikarenakan apa yang diharapkan nasabah bank syariah belum sesuai dengan apa yang dirasakan nasabah bank syariah dalam hal kualitas pelayanan.

Hal ini sesuai dengan dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut Parasuraman (1990) yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan (*perceived service*).

**Tabel 5. Hasil Gap Keseluruhan Bank Konvensional**

No.	Dimensi	Persepsi	Ekspektasi	Gap	Rank
1	Compliance (Kepatuhan)	0.524	0.653	-0.129	1
2	Reliability (Kehandalan)	0.730	0.807	-0.077	2
3	Emphaty (Empati)	0.719	0.793	-0.074	3
4	Responsiveness (Daya Tanggap)	0.764	0.813	-0.050	4
5	Tangibles (Bukti Fisik)	0.717	0.755	-0.038	5
6	Assurance (Jaminan)	0.764	0.799	-0.035	6
<b>Jumlah</b>		<b>0.703</b>	<b>0.770</b>	<b>-0.067</b>	

*Sumber : Data Olahan (2021)*

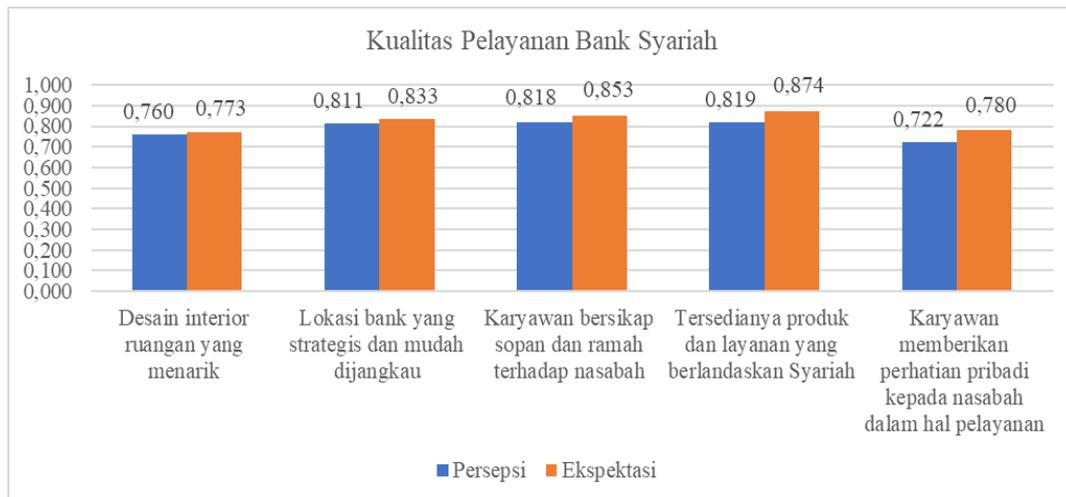
Pada tabel 5 di atas diketahui hasil perhitungan *gap* secara keseluruhan menunjukkan bahwa nilai *gap* yaitu sebesar -0,067 yang membuktikan bahwa apa kepuasan nasabah bank konvensional belum dirasakan secara maksimal dikarenakan apa yang diharapkan nasabah bank konvensional belum sesuai dengan apa yang dirasakan nasabah bank syariah dalam hal kualitas pelayanan.

Hal ini sesuai dengan dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut Parasuraman (1990) yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan (*perceived service*). Apabila kualitas jasa yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan jasa yang diharapkan (*expected service*) maka

Apabila kualitas jasa yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan jasa yang diharapkan (*expected service*) maka kualitas jasa akan bernilai positif atau dipersepsikan berkualitas baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima (*perceived service*) melebihi apa yang diharapkan (*expected service*) maka jasa berkualitas ideal, namun sebaliknya apabila jasa yang diterima (*perceived service*) lebih rendah dibandingkan dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka kualitas jasa akan bernilai negatif atau tidak memuaskan.

kualitas jasa akan bernilai positif atau dipersepsikan berkualitas baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima (*perceived service*) melebihi apa yang diharapkan (*expected service*) maka jasa berkualitas ideal, namun sebaliknya apabila jasa yang diterima (*perceived service*) lebih rendah dibandingkan dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka kualitas jasa akan bernilai negatif atau tidak memuaskan.

Sehingga melalui data diatas, dapat diketahui terdapat perbedaan mengenai kualitas pelayanan yang dimiliki oleh bank syariah dengan bank konvensional di Kota Depok. Perbedaan tersebut dapat dilihat melalui data berikut:

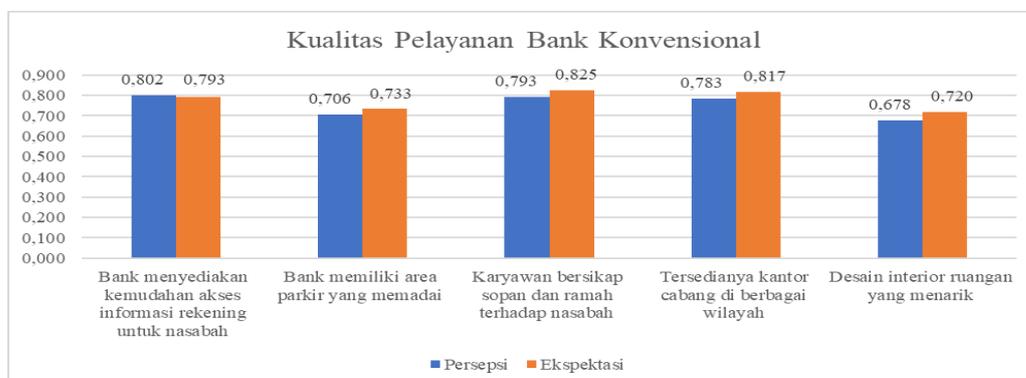


Gambar 4. Kualitas Pelayanan Bank Syariah

Pada gambar 4 di atas memperlihatkan komponen dari variabel penelitian nasabah bank syariah yang memiliki nilai gap terkecil atau memiliki tingkat kepuasan tertinggi yang dirasakan oleh nasabahnya. Kepuasan tertinggi yang dirasakan oleh nasabah bank syariah yaitu pada komponen desain interior ruangan yang menarik dengan nilai ekspektasi sebesar 0,773 dan nilai persepsi sebesar 0,760 sehingga diperoleh nilai *gap* sebesar -0,012. Kedua yaitu lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau dengan nilai ekspektasi sebesar 0,833 dan nilai persepsi sebesar 0,811 sehingga diperoleh nilai *gap* sebesar -0,022. Ketiga yaitu karyawan bersikap sopan dan ramah terhadap nasabah dengan nilai ekspektasi sebesar 0,853 dan nilai persepsi sebesar 0,818 sehingga diperoleh nilai *gap* sebesar

-0,035. Keempat yaitu tersedianya produk dan layanan yang berlandaskan syariah dengan nilai ekspektasi sebesar 0,874 dan nilai persepsi sebesar 0,819 sehingga diperoleh nilai *gap* sebesar -0,055. Serta kelima yaitu karyawan memberikan perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan dengan nilai ekspektasi sebesar 0,780 dan nilai persepsi sebesar 0,722 sehingga diperoleh nilai *gap* sebesar -0,079.

Kelima komponen di atas sudah dijalankan dan direalisasikan dengan baik oleh pihak bank syariah untuk memberikan tingkat kepuasan tertinggi bagi nasabahnya, sehingga penting sekali untuk dipertahankan kinerja tersebut dan ditingkatkan kembali untuk semakin mendekati ekspektasi yang dimiliki nasabahnya.



Gambar 5. Kualitas Pelayanan Bank Konvensional

Pada gambar 5 di atas memperlihatkan komponen dari variabel penelitian nasabah bank konvensional yang memiliki nilai *gap* terkecil atau memiliki tingkat kepuasan tertinggi yang dirasakan oleh nasabahnya. Kepuasan tertinggi yang dirasakan oleh nasabah bank konvensional yaitu pada komponen bank menyediakan kemudahan akses informasi rekening untuk nasabah dengan nilai ekspektasi sebesar 0,793 dan nilai persepsi sebesar 0,802 sehingga diperoleh nilai *gap* sebesar 0.008, hal ini membuktikan bahwa kepuasan nasabah untuk komponen bank menyediakan kemudahan akses informasi rekening untuk nasabah sudah diatas ekspektasi nasabah atau berada pada kepuasan tertinggi nasabah. Kedua yaitu bank memiliki area parkir yang memadai dengan nilai ekspektasi sebesar 0,733 dan nilai persepsi sebesar 0,706 sehingga diperoleh nilai *gap* sebesar -0.027. Ketiga yaitu karyawan bersikap sopan dan ramah terhadap nasabah dengan nilai ekspektasi sebesar 0,825 dan nilai persepsi sebesar 0,793 sehingga diperoleh nilai *gap* sebesar -0.033. Keempat yaitu tersedianya kantor cabang di berbagai wilayah dengan nilai ekspektasi sebesar 0,817 dan nilai persepsi sebesar 0,783 sehingga diperoleh nilai *gap* sebesar -0.034. Serta kelima yaitu desain interior ruangan yang menarik dengan nilai ekspektasi sebesar 0,720 dan nilai persepsi sebesar 0,678 sehingga diperoleh nilai *gap* sebesar -0.043.

Kelima komponen di atas sudah dijalankan dan direalisasikan dengan baik oleh pihak bank konvensional untuk memberikan tingkat kepuasan tertinggi bagi nasabahnya, sehingga penting sekali untuk dipertahankan kinerja tersebut dan ditingkatkan kembali untuk semakin mendekati atau mempertahankan ekspektasi yang dimiliki nasabahnya.

Berdasarkan gambar 4 dan 5 di atas dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank

syariah dan bank konvensional adalah berbeda dalam mempengaruhi kepuasan nasabah, sehingga pada kesempatan ini bank syariah dapat dikatakan memiliki perbedaan karakteristik dengan bank konvensional dari segi pelayanan yang di berikan kepada nasabah. kepuasan tertinggi nasabah bank syariah di Kota Depok yaitu berupa bukti fisik yaitu desain interior ruangan yang menarik dan lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau yang diberikan oleh pihak bank syariah kepada nasabahnya. Sedangkan kepuasan tertinggi yang dirasakan oleh nasabah bank konvensional adalah berkaitan dengan kualitas sistem yang memadai yaitu kemudahan akses informasi rekening untuk nasabah, serta diiringi oleh bank memberikan area parkir yang memadai.

## KESIMPULAN

Berdasarkan olah data, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: 1) terdapat kesenjangan (*gap*) antara ekspektasi nasabah bank syariah dengan persepsi atau kepuasan yang diterima oleh nasabah dengan nilai *gap* sebesar -0,078.. Sedangkan untuk bank konvensional, kesenjangan (*gap*) antara ekspektasi nasabah dengan persepsi atau kepuasan yang diterima oleh nasabah nilai *gap* nya sebesar -0,067. Ini berarti kepuasan nasabah bank konvensional lebih besar daripada bank syariah. 2) Kesenjangan (*gap*) kepuasan nasabah bank syariah di Kota Depok ada pada item: karyawan memiliki pengetahuan yang luas serta berpengalaman dan termasuk dalam dimensi *assurance* (jaminan), sedangkan kesenjangan (*gap*) kepuasan nasabah bank konvensional di Kota Depok ada pada item Tersedianya produk dan layanan yang berlandaskan syariah dan termasuk dalam dimensi *compliance* (Kepatuhan).

## DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, Putri Dwi. 2016. Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. *Esensi*, 6(2), p. 151-162.
- Fitriani, Kiki Nurul. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi Carter Di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi kasus pada Nasabah Tabungan FAEDAH BRI Syariah KCP Majapahit Semarang)*. Skripsi Universitas Negeri Walisongo Semarang.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1. edisi Ketiga Belas*. Terjemahan Bob Sabran. MM. Erlangga. Jakarta.
- Mishkin, Frederic S. 2008. *Ekonomi Uang, Perbankan, dan Pasar Keuangan*. Edisi 8. Salemba Empat : Jakarta.
- Nurfariadah, M. 2018. *Analisis Pengukuran Kualitas Pelayanan Bank Mandiri Syariah dengan Menggunakan Metode FUZZY-CARTER*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Othman, Abdul Qawi & Owen, Lynn. 2002. Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking: A Case Study in Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Finance Service*, 3(1).
- Parasuraman A. 1990. *Delivering Quality Service*. The Free Press. Newyork.
- Ratnawati, Dwi Ana. 2011. *Sistem Kendali Cerdas*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Restiani, Cindy Eka. 2018. *Analisis Perbandingan Kinerja Bank Syariah Berdasarkan Risk Profile, Earnings, Capital (REC) Dengan Islamicity Performance Index (IPI) Periode 2012-2016 (Studi Kasus Bank BNI Syariah dan Bank Mega Syariah)*. Skripsi Universitas Gunadarma. Depok.
- Siringgoring, Renniwaty. 2012. Karakteristik dan Fungsi Intermediasi Perbankan di Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 15(1), p. 61-83.
- Siyamto, Yudi. 2015. *Preferensi Kepuasan Nasabah Bank Umum Syariah dan Bank Umum Konvensional dalam Perspektif Fuzzy Carter Dan Fuzzy Servqual di Surakarta Tahun 2015*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suherman, Agung. 2018. *Analisis Kualitas Pelayanan dengan Model CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh)*. Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip Penerapan dan Penelitian*. ANDI Yogyakarta.
- Wahyuningsih. 2014. *"Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER (Studi Pada BPD DIY Syariah)"*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.