

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bentuk upaya peneliti untuk mencari perbandingan yang nantinya akan dijadikan sebagai inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya, selain itu kajian terdahulu membantu peneliti dapat memposisikan penelitian dan juga menunjukkan orisinalitas dari pada peneliti.

Pada penelitian sebelumnya ada beberapa penelitian yang berhubungan dengan judul penelitian yang diteliti oleh penulis. Untuk itu dari beberapa penelitian yang ada peneliti mengambil beberapa penelitian diantaranya:

Pertama, Skripsi oleh Nindi Anindya Putri dengan judul “Pelaksanaan Penggunaan Quick Response untuk Sistem Pembayaran Berdasarkan Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21//PADG/2019 Tentang Implementasi Nasional Quick Response untuk Pembayaran di Kota Semarang” oleh mahasiswa Universitas Negeri Semarang Tahun 2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analitis. Penelitian ini mengambil lokasi di Kota Semarang dan Pasar Perterongan Semarang. Analisa data yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini

bertujuan untuk mengetahui mengenai : 1 Pelaksanaan penggunaan QR Code untuk sistem pembayaran 2. Pelaksanaan penggunaan QRIS di Kota Semarang.

Kedua, Skripsi oleh Mariatul Adila dengan judul “Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Studi Pada PT bank BRI Syariah KC Margonda Depok” oleh Mahasiswa diperoleh kesimpulan Pengaruh langsung dan tidak langsung variabel *Realibility*, *Empathy*, dan *Responsiveness* berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Variabel *Effency* juga berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan nasabah. Adapun pengaruh tidak langsung, variabel *Reability*, *Empathy*, dan *Responsiveness* berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui variabel intervening yaitu kepuasan nasabah. Sedangkan pada penelitian disini membahas tentang pengaruh implementasi QRIS terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Pusat Operasional Muamalat Tower Jakarta Selatan, dimana peneliti lebih menekankan ke aspek standar nasional QR kodenya.

Ketiga, Skripsi oleh Linda Nur Hassanah dengan judul “Kedudukan Hukum Uang Elektronik (E-Money) dalam Melakukan Transaksi Pembayaran Non Tunai (Analisis Melalui Pendekatan Perundang-Undangan dan Hukum Islam)” oleh mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Tahun 2018. Penelitian ini merupakan penelitian normative dengan pendekatan yuridis normatif, dalam skripsi ini

membahas keabsahan penggunaan uang elektronik yang kedudukannya setara dengan uang kertas dan dapat digunakan sebagai alat pembayaran. Dimana uang elektronik tersebut merupakan alat pembayaran yang sah menurut Undang-Undang dan Hukum Islam.

Tabel 2.1
Tabel Penelitian Yang Sedang Diteliti

Penelitian (Tahun Terbit)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Nindi Anindya Putri (2020)	Pelaksanaan Penggunaan Quick Response untuk Sistem Pembayaran Berdasarkan Peraturan Anggoa Dewan Gubernur No 21/PADG/2019 Tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code	Metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analitis	Penggunaan QRIS di Semarang masih dalam tahap pengawasan untuk pembayaran maka belum bisa dilaksanakan karena masih dalam penggalihan data, sosialisasi dan kesiapan dari

	untuk pembayaran di Kota Semarang		Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran
Mariatul Adila (2017)	Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Studi Pada PT Bank BRI Syariah KC Margonda Depok	Metode penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif	Pengaruh langsung dan tidak langsung variabel Realiability, Empathy, dan Responsiveness berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan nasabah, pada yang tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah
Linda Nur Hassanah	Kedudukan Hukum Uang Elektronik (E-Money) dalam Melakukan Transaksi	Menggunakan metode penelitian hukum normatif	Uang elektronik hukumnya sebagai transaksi pembayaran untuk

(2018)	Pembayaran Non Tunai (Analisis Melalui Pendekatan Perundang-Undangan dan Hukum Islam).	dengan menggunakan pendekatan undang-undang dan konseptual.	menggantikan transaksi tunai.
--------	--	---	-------------------------------

Selain membandingkan dari pada penelitian yang sudah ada sebelumnya, peneliti juga membandingkan antara peneliti terdahulu dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan, dengan membandingkan penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan bertujuan untuk membandingkan perbedaan beberapa penelitian terhadap lokus, tahun penelitian, metode penelitian, dan hasil penelitian. Untuk mengetahui dalam perbandingan tersebut dapat diketahui dengan table yang ada di bawah ini :

Tabel 2.2
Perbandingan pada Peneliti

Peneliti (Tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Derina	Kepuasan	Metode	Mengetahui
Eka	Pelayanan Melalui Aplikasi Quick	Penelitian	bagaimana implementasi Quick
Prastya	Response Code	Kualitatif dengan	Response Code
(2022)	Indonesia Standard	teknik pengumpulan data	Indonesia Standard dalam kemudahan

		dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi	transaksi pembayaran
--	--	--	----------------------

2.2. Kerangka Teori

2.2.1. Teori Pelayanan Publik

Pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Pelayanan dapat dilakukan secara langsung artinya karyawan langsung berhadapan dengan nasabah. Adapun pelayanan tidak langsung yaitu pelayanan yang dilakukan oleh mesin Ajungan Tunai Mandiri (ATM). Secara etimologi, pelayanan dapat pula diartikan sebagai usaha memenuhi kebutuhan orang lain.

Pada dasarnya melayani adalah kegiatan yang bersifat tidak berwujud yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani. Pelayanan publik menurut Sinambela yaitu dimana setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap sejumlah manusia yang memiliki setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam usaha menawarkan kepuasan terhadap nasabah guna memenuhi kebutuhannya. Sementara pelayanan publik menurut Montgomery yaitu suatu produk yang berbentuk jasa atau barang dengan nilai mutu bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Dalam pemenuhan kebutuhan ini suatu produk atau jasa harus bernilai dan bermanfaat bagi pelanggan sehingga kepuasan pelanggan terjadi saat sudah terpenuhi sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Pelayanan publik pada dasarnya ialah memberikan kepuasan bagi penerima layanan, dekat dengan penerima layanan dan memberikan hal yang menyenangkan bagi masyarakat atau penerima layanan. Tujuan dari pelayanan publik yaitu memuaskan atau memenuhi keinginan, harapan penerima layanan. Oleh karenanya, pelayanan publik juga dapat diartikan sebagai pelayanan atau pemberian terhadap masyarakat berupa fasilitas-fasilitas umum. Pemberian pelayanan tersebut dapat berupa jasa dan non jasa oleh organisasi publik kepada masyarakat.

Pelayanan merupakan salah satu ujung tombak dari upaya pemuasan pelanggan dan sudah merupakan keharusan yang wajib dioptimalkan baik oleh individu maupun organisasi, karena dari

bentuk pelayanan yang diberikan tercermin kualitas individu atau organisasi yang memberikan pelayanan. Pada hakikatnya pelayanan merupakan sebuah rangkaian kegiatan, maka dari itu proses melayani itu harus berlangsung secara rutin dan tidak putus-putus. Proses dalam pelayanan itu dilakukan sehubungan dengan agar terpenuhinya semua keputusan antara pemberi dan penerima pelayanan.

Pelayanan adalah setiap aktivitas yang memberikan keuntungan dalam sebuah perkumpulan atau kelompok, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik⁸. Menurut Ratminto dan Atik, Pelayanan adalah suatu proses bantuan kepada orang lain dengan cara-cara tertentu yang memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan.

Setiap pelayanan menghasilkan (produk), baik berupa barang dan jasa. Hasil pelayanan berupa jasa tidak dapat diinventarisasi, ditumpuk, atau digudangkan melainkan hasil tersebut diserahkan secara langsung kepada pelanggan atau konsumen. Dalam hal pelayanan diberikan dengan tidak optimal maka pelayanan tidak dapat diulangi⁹, karena pelayanan diberikan secara langsung kepada pelanggan. Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas

⁸ Sinambela, L. P., *“Reformasi Pelayanan Publik Teori, Kebijakan, Implementasi”*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 4

⁹ Ratminto dan Atik *“Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen’s Charter dan Standar Pelayanan Minimal”*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003).


yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah kegiatan atau aktivitas yang diberikan oleh pemberi pelayanan sehingga dapat dirasakan oleh penerima layanan melalui hubungan antara penerima dan pemberi pelayanan yang menggunakan peralatan berupa organisasi atau lembaga perusahaan.

Publik merupakan sekelompok orang yang memiliki sudut pandang yang sama dan harapan yang sama, maksudnya setiap orang mempunyai pandangan yang sama terhadap suatu hal yang bersifat umum. Sementara istilah publik berasal dari bahasa Inggris public yang berarti umum, masyarakat, negara. Kata publik sebenarnya sudah diterima menjadi bahasa Indonesia baku menjadi publik yang berarti umum, orang banyak atau ramai.

Publik adalah sejumlah manusia yang memiliki kebersamaan berfikir, perasaan, harapan, sikap, dan tindakan yang benar dan baik berdasarkan nilai-nilai norma yang mereka miliki. Maupun pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Pelayanan publik pada hakikatnya adalah melayani kepentingan masyarakat secara umum. Pelayanan publik diberikan kepada setiap masyarakat dengan tujuan agar semua masalah atau keperluan dari masyarakat tersebut dapat terselesaikan. Pelayanan publik yang diberikan kepada warga negara adalah sama tanpa pandang bulu dan diberikan dengan pelayanan yang maksimal.



Menurut Sampara Lukman pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan. Yang dimana pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan dasar sesuai dengan hak-hak sipil setiap warga negara dan penduduk atas suatu barang, jasa dan atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Dalam perbankan pendekatan teori pelayanan publik yang dapat relevan dengan penelitian ini yaitu teori pelayanan publik menurut Sampara dimana dalam hal ini mengatakan bahwa sebuah pelayanan publik merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang

terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan¹⁰

Pelayanan umum atau yang disebut pelayanan publik menurut Sadu Wasistiono yaitu pemberian jasa baik oleh pemerintah, pihak swasta atas nama pemerintah ataupun pihak swasta kepada masyarakat, dengan atau tanpa pembayaran guna memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat. Pemberian pelayanan publik untuk keperluan organisasi atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan, dengan demikian pelayanan publik pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat oleh penyelenggaraan negara.

Jenis pelayanan administrasi adalah jenis pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa pencatatan, penelitian, pengambilan keputusan, dokumentasi dan kegiatan tata usaha lainnya yang secara keseluruhan menghasilkan produk akhir berupa dokumen, misalnya sertifikat, izin-izin, rekomendasi, keterangan dan lain-lain. Misalnya jenis pelayanan sertifikat tanah, pelayanan, IMB, Pelayanan administrasi kependudukan(KTP, NTCR, Akte kelahiran).

Pada hakikatnya penyelenggaraan pelayanan publik merupakan amanat yang diberikan rakyat kepada penyelenggara

¹⁰ Badudu dan Zain, Kamus Umum Bahasa Indonesia (Jakarta:Erlangga,2001)

negara (eksekutif dan legislatif) untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Peningkatan kesejahteraan ini dilakukan dengan memprioritaskan pelayanan-pelayanan dasar bagi masyarakat. Dalam kenyataannya, masih sedikit dari masyarakat yang bisa memahami pelayanan publik sebagai hak dan bukan pemberian pemerintah, apalagi seluk beluk permasalahan yang ada dalam penyelenggaraan pelayanan publik.

Sebagian masyarakat masih menyederhanakan pemahaman tentang pelayanan publik yang diartikan sebagai pemberian pemerintah. Dengan pemahaman yang sederhana itu, ketika sebagian rakyat memahami pelayanan publik sebagai pemberian dari pemerintah, masyarakat memahami pelayanan publik sebagai aktivitas belanja yang menggunakan uang pemerintah.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 menyatakan bahwa pelayanan publik merupakan rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat berdasarkan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang dan jasa yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.³⁶ Tujuan dari Pelayanan Publik menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 ialah terwujudnya batasan dan hubungan yang jelas tentang hak, tanggung jawab, kewajiban, dan kewenangan seluruh pihak yang terkait dengan penyelenggaraan pelayanan publik.

Banyak para ahli yang memberikan definisi tentang pelayanan publik. Pelayanan publik adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh birokrasi publik untuk memenuhi kebutuhan warga pengguna. Pengguna yang dimaksudkan disini adalah warga negara yang membutuhkan pelayanan public, seperti pembuatan KTP, akta nikah, akta kelahiran, akta kematian, surat izin usaha, sertifikat tanah, Izin mendirikan

Bangunan (IMB), izin gangguan (HO), izin mengambil air tanah, berlangganan air minum, listrik dan sebagainya. Pelayanan umum adalah sebuah usaha yang dilakukan oleh kelompok, seseorang atau birokrasi dalam rangka memberikan bantuan kepada masyarakat semata-mata untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Pelayanan publik adalah memberikan layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi tertentu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik adalah setiap bentuk kegiatan melayani masyarakat dengan baik dan prima baik dalam bentuk barang publik maupun jasa public yang pada prinsipnya menjado tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di Pusat, di daerah, dan di lingkungan BUMN atau BUMD, dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pelayanan publik yang wajib diberikan oleh pemerintah diklasifikasikan dalam dua kategori, pemerintah sebagai penyelenggara layanan juga harus memberikan pelayanan umum kepada masyarakatnya. Mengingat kebutuhan dan masalah masyarakat yang berbeda-beda, maka jenis-jenis pelayanan yang dibutuhkan oleh masyarakat juga berbeda. Adapun unsur-unsur pelayanan:

- a. Penyedia layanan, ialah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu pada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau jasa.
- b. Penerima layanan, ialah konsumen atau customer yang menerima berbagai layanan dari penyedia layanan.
- c. Jenis layanan, ialah layanan yang diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan.
- d. Kepuasan pelanggan, dalam memberikan layanan penyedia layanan harus mengacu pada tujuan pelayanan, yaitu kepuasan pelanggan.

Pelayanan publik harus selalu berubah mengikuti perkembangan masyarakat, karena masyarakat itu bersifat dinamis. Dalam hal ini pemerintah harus melakukan negosiasi dan mengkolaborasi berbagai kepentingan masyarakat. Sehingga pelanggan publik memiliki kualitas yang sesuai dengan yang

diharapkan masyarakat. Pelayanan publik dilaksanakan dalam suatu rangkaian kegiatan terpadu yang bersifat sederhana, terbuka, lancer, tepat, lengkap, wajar, dan terjangkau.

Tujuan dari pelayanan publik secara teoritis ialah dapat memuaskan kebutuhan masyarakat. Untuk mencapai tingkat kepuasan tersebut pemerintah dituntut untuk memperbaiki kualitas pelayanan publik yang profesional, ada beberapa azas-azas untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik, antara lain:

- a. **Transparansi**, ialah keterbukaan dan kemudahan akses untuk seluruh lapisan masyarakat dan disediakan dengan mudah dipahami serta memadai.
- b. **Akuntabilitas**, dapat dipertanggungjawabkan dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- c. **Kondisional**, yaitu sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi layanan dan penerima dengan tetap berpedoman terhadap prinsip efisiensi dan efektivitas.
- d. **Partisipatif**, yaitu keikutsertaan masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan cara memperlihatkan aspirasi, kebutuhan dan bagaimana harapan masyarakat.
- e. **Kesamaan hak**, yaitu tidak adanya diskriminatif semua diberikan pelayanan secara profesional dan tidak memihak baik secara ras, suku, gender dan kelas social.

- f. Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajibannya masing-masing.

Pemahaman yang demikian akan membawa akibat masyarakat akan menyerahkan sepenuhnya pengelolaan pelayanan publik itu kepada pemerintahan, karena dalam pandangan masyarakat tersebut uang yang dibelanjakan untuk pelayanan public itu milik pemerintah. Masyarakat merasa tidak memiliki hak mencampuri pengelolaan pelayanan publik. Secara teoritis, tujuan pelayan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat, untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari Teori Lijan Sinambela :

Administrasi Publik

1. Transparansi

Yaitu pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.

2. Akuntabilitas

Yaitu pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

3. Kondisional

Yaitu pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektifitas.

4. Partisipatif

Yaitu pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.

5. Kesamaan Hak

Yaitu pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial dan lain-lain.

6. Keseimbangan hak dan kewajiban

Yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pembeli dan penerima pelayanan publik.

Menurut Inu Kencana Pelayanan terdiri dari 3

unsur pokok, yaitu sebagai berikut :

1. Biayanya relatif harus murah
2. Waktu untuk mengerjakan relatif cepat
3. Dan mutu yang diberikan relatif bagus

2.2.2. Teori Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Puas artinya merasa senang (lega, gembira, kenyang, karena sudah terpenuhi hasrat hatinya). Kepuasan yang bersifat pusat yaitu kesenangan, kelegaan.¹¹ Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Nasabah adalah perhubungan atau pelanggan.

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesanatan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Kepuasan seorang pelanggan untuk setia atau beralih ke yang lain adalah jumlah dari banyak pertemuan kecil dengan perusahaan.

¹¹ Peter Salim, Kmus Bahasa Indonesia, (Jakarta : Kencana, 2008) edisi, Rev Cet 3 Hal 184-186

Perusahaan konsultasi Forum Corporation mengatakan bahwa supaya semua pertemuan-pertemuan kecil itu menunjang kesetiaan pelanggan, perusahaan perlu menciptakan “pengalaman pelanggan yang diberi merek”.

Banyak perusahaan berhasil yang menaikkan harapan pembeli dan menghantarkan kinerja yang sesuai. Perusahaan ini menuju pada TCS “Total Customer Satisfaction” – kepuasan pelanggan sepenuhnya. Dengan demikian, konsumen membuat penilaian adalah nilai yang ditawarkan pemasaran dan mengambil keputusan membeli berdasarkan pada penilaian ini. Kepuasan pelanggan ada suatu pembelian tergantung pada relatif kinerja produk bagi harapan pembeli.

Pemasar harus berhati-hati menetapkan tingkat harapan yang tepat. Bila mereka menetapkan harapan terlalu rendah, mereka mungkin memuaskan orang yang membeli tetapi gagal menarik pembeli dalam jumlah besar. Sebaliknya, bila mereka menaikkan harapan terlalu tinggi, kemungkinan besar pembeli merasa tidak puas.

1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah (Pelanggan)

Kepuasan pelanggan pada dasarnya merupakan suatu yang sangat relatif dan subyektif. Bisa jadi dengan kualitas pelayanan yang sama dinilai oleh orang yang sama

namun dirasakan berbeda. Kondisi ini bisa saja terjadi apabila pelanggan sedang dalam kondisi psikologi yang berbeda. Namun diantara banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ada beberapa faktor yang dapat dianalisa secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berikut terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah¹²:

a. Kualitas Produk

Pelanggan akan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Kualitas produk ini adalah dimensi yang global dan paling tidak ada 5 elemen dari kualitas produk yaitu performance, durability, feature, consistency, dan design.

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka mendapatkan value money yang tinggi. Komponen ini sangat penting bagi beberapa perusahaan yang ingin menciptakan kepuasan konsumen.

¹² Irwan Hadi, *Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Media Komputindo, 2022), Hal 37

c. Kualitas Pelayanan

Service quality sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak heran kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.

d. Faktor Emosi

Dimana pelanggan merasa puas terhadap produk tertentu walaupun mungkin dengan harga mahal, namun mampu menimbulkan rasa lebih puas karena emotional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

e. Biaya dan kemudahan mendapatkan produk

Pelanggan akan semakin merasa puas apabila biaya dan produk yang diperoleh relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Sebagai konsumen merasa puas kalau ia memperoleh barang yang sangat dibutuhkan atau yang diinginkan. Sebagian lagi beranggapan bahwa kepuasan terletak pada barang yang harganya relatif murah dari mereka atau barang lainnya. Sedangkan ada juga konsumen yang beranggapan bahwa kepuasan terletak apabila orang lain tidak bisa memilikinya.

Bahwa ada juga yang beranggapan kepuasan timbul apabila semakin banyak orang yang memiliki barang tersebut. Jadi kepuasan konsumen sangat kompleks penilaiannya. Konsumen tidak saja diartikan sebagai pihak yang mengkonsumsi suatu produk, melainkan setiap orang yang memerlukan jasa demikian akan timbul terminology konsumen internal dan eksternal. Konsumen internal adalah konsumen yang berada dilingkungan perusahaan. Konsumen itu sendiri terdiri dari para karyawan dan para pemakai. Konsumen eksternal merupakan setiap pihak diluar perusahaan membutuhkan jasa perusahaan.

Keseluruhan konsumen ini harus memperoleh kepuasan yang diharapkan mereka ketika berhubungan, baik dengan perusahaan maupun dengan produk. Adapun penyebab ketidakpuasan pelanggan menurut Tjiptono adalah¹³:

- a. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan
- b. Layanan selama proses menikmati jasa atau produk tidak memuaskan
- c. Prilaku personel kurang memuaskan
- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
- e. Cost terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai

¹³ Dedi Marwan, *Analisis tingkat kepuasan Pelanggaran Harian Pagi Riau Pos Pada PT. Riau Pos Intermedia Pekanbaru*. (Pekanbaru: Jurnal skripsi 2008) Hal 16

f. Promosi/iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.

Perwujudan kepuasan pelanggan memang tidak dapat dipungkiri, harus merupakan komitmen bersama secara total. Artinya bahwa tidak ada seorangpun dalam perusahaan yang boleh mengabaikan hal itu. Oleh sebab itu kepuasan pelanggan harus dikelola dengan baik.

2. Pengukuran Kepuasan Nasabah (pelanggan) dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu:

a. Sistem keluhan dan usulan

Artinya, seberapa banyak keluhan atau komplain yang dilakukan konsumen dalam satu periode, makin banyak berarti semakin kurang baik demikian pula sebaliknya.

b. Survei kepuasan konsumen

Dalam hal ini perusahaan perlu secara berkala melakukan

survei baik melalui wawancara maupun kuisioner tentang

segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan tempat konsumen melakukan selama ini.

c. Konsumen samaran

Perusahaan dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi konsumen guna melihat pelayanan

yang diberikan oleh karyawan secara langsung, sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani konsumen sesungguhnya.

d. Analisis mantan pelanggan

Dengan melihat catatan konsumen/pelanggan yang pernah menjadi konsumen guna mengetahui sebab-sebab nasabah kabur.

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan pelanggan merupakan dimana perasaan senang dan kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka.¹⁴ disaat setelah nasabah menggunakan produk, pada peristiwa itu pelanggan akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kaitan dengan perbankan maka kepuasan akan mendorong nasabah untuk menggunakan ulang produk.

Sebaliknya yang terjadi jika nasabah kecewa maka nasabah tidak akan menggunakan produk yang sama lagi di kemudian hari. Kepuasan nasabah adalah evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan

¹⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009) Hal.144

konsumen. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memnuhi harapan nasabah.¹⁵

Menurut Mowen dan Minor kepuasan pelanggan didefinisikan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka setelah mereka memperoleh dan mempergunakannya. Seperti bagaimana dalam jasa perbankan bahwa nasabah dapat terpuaskan untuk peningkatan pelayanan dengan barang atau jasa yang telah disediakan oleh Bank Muamalat yaitu berupa aplikasi mobile banking Muamalat-DIN dengan layanan QRIS didalamnya.

Menurut Kotler sendiri bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa diterima dengan yang diharapkan. Dimana pada Bank Muamalat ada terjadinya keterlambatan dalam adanya QRIS pada mobile bankingnya yaitu Muamalat-DIN maka nasabah memiliki perbandingan untuk jasa yang diharapkan, sekarang sudah memadai dengan adanya layanan QRIS sebagai bentuk kemudahan transaksi nasabah dalam pembayaran pada mobile banking Muamalat-DIN.

Pada dasarnya kepuasan pelayanan nasabah akan berkaitan dengan intensitas kualitas pelayanan yang akan menjadi sebab dimana kepuasan pelayanan nasabah tersebut dapat tercapai.

¹⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku konsumen : Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hal.181

Apabila ditinjau dengan lebih lanjut, pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pada pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan berikut ini :

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan –pelanggan

2. Perusahaan mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pelayanan, yang termasuk didalamnya adalah memperbaiki cara berfikir, perilaku, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada.

3. Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.

4. Mengembangkan dan menerapkan partnership accountable, proaktif dan partnership marketing sesuai dengan situasi pemasaran. Perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui bagaimana kepuasan dan harapan pelanggan. Pada Bank Muamalat sudah menerapkan dalam hal ini untuk menghubungi nasabah dari waktu ke waktu untuk mengetahui pelayanan yang proaktif. Sementara itu partnership marketing yang akan membangun kedekatan dengan nasabah yang akan

bermanfaat nantinya untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan di pasarnya.

Menurut Freddy Rangkuti, kepuasan pelanggan berjalan berbarengan dengan ketidakpuasan. Dimana hal ini dimaksud respon pelanggan terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh pelanggan pada saat mereka menikmati pengalaman saat menggunakan produk.

Secara umum pada jasa layanan yang disediakan oleh perbankan, kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan nasabah.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya keinginan yang ada pada pemikiran pelanggan saat mengambil sebuah produk dipengaruhi oleh faktor ekonomis dari produk tersebut, selain itu pelanggan akan termotivasi oleh beberapa faktor yaitu diantaranya sebagai berikut :

1. Lokasi

Lokasi merupakan tempat dimana terjadinya transaksi jual beli produk cabang bank dan pusat

pengendalian perbankan. Penentuan lokasi atau cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting baik yang terletak dalam lokasi yang strategi sangat memudahkan nasabah dalam perjalanan saat ingin bertansaksi.

2. Pelayanan dan Fasilitas

Saat memberikan pelayanan pada umumnya nasabah menginginkan layanan yang cepat dan akurat. Maka seringkali harga jasa bank tidak menjadi masalah bagi nasabah selama mendapatkan pelayanan yang memuaskan, karena bank memiliki juga memiliki fasilitas yang memadai dan tergolong canggih.

3. Harga

Jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk layanan nasabah.

4. Keamanan

Bukan hanya ingin pelayanan yang mudah akan tetapi nasabah juga diharuskan memiliki keamanan yang ketat, sehingga saat menaruh dananya di bank nasabah merasa yakin dan tidak perlu khawatir saat melakukan transaksi.

5. Sesuai Kebutuhan

Banyaknya informasi yang diinginkan oleh nasabah, dapat langsung diakses dengan mudah tanpa harus menunggu waktu lama dengan antrian yang sangat panjang di bank.

6. Fleksibel

Transaksi yang dapat dilakukan dimanapun, tanpa harus datang ke bank.

7. Nilai Keagamaan dan Religius

Terutama pada bank syariah yang dalam transaksi operasionalnya menganut syariah islam.¹⁶

c. Indikator Kepuasan Pelanggan

Tidak ada kepastian tolak ukur terbaik mengenai kepuasan nasabah yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, di tengah beragamnya cara untuk mengukur kepuasan nasabah, terdapat kesamaan paling tidak dalam lima konsep inti, yaitu :

- 1) Kepuasan Pelanggan keseluruhan, dimana cara paling sederhana untuk mengukur kepuasan layanan adalah dengan langsung menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka terhadap pelayanan yang telah diberikan.
- 2) Konfirmasi harapan dengan ini kepuasan tidak dapat diukur langsung, namun dapat disimpulkan berdasarkan kesesuaian

¹⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, edisi pertama cetakan kedua (Jakarta: Kencana, 2004), hal 145

atau ketidaksesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja actual produk perusahaan.

- 3) Minat pembelian ulang dimana kepuasan terhadap nasabah diukur secara behavioral dengan jalan menyanyaka apakah nasabah akan belanja kembali dengan produk yang sudah tersedia atau akan menggunakan jasa perusahaan kembali.
- 4) Kesiediaan dalam merekomendasi dimana dalam hal ini nasabah tertarik untuk merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada orang terdekat untuk mempercayakan produk atau jasa tersebut adalah yang bisa membantu atau menyelesaikan masalah.¹⁷

2.2.3. Teori Kualitas Pelayanan Publik

Menurut Kotler dan Keller bahwa pelayanan berpengaruh dan kepuasan pelanggan akan membentuk minat membeli atau menggunakan kembali suatu produk. Yang dimana dalam artiannya bahwa semakin baik bentuk pelayanan yang diberikan dan didukung oleh tingkat kepuasan yang tinggi tentunya akan membentuk kepuasan pelayanan terhadap penerimaan layanan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Pada dasarnya antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan artinya semakin baik pelayanan yang diberikan maka secara langsung pelanggan merasa puas dengan apa yang telah diterima. Seperti yang kita ketahui bahwa tentunya pelanggan yang merasa puas

¹⁷ Fandy Tjiptono, *Perfektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, (Yogyakarta: Andi, 2000), hal. 101

dengan kualitas pelayanan yang diberikan maka akan memiliki sikap yang positif sehingga peningkatan kepuasan pelayanan terjadi.

Kualitas menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah baik buruk (suatu benda) atau keadaan suatu benda. Pelayanan dalam bentuk apapun selalu berorientasi pada kualitas karena hal tersebut akan membawa konsekuensi terhadap kepuasan pemakai jasa. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan¹⁸.

Menurut Edward Deming, kualitas adalah suatu tingkat yang dapat diprediksi dari keseragaman dan ketergantungan pada biaya rendah pasar. Sedangkan Goetsh dan Davis mempersepsikan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, dan lingkungan yang memenuhi harapan pelanggan. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan sesuatu yang diinginkan oleh konsumen dengan syarat kesesuaian dan kesempurnaan terhadap spesifikasi.¹⁹

Baik buruknya output dari suatu organisasi dapat dilihat dari kualitasnya. Khususnya pada organisasi publik, maka yang dihasilkan adalah kualitas jasa. Organisasi publik yang baik mempunyai kualitas jasa yang baik pula. Untuk mengetahui kualitas tersebut maka dibuat standar yang menjadi ukuran baik- buruknya kualitas. Sebelum mempelajari

¹⁸ Tjiptono, F, "*Prinsip-prinsip Total Quality*" (TQS), (Yogyakarta Andi Offset,1997) Hal 29

¹⁹ Yamit, Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2017), hlm 7.

standar, maka terlebih dahulu mempelajari apa yang dinamakan kualitas. Maka dari itu, yang perlu diperhatikan dalam pengembangan dan peningkatan adalah sistem kualitas yang meliputi, perencanaan, pengendalian, dan perbaikan kualitas.²⁰

Kualitas suatu jasa pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan mutu kinerja suatu instansi selain biaya pelayanan dan ketepatan waktu pelayanan karena kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan mutu kinerja yang harus memberi kepuasan pada pelanggan yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas pelayanan dari instansi lain.

Kualitas pelayanan merupakan kondisi terciptanya suatu hubungan yang dinamis antara pengguna maupun pemberi layanan, baik berupa jasa, manusia. Pelayanan publik merupakan kebutuhan masyarakat oleh penyelenggaraan Negara. Negara didirikan oleh masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pelayanan publik telah menjadi isu kebijakan yang strategis, karena penyelenggaraan pelayanan publik selama ini belum memiliki dampak yang luas terhadap perubahan aspek-aspek kehidupan masyarakat.

²⁰ Yamit, Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2017), hlm 7.

Organisasi pelayanan publik mempunyai ciri public accountability, dimana setiap warga negara mempunyai hak untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang mereka terima. Sangat sulit untuk menilai kualitas suatu pelayanan tanpa mempertimbangkan peran masyarakat sebagai penerima pelayanan dan aparat pelaksana pelayanan itu.

Memberikan pelayanan yang baik dan prima merupakan upaya yang dilakukan untuk memuaskan pelanggan. Adanya kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan menambah rasa kepercayaan masyarakat untuk kembali menggunakan jasa dari organisasi tersebut. Kualitas pelayanan juga merupakan faktor utama yang harus ditingkat oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan masyarakat.

Pelayanan memiliki kualitas dan memberikan kepuasan kepada pelanggan mereka, maka perusahaan harus memperhatikan berbagai dimensi yang dapat menciptakan dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Berdasarkan perspektif kualitas, David Garvin mengembangkan 8 dimensi kualitas yaitu²¹:

- a. Performance (kinerja), yaitu karakteristik pokok dari produk inti
- b. Features, yaitu karakteristik pelengkap atau tambahan
- c. Reliability (kehandalan), yaitu kemungkinan tingkat kegagalan pemakai

²¹ Zulian Yamit, “Manajemen Kualitas Produk dan Jasa”, (Yogyakarta: Ekonisia, 2017), hlm. 10

- d. Conformance(kesesuaian), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya
- e. Durability (daya tahan), yaitu berapa lama produk dapat terus digunakan
- f. Serviceability, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan, dalam pemeliharaan dan penanganan keluhan yang memuaskan
- g. Estetika, yaitu menyangkut corak, rasa dan daya tarik
- h. Perceived, yaitu menyangkut citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu respected service dan perceived service.⁴⁷ Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai

kualitas ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan buruk. Baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Menurut Sinambela, terdapat dua hal pokok dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan yaitu unsur manusianya serta sistem manajemen pelayanan- pelayanan dapat lebih berkualitas apabila petugas pelayanan dapat diandalkan, responsive, menyakinkan dan empati. Dapat diandalkan artinya dapat dipercaya, teliti dan konsisten.

Seiring pesatnya kemajuan dalam bidang teknologi mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi hal utama untuk menentukan keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan karena organisasi dituntut untuk mengikuti pola konsumsi dan gaya hidup konsumen. Baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh organisasi dapat dilihat dari kepuasan konsumen, jika kualitas pelayanan yang dihasilkan tidak sesuai dengan keinginan dan tuntutan konsumen maka akan mengakibatkan menurunnya kepercayaan konsumen terhadap organisasi.

Atau sebagian modalnya merupakan kekayaan daerah yang dipisahkan, kecuali jika ditentukan lain dengan atau berdasarkan Undang-Undang. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang berkualitas sangat ditentukan oleh pemberi layanan dan penerima layanan atau pelanggan.

Adapun prinsip pelayanan prima berdasarkan keputusan Menpan Nomor Tahun 2003 adalah sebagai berikut:

- a. Kejelasan
- b. Kepastian waktu
- c. Akurasi
- d. Keamanan
- e. Tanggung Jawab
- f. Kelengkapan Sarana dan Prasarana
- g. Kemudahan Akses
- h. Kedisiplinan, Kesopanan dan Keramahan
- i. Kenyamanan

Pelayanan publik berhubungan dengan pelayanan yang masuk kategori sektor publik, bukan sektor privat. Pelayanan tersebut dilakukan oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan BUMN atau BUMD. Ketiga komponen yang menangani sektor publik tersebut menyediakan layanan publik, seperti kesehatan, pendidikan, keamanan dan ketertiban, bantuan sosial dan penyiaran.

Pelayanan publik yang dilakukan oleh pemerintah yang efektif dapat memperkuat demokrasi dan hak asasi manusia, mempromosikan kemakmuran ekonomi, kohesi sosial, mengurangi kemiskinan, meningkatkan perlindungan lingkungan, bijak dalam pemanfaatan sumber daya alam, memperdalam kepercayaan pada pemerintahan dan administrasi publik.

Menurut Evans dan Lindsay kualitas dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, yaitu:

1. Dilihat dari segi konsumen, maka kualitas pelayanan selalu dihubungkan dengan sesuatu yang baik atau prima.
2. Dilihat dari sudut product based, maka kualitas pelayanan didefinisikan sebagai fungsi yang spesifik, dengan variabel pengukuran yang berbeda-beda dalam memberikan penilaian kualitas sesuai dengan karakteristik produk yang bersangkutan.
3. Dilihat dari sudut user based, kualitas pelayanan ialah sesuatu yang diinginkan oleh pelanggan.
4. Dilihat dari value based, kualitas pelayanan merupakan keterkaitan antara keagungan atau kepuasan dengan harga.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.⁴⁹ Kualitas menjadi satu kewajiban yang harus

dilakukan oleh perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan nasabah. Pola gaya hidup nasabah menuntut bank agar memberikan pelayanan yang berkualitas.

Vincent Gaspersz menyatakan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan penerima atau konsumen. Maka kualitas juga diartikan sebagai kesesuaian dengan persyaratan tertentu, kesesuaian dengan pihak pemakai dan bebas dari kerusakan. Oleh karena itu, kualitas begitu penting dalam sebuah produk baik barang dan jasa. Kualitas bukan hanya menekankan pada hasil akhir saja, yaitu produk jasa, akan tetapi juga menyangkut kualitas manusia dan lingkungannya. Karena tanpa keduanya tidak akan menghasilkan produk jasa yang berkualitas²².

Kualitas juga dapat diartikan sebagai salah satu yang dapat memuaskan pelanggan atau kesesuaian terhadap persyaratan atau kebutuhan. Kualitas sebagai kondisi dinamis yang selalu berubah, dimana dalam hal ini kualitas harus diperbaiki setiap waktu karena bisa saja produk yang berkualitas pada saat ini bisa menjadi produk yang berkualitas di masa yang akan datang.

²² Muhammad, Nadjib. 2012. *Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik: Studi tentang Implementasi Kebijakan Pelayanan Akta pada Kantor Catatan Sipil Kota Surabaya*. (Thesis. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Surabaya.)

1) Dimensi Kualitas

Sunarto mengidentifikasi tujuh dimensi dasar dari kualitas, yaitu²³:

a. Kinerja, ialah adalah tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan.

b. Interaksi Pegawai, seperti keramahan, sikap hormat, dan empati di tunjukkan oleh masyarakat yang memberikan jasa atau barang.

c. Keandalan, ialah konsistensi kinerja barang, jasa dan toko.

d. Daya Tahan, ialah rentan kehidupan produk dan kekuatan umum.

e. Ketetapan Waktu dan Kenyamanan, ialah seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki, seberapa cepat produk informasi atau jasa diberikan.

Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Bahwa pelayanan hanya dapat dirasakan oleh konsumen. Definisi yang lain, menjelaskan pelayanan adalah sebagian sebuah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang menyangkut segala usaha yang dilakukan orang lain dalam rangka mencapai tujuan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan

²³ Sunarto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE-UST, 2003).

pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi.

Kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanannya dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterimanya melampaui harapan pelanggan, maka kualitas dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk.. Dengan demikian baik atau tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Dalam rangka menciptakan gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi organisasi pelayanan untuk menyempurnakan kualitas, guna menciptakan kepuasan nasabah, maka yang bersangkutan harus mampu mengimplementasikan enam prinsip yang bermanfaat dalam menyempurnakan kualitas pelayanan. Prinsip kualitas pelayanan meliputi²⁴:

a. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya

²⁴ Faisal “*Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Menjadi Nasabah di Bank Syariah*”. Jurnal Administrasi, Vol 13, No. 1. Agustus 2014 Hal 43

peningkatan kinerja kualitas. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil.

b. Pendidikan

Semua karyawan perusahaan, mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut antara lain konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

c. Perencanaan Strategik

Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

d. Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus-menerus terhadap upaya mewujudkan sasaran sasaran kualitas.

e. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan, maupun stakeholder lainnya.

f. Total Human Reward

Reward dan recognition merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya harus diakui. Dengan cara seperti ini, motivasi, semangat kerja, rasa bangga dan rasa memiliki (sense of belonging) setiap anggota organisasi dapat meningkat, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan produktifitas dan profitabilitas bagi perusahaan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Pelayanan hanya dapat dirasakan oleh orang lain yang menerimanya. Masyarakat tentunya akan memilih bank yang aman dengan prosedur yang tidak terlalu rumit dan layanan yang memuaskan, seperti layanan yang diberikan oleh para pegawai yang murah senyum, ramah, bersahabat, sopan, sigap

atau tanggap, handal, profesional, responsif dan mampu melayani dengan cepat.

Jelas betapa pentingnya bank memusatkan perhatiannya terutama pada usah mencegah berpindahnya nasabah ke bank lainnya, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam menentukan minat nasabah untuk menggunakan jasa bank.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa publik merupakan sekelompok orang yang mempunyai kepentingan yang sama dan harapan sama dimana kepentingan tersebut berhubungan dengan kepentingan orang banyak. Menurut Parasuraman kualitas pelayanan yang baik akan menaikkan tingkat kepuasan pelanggan, pelanggan yang puas akan melihat kualitas pelayanan yang diberikan, apakah kualitas pelayanan sesuai dengan harapan atau tidak. Kualitas pelayanan yang baik akan menaikkan tingkat kepuasan pelanggan, maka pelanggan yang puas akan selalu melihat bagaimana pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan publik bidang administrasi publik diketahui dari lima dimensi menurut Parasuraman yang terdiri dari bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Pada penjelasan dari ke lima dimensi menurut Parasuraman :

a. Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti langsung yang meliputi penampakan dan fasilitas, gedung, peralatan, dan penampilan dari karyawan perusahaan.

Dalam artian penampilan fisik perusahaan yang tercermin dari karyawannya. Karena penampilan fisik perusahaan akan berpengaruh pada evaluasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personilnya dan sarana komunikasi. Hal ini berkaitan dengan fasilitas fisik, penampilan karyawan, peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberi layanan, fasilitas fisik seperti gedung, ruang tempat layanan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, AC, tempat parkir merupakan salah satu segi dalam kualitas jasa karena akan memberikan sumbangan bagi pelanggan yang memerlukan layanan perusahaan. Penampilan karyawan yang baik akan memberikan rasa dihargai bagi nasabah yang dilayani sedang dalam peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan layanan akan memberikan kontribusi pada kecepatan dan ketepatan layanan

b. Keandalan (*Realiability*)

Keandalan yaitu menunjukkan bahwa seberapa jauh perusahaan memberikan pelayanan sama seperti yang telah dijanjikan dengan akurat dan tepat. Keandalan ini tidak hanya penting untuk masalah-masalah yang besar, karena masalah kecil pun juga menjadi hal penting untuk pelanggan dalam memberikan evaluasi terhadap perusahaan. Yaitu kemampuan

untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti. Hal ini berarti bahwa pelayanan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama, tanpa kesalahan kapanpun pelayanan tersebut diberikan.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap yaitu menunjukkan kemauan dan komitmen dari perusahaan dalam memberikan pelayanan yang tepat waktu. Daya tanggap tidak hanya tentang mencakup cepatnya pelayanan yang dieberikan, namun juga kemauan dari perusahaan atau karyawan dalam hal membantu pelanggan. Yaitu kemampuan para karyawan untuk membantu para nasabah dan memberikan layanan dengan tanggap. Hal ini tercermin pada kecepatan, ketepatan layanan yang diberikan kepada nasabah, keinginan karyawan untuk membantu para nasabah, serta adanya karyawan pada jam-jam sibuk.

d. Keyakinan (*Assurance*)

Kemampuan untuk melahirkan kepercayaan dan keyakinan dari pelanggan yang meliputi pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan. Kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staff, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-

raguan. Berkaitan dengan kemampuan para karyawan dalam menanamkan kepercayaan kepada nasabah, adanya perasaan aman bagi nasabah dalam melakukan transaksi, dan pengetahuan dan sopan santun karyawan dalam memberikan layanan kepada konsumen, pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan akan menimbulkan kepercayaan dan keyakinan terhadap perusahaan.

e. Empati (*Empathy*)

Yang merupakan kemampuan komunikasi para karyawan bagaimana cara menjelaskan yang baik mengenai pelayanan yang disediakan perusahaan bahwa akan memberikan dampak yang baik dari evaluasi yang diberikan oleh pelanggan. Kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan nasabah. Hal ini berhubungan dengan perhatian atau kepedulian karyawan kepada pelanggan (misal: untuk menemui karyawan senior), kemudahan mendapatkan layanan (berkaitan dengan banyaknya outlet, kemudahan mendapatkan informasi melalui telepon). Kepedulian karyawan terhadap masalah yang dihadapinya. Perusahaan memiliki objektifitas yaitu memperlakukan secara sama semua nasabah. Semua nasabah berhak untuk memperoleh kemudahan layanan yang sama tanpa

didasari apakah mempunyai hubungan khusus dengan karyawan atau tidak.

Dalam kajian teori tentang pelaksanaan pelayanan administratif dilihat menggunakan Teori Parasuraman tentang 5 dimensi pelayanan publik yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Karena dalam penelitian ini mencakup pada keseluruhan indikator prinsip kepuasan pelayanan, dalam teori ini sesuai dengan penelitian yang akan dikaji, dengan menggunakan teori yang sesuai dengan penelitian ini, dengan begitu menggunakan teori ini diharapkan dapat mengetahui bagaimana Pengaruh Implementasi Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) terhadap kepuasan layanan terhadap nasabah Bank Muamalat Kantor Pusat Operasional Muamalat Tower Jakarta Selatan.

2.2.4. Sistem Informasi Manajemen

Pada umumnya sistem informasi manajemen kini tidak lagi berkembang dalam bidang usaha saja, tapi sudah digunakan dalam berbagai bidang dimulai dari pendidikan, kedokteran, industri, dan masih banyak lagi. Ini menandakan bahwa informasi yang akurat dan cepat sangat dibutuhkan di berbagai bidang.

Ada banyak teknologi yang mendukung sistem informasi manajemen baik secara online maupun offline, tapi pada dasarnya aplikasi

yang digunakan pada sistem informasi manajemen adalah aplikasi database. Sistem ini harus mampu mengolah data yang dikumpulkan pada database menjadi sebuah produk informasi yang dibutuhkan penggunanya. Sistem ini juga harus bisa membagi informasi yang diproduksinya menjadi beberapa tingkatan, sehingga setiap tingkatan hanya mendapatkan informasi yang pelanggan butuhkan.

Sistem Informasi (SI) yaitu kombinasi dari teknologi informasi dan aktivitas yang dilakukan seseorang dengan menggunakan teknologi sebagai bentuk pendukung operasi dan manajemen. Pada arti luas sebutan dari sistem informasi sendiri yang sering digunakan untuk merujuk tidak hanya untuk penggunaan organisasi saja dengan teknologi informasi dan komunikasi, namun juga untuk cara dimana orang dapat berinteraksi dengan teknologi ini dan mendukung proses bisnis.

Menurut Succi dan Walter dalam Pikkarainen et al, penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi adalah kemauan yang tampak di dalam kelompok pengguna untuk menerapkan sistem teknologi informasi tersebut dalam pekerjaannya. Sedangkan menurut Nasir penerimaan pengguna dapat didefinisikan sebagai keinginan sebuah grup pengguna dalam memanfaatkan teknologi informasi yang didesain untuk membantu pekerjaan mereka.

Oleh karena itu, semakin besar menerima sistem teknologi informasi yang baru maka semakin besar kemauan pemakai untuk merubah praktek yang sudah ada dalam penggunaan serta usaha untuk memulai secara nyata pada sistem teknologi informasi yang baru, maka perubahan sistem tersebut tidak memberikan keuntungan yang banyak bagi organisasi atau perusahaan.

Pada sebuah instansi atau perusahaan, manajemen selalu terlibat dalam serangkaian proses manajerial, yang pada intinya berkisar pada penentuan tujuan dan sasaran perumusan strategi, perencanaan, penentuan program kerja, pengorganisasian, penggerakan sumber daya manusia, pemantauan kegiatan operasional, pengawasan, penilaian, serta penciptaan dan penggunaan sistem umpan balik. Masing-masing tahapan yang ada pada proses tersebut pasti akan memerlukan berbagai jenis informasi dalam pelaksanaannya.

Menurut Robert A. Leitch, pengertian sistem informasi merupakan suatu sistem yang ada pada suatu perusahaan yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu perusahaan dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang dibutuhkan. Sistem Informasi Manajemen adalah sistem perencanaan bagian dari pengendalian internal suatu bisnis yang meliputi pemanfaatan manusia, dokumen, teknologi, prosedur oleh akuntansi manajemen yaitu dimana untuk memecahkan masalah bisnis seperti pada biaya produk, layanan, atau

dalam strategi bisnis. Sistem informasi manajemen dibedakan dengan sistem informasi biasa karena SIM digunakan untuk menganalisis sistem informasi lain yang diterapkan pada aktivitas operasional organisasi.

Secara akademis, istilah ini umumnya digunakan untuk merujuk pada suatu kelompok metode manajemen informasi yang berkaitan otomatis atau dukungan terhadap pengambilan keputusan manusia, misalnya sistem pendukung keputusan, sistem pakar, dan sistem informasi eksekutif. Pada dasarnya Sistem Informasi Manajemen merupakan sebuah bidang yang mulai berkembang sejak tahun 1960an yang dimana walau tidak terdapat consensus tunggal, secara umum SIM didefinisikan sebagai sistem yang menyediakan informasi yang digunakan untuk mendukung operasi, manajemen, serta pengambilan keputusan sebuah organisasi.

SIM juga dikenal dengan ungkapan lain yaitu seperti Sistem Informasi atau Sistem Pemrosesan Informasi. Sistem Informasi Manajemen menggambarkan suatu unit atau badan yang khusus bertugas untuk mengumpulkan sebuah berita dan memprosesnya menjadi sebuah informasi untuk keperluan manajerial perusahaan dengan menggunakan prinsip sistem. Dalam hal ini dikatakan memakai prinsip sistem karena berita yang tersebar tentunya dalam berbagai macam bentuk dimana lalu dikumpulkan menjadi satu, kemudian disimpan serta diolah dan diproses oleh satu badan yang kemudian akan dirumuskan menjadi suatu informasi.

Sistem informasi manajemen dibedakan dengan sistem sistem informasi biasa karena sistem informasi manajemen dipergunakan untuk menganalisis sistem informasi lain yang diterapkan pada aktivitas operasional perusahaan. Sistem informasi manajemen adalah sistem perencanaan bagian pengendalian internal suatu bisnis yang meliputi pemanfaatan manusia, dokumen, teknologi, dan prosedur manajemen untuk memecahkan masalah bisnis seperti halnya biaya produk, layanan, atau suatu strategi bisnis.

Seperti pada Quick Response Code Indonesia (QRIS) yang ada pada *mobile banking* Muamalat-DIN yang merupakan bentuk proses transaksi pembayaran secara digital dimana nasabah dapat berinteraksi menggunakan aplikasi ini sebagai bentuk kecanggihan teknologi yang diberikan oleh Bank Muamalat yang juga mendukung dalam perspektif bisnis didalamnya, mengapa demikian karena dengan kemudahan pelayanan transaksi pembayaran yang ditawarkan tentunya juga akan menjadikan lebih banyak nasabah baru untuk Bank Muamalat.

2.2.5. Teori Digitalisasi Pelayanan QRIS

a. Digitalisasi Pelayanan Publik

Proses digitalisasi pelayanan telah memberikan *insight* baru tentang pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah, pada penelitian ini peneliti menggunakan regulasi Peraturan Anggota Dewan

Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 Tentang Implementasi Quick Response Code Standard Nasional. Seperti pada Mobile Banking Muamalat—DIN yang sudah menghadirkan layanan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) yang dapat memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi pembayaran, sehingga dalam kemudahan tersebut nasabah merasakan kepuasan pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat dalam bertransaksi.

Sebagaimana dikutip oleh jurnal Muhammad Teguh Dwi Putranto menurut Stuart D. Lee, Digitalisasi merupakan suatu proses yang kompleks, dan terdapat berbagai manfaat yang dapat diwujudkan dari berbagai jenis kegiatan digitalisasi. Alasan utama dari institusi untuk mendigitalisasikan koleksi perpustakaan adalah untuk:

- a) Meningkatkan akses. Dalam beberapa kasus, suatu bahan pustaka yang dipilih untuk digitalisasi adalah bahan pustaka yang tergolong langka atau unik. Dalam bentuk analog, bahan pustaka tersebut akan disimpan secara hati-hati dan hal itu akan menyebabkan bahan pustaka tersebut menjadi sesuatu yang spesial sehingga aksesnya terbatas. Dengan adanya digitalisasi pada bahan pustaka tersebut, maka aksesnya akan menjadi lebih luas sehingga tidak terbatas pada kalangan tertentu saja.
- b) Memelihara bahan asli. Adalah mengusahakan agar bahan pustaka asli tidak mengalami kerusakan, untuk menjaga nilai

yang terkandung dalam bahan pustaka seperti nilai historis, bahan pustaka langka, kuno dan sebagainya. Jika suatu bahan pustaka dialih media dari bentuk analog menjadi bentuk digital dengan hasil yang berkualitas tinggi, maka dapat dikatakan kegiatan digitalisasi dapat memelihara bahan pustaka asli tersebut.¹⁹ Jadi, digitalisasi adalah salah satu proses perubahan sistem koleksi dalam bentuk teks kedalam bentuk koleksi non-cetak.

Dalam dunia perpustakaan, proses digitalisasi adalah sebuah proses yang mengubah dokumen tercetak menjadi dokumen digital. Proses digitalisasi dapat dilakukan terhadap berbagai bentuk bahan pustaka, seperti peta, naskah kuno, foto, karya seni patung, audiovisual, lukisan, dan sebagainya. Proses digitalisasi untuk naskah kuno atau buku yang sudah sangat tua dapat dilakukan dengan kamera khusus beresolusi tinggi yang mampu memotret setiap detail dari naskah tersebut.

Proses digitalisasi ini dapat bertujuan untuk pendidikan, penyebaran ilmu pengetahuan maupun tujuan konservasi, yaitu melestarikan peninggalan bersejarah dari bangsa kita. Melalui digitalisasi, perpustakaan dapat menyimpan ribuan bahkan jutaan karya tulis maupun karya seni tanpa dibatasi ruang dan waktu.²⁰

Menurut Pendit, Putu Laxman proses digitalisasi tersebut dibedakan menjadi 3 (tiga) kegiatan utama, yaitu:

a. Scanning

Scanning merupakan proses memindai (men-scan) dokumen dalam bentuk cetak dan mengubahnya ke dalam bentuk berkas digital. Berkas yang dihasilkan adalah berkas dalam bentuk PDF. Alat yang digunakan untuk memindai dokumen adalah Canon IR2200. Mesin lain yang kapasitasnya lebih kecil dapat digunakan sesuai dengan kemampuan perpustakaan.

b. Editing

Editing adalah proses mengolah berkas PDF di dalam komputer dengan cara memberikan password, watermark, catatan kaki, daftar isi, hyperlink, dan sebagainya. Kebijakan mengenai hal-hal apa saja yang perlu diedit dan dilindungi dalam berkas tersebut disesuaikan dengan kebijakan yang telah ditetapkan dalam berkas tersebut disesuaikan dengan kebijakan yang telah ditetapkan perpustakaan.

c. Uploading

Uploading merupakan suatu proses pengisian (input) metadata dan meng-upload berkas dokumen tersebut ke digital-library. Berkas yang di-upload adalah berkas PDF yang berisi full text karya akhir dari mulai halaman judul hingga lampiran,

yang telah melalui proses editing. Dengan demikian file tersebut telah dilengkapi dengan password, daftar isi, watermark, hyperlink, catatan kaki, dan lain- lain. Sedangkan metadata yang diisi meliputi nama pengarang, judul, abstrak, subjek, tahun terbit, dan lain-lain.

Kehadiran proses digitalisasi pada pelayanan publik sangat membawa perkembangan pesat pada pelayanan publik, dimana dengan keramahan teknologi dan efisiensi sebagaimana yang akan selalu menjadi keinginan yang harus terpenuhi untuk masyarakat. Pelayanan publik yang biasa diberikan secara manual sekarang sudah bertransformasi dengan lebih cepat dan mudah.²⁵

b. Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)

Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) adalah standarisasi pembayaran dengan menggunakan metode kode QR dari bank Indonesia agar proses transaksi dengan kode QR yang diwajibkan bagi seluruh Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang menggunakan QR. Saat ini, dengan QRIS, seluruh aplikasi pembayaran dari Penyelenggara manapun baik bank dan nonbank yang digunakan masyarakat, dapat digunakan di seluruh toko, pedagang, warung, parkir,

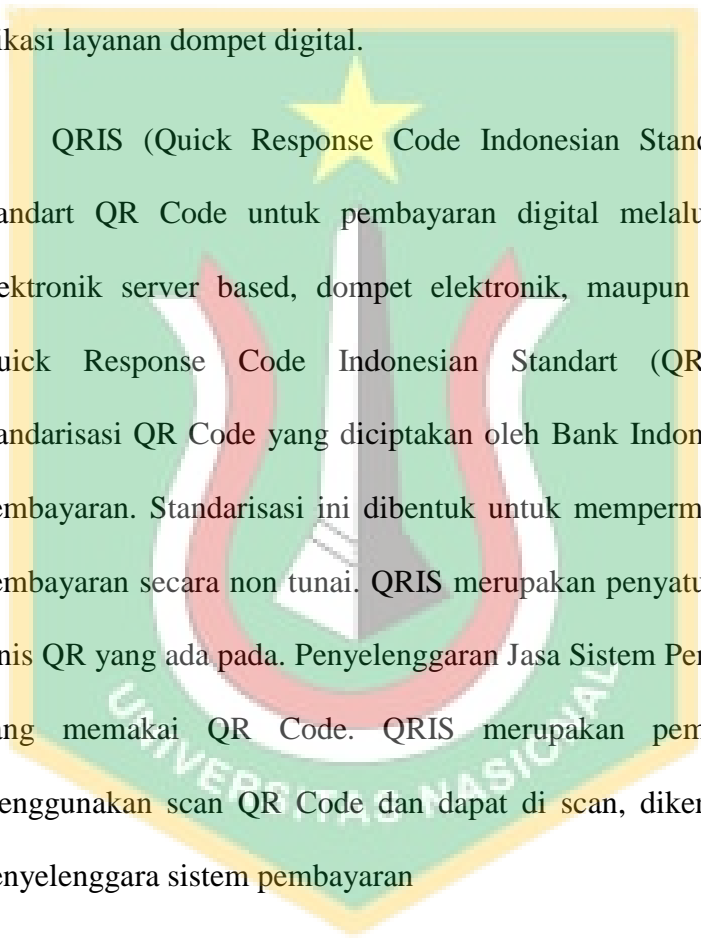
²⁵ Agung Nurrahman, Muhamad Dimas, Muhammad Falakhuddin Ma'sum. "Pemanfaatan Website Sebagai Bentuk Digitalisasi Pelayanan Publik Di Kabupaten Garut" *Dalam Jurnal Teknologi Dan Komunikasi Pemerintahan vol. 3 No. 1. 2021* Hlm 78-93

tiket wisata, donasi (merchant) berlogo QRIS, meskipun penyedia QRIS di merchant berbeda dengan penyedia aplikasi yang digunakan masyarakat.

QRIS adalah standar kode QR nasional untuk memfasilitasi pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik server based, dompet digital, dan mobile banking. QRIS merupakan produk terobosan Bank Indonesia bersama ASPI yang ditujukan untuk mewujudkan sistem pembayaran yang lebih mudah dan dapat diawasi regulator dari satu pintu. Jadi, yang dimaksud peneliti mengenai QRIS yaitu sebuah sistem pembayaran yang menjadi standar pada setiap transaksi. Di mana untuk semua merchant hanya membutuhkan satu barcode untuk semua transaksi melalui aplikasi pembayaran e-money.

Tingkat penetrasi QRIS semakin meluas didukung oleh tren digitalisasi pembayaran yang kian marak dan semakin dikenal masyarakat luas. Tidak dapat dipungkiri eksistensi pemain teknologi finansial turut mengubah preferensi konsumen dalam bertransaksi. Bagi sebagian masyarakat urban, keberadaan uang elektronik berbasis server di gawai cerdas telah menggantikan fungsi uang kartal di dompet dikarenakan lebih praktis dan aman. Faktor kenyamanan dan keamanan bagi pedagang juga tidak kalah penting.

Dimana pedagang tidak perlu repot menyediakan kembalian dan risiko uang palsu maupun kehilangan uang tunai juga termitigasi dengan baik. Bahkan pedagang bakal mendapat profil kredit positif di mata perbankan. Praktis pedagang berpeluang mengakses modal kerja lebih besar. Dan juga pedagang tidak perlu menyediakan QR kode dari berbagai aplikasi layanan dompet digital.



QRIS (Quick Response Code Indonesian Standart) merupakan standart QR Code untuk pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik server based, dompet elektronik, maupun mobile banking Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) merupakan standarisasi QR Code yang diciptakan oleh Bank Indonesia sebagai alat pembayaran. Standarisasi ini dibentuk untuk mempermudah melakukan pembayaran secara non tunai. QRIS merupakan penyatuan dari berbagai jenis QR yang ada pada Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang memakai QR Code. QRIS merupakan pembayaran digital menggunakan scan QR Code dan dapat di scan, dikenali, dibaca oleh penyelenggara sistem pembayaran

Merchant hanya perlu membuka rekening atau akun pada salah satu penyelenggara QRIS yang sudah berizin dari BI. Selanjutnya, merchant sudah dapat menerima pembayaran dari masyarakat menggunakan QR dari aplikasi manapun penyelenggaranya.

Kehadiran QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard) membawa banyak manfaat dan keuntungan bagi para pebisnis. Fitur fungsional dari QR Code membuka jalan berbagai informasi. Fitur terpenting QR Code adalah menjembatani antara dunia nyata dan dunia virtual, menyediakan instan peluang akses ke informasi yang tersedia di lingkungan online :

- 1) Jembatan antara dunia nyata dan dunia virtual Salah satu fitur terpenting dari QR Code adalah kemampuannya untuk melayani jembatan antara informasi yang terkandung di dunia nyata dan konten di lingkungan online. Fungsi utama dari QR Code adalah untuk bertindak sebagai menjembatani antara media offline dan media online.
- 2) Peluang untuk akses instan ke informasi online QR Code memberi pengguna smartphone akses cepat di lingkungan online, melewati mesin pencari dan portal internet. QR Code mengarahkan pengguna ke halaman web seluler tanpa perlu mengetik kata kunci pencarian.
- 3) Mengatasi batasan spasial QR Code menargetkan para pengguna smartphone dapat ditempatkan pada semua jenis media komunikasi yang dapat di cetak, untuk mempersingkat

jarak spasial antara informasi yang dapat di cetak dan di akses secara online.²⁶

- 4) Pembuatan kode QR yang ramah pengguna beberapa sifat fungsional lainnya dari QR Code yang tersedia bagi para penggunanya adalah kemampuan mereka untuk dihasilkan secara online dengan QR Code gratis dengan menggunakan perangkat lunak genarator dan dicetak oleh printer konvensional. Pengguna dapat dengan mudah mencetak QR Code yang dimiliki.

QR merupakan penggabungan dari berbagai Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QR dikembangkan oleh industry sistem pembayarann bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat dan terjaga keamanannya. Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan QR Code. Pembayaran wajib menerapkan QR saat ini, maka seluruh aplikasi pembayaran dari Penyelenggara manapun baik bank dan nonbank yang digunakan masyarakat dapat digunakan diseluruh took, pedagang, warung, parkir, tiket wisata, donasi pada merchant yang berlogo QR, meskipun persediaan QR di merchant berbeda dengan penyedia aplikasi yang digunakan masyarakat.

²⁶ Cellatin Aktas, *"The Evolution and Emergence Of QR Code"*, (Inggris: Cambridge Shcolars Publishing Lady Stephenson, 2017) Hal 38

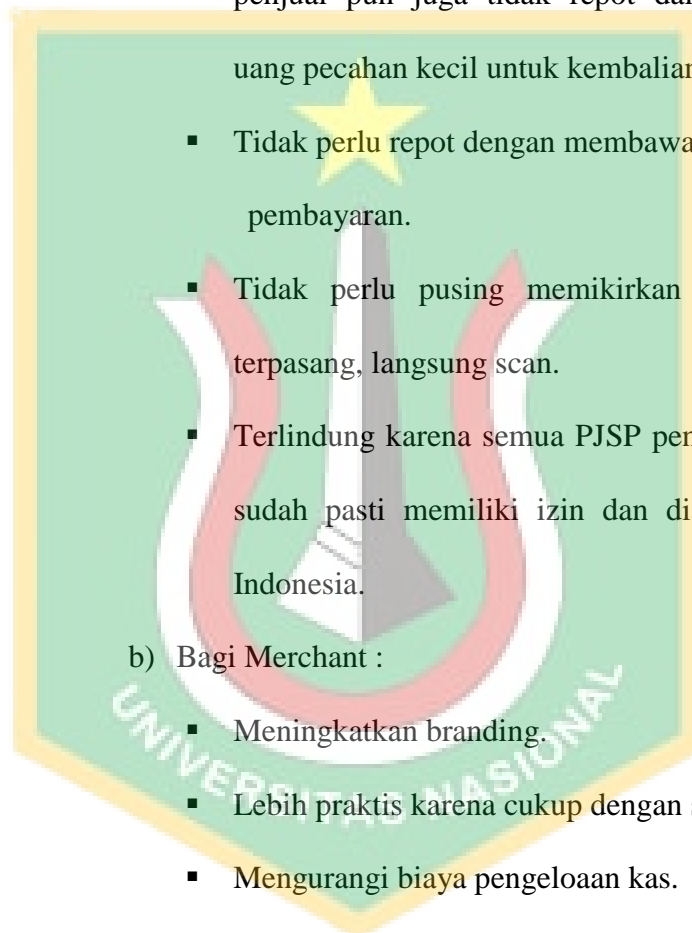
Manfaat QRIS

a) Bagi pengguna aplikasi pembayaran :

- Cepat dan mudah karena dengan QRIS nasabah tidak perlu repot-repot untuk membawa uang tunai, bagi penjual pun juga tidak repot dalam menyediakan uang pecahan kecil untuk kembalian.
- Tidak perlu repot dengan membawa uang tunai saat pembayaran.
- Tidak perlu pusing memikirkan QR siapa yang terpasang, langsung scan.
- Terlindung karena semua PJSP penyelenggara QRIS sudah pasti memiliki izin dan diawasi oleh Bank Indonesia.

b) Bagi Merchant :

- Meningkatkan branding.
- Lebih praktis karena cukup dengan satu QRIS.
- Mengurangi biaya pengelolaan kas.
- Terhindar dari uang palsu.
- Transaksi tercatat otomatis dan bisa dilihat setiap saat.
- Memudahkan rekonsiliasi dan berpotensi mencegah tindak kecurangan dari pembukuan transaksi tunai.



Standarisasi pada QRIS memiliki spesifikasi tertentu yang wajib dipatuhi oleh (PJSP) yang menyediakan sarana pembayaran berbasis QR. Terdapat 2 metode pembayaran pada QRIS yaitu merchant Presented Mode (MPM) dan Customer Presented Mode (CPM). Pada metode QRIS MPM, merchant akan menampilkan kode QR pada media stiker, papan informasi atau LCD yang kemudian di-scan dengan menggunakan ponsel konsumen.

Adapun pada metode kode QR *Customer Presented Mode* dimana dalam hal ini yang dimaksud bahwa konsumen menampilkan kode QR dari ponselnya kemudian di-scan oleh *merchant*. Saat ini QRIS MPM sudah secara luas digunakan di Indonesia, sedangkan QRIS CPM masih dalam tahap uji coba yang dilakukan oleh beberapa PJSP pada sebagian *merchant*. Pada QRIS MPM memiliki 2 model :

- 1) QRIS MPM Dinamis yang merupakan model pembayaran QR yang lebih akurat dan mudah karena kode QR yang dihasilkan sudah memuat nominal transaksi secara langsung. Konsumen tidak perlu lagi memasukkan nilai pembayaran secara manual. QRIS MPM adalah sebuah device atau aplikasi khusus yang akan membuat kode QR berbeda setiap kali transaksi. Oleh karena itu, QRIS MPM Dinamis lebih cocok digunakan oleh usaha yang berskala menengah besar dengan skala transaksi yang cukup tinggi.
- 2) QRIS MPM Statis merupakan model pembayaran QR yang praktis dan murah karena tidak membutuhkan device khusus untuk menampilkan kode QR

memuat langsung nominal transaksi , sehingga konsumen yang harus menginput sendiri jumlah pembayaran pada aplikasinya.²⁷

Indikator pada QRIS memiliki karakteristik yang disebut unggul dimana karakteristik QRIS ini dijadikan oleh peneliti sebagai indikator QRIS, UNGGUL yang merupakan kepanjangan dari :

a) Universal

Dimana QRIS dapat menerima pembayaran aplikasi pembayaran apapun yang menggunakan kode QR, jadi masyarakat tidak perlu untuk harus memiliki berbagai macam aplikasi pembayaran.

b) Gampang

Bagi masyarakat dapat dengan mudah, tinggal langsung scan dan klik bayar, lalu pada merchant sangat mudah, tidak perlu memajang banyak kode QR, cukup dengan satu QRIS yang dapat dipindai menggunakan aplikasi pembayaran QR apapun.

c) Untung

Bagi pengguna dapat menggunakan akun pembayaran QR apapun untuk membayar. Bagi merchant hanya cukup punya minimal satu saja akun yang dipakai untuk menerima semua pembayaran QR.

²⁷ <http://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/QRISContents/Default.aspx> (online 28 Mei 2020)

d) Langsung

Pembayaran dengan QRIS dapat langsung diproses seketika.

Pengguna dan merchant langsung mendapat notifikasi transaksi.

Efektivitas Pengguna QRIS Menurut Bank Indonesia (BI)

Efektifitas merupakan suatu tingkatan keberhasilan yang dihasilkan oleh seseorang untuk pencapaiannya. Dengan yang dimaksud adalah bahwa dengan semakin banyaknya rencana yang berhasil dicapai maka suatu kegiatan akan dianggap semakin efektif.²⁸ Ada beberapa kelebihan dan kelemahan QRIS yang berdampak positif, diantaranya²⁹:

- 1) Pembayaran nontunai lebih efisien sesuai dengan anjuran pemerintah untuk meningkatkan Gerakan Nontunai ini bisa menjadi salah satu dukungannya, yaitu meningkatkan penggunaan uang elektronik. Di mana untuk memenuhi suatu kebutuhan dalam bertransaksi secara tunai, harus membawa uang kas yang memerlukan tempat dan perhitungan dalam bertransaksi.
- 2) Antisipasi tindakan criminal penggunaan uang elektronik meminimalisir terjadinya tindakan kejahatan, maraknya pencurian dan perampokan di perjalanan juga

²⁸ Quick Response Code Indonesia standard, <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/QRIS/Contents/Default.aspx>(02 April 2020)

²⁹ Dyah Ayu Paramitha dan Dian Kusumaningtyas, "QRIS Dan Era Baru Pembayaran" (Kediri: Universitas Nusantara PGRI, 2020) Hal 36

menjadi risiko tersendiri bagi kita yang sering membawa uang tunai secara berlebihan. Dan juga untuk menghindari scamming oleh para hacker.

3) Persaingan bisnis meningkat maraknya penggunaan uang elektronik menjadikan masyarakat semakin mudah dalam bertransaksi, dengan ini diharapkan juga diikuti perkembangan dunia bisnis di Indonesia. Bahkan sekarang juga mulai diterapkan di pusat pertokoan, perbelanjaan dan pasar modern.

4) Semua kalangan bisa menggunakan QRIS, QRIS bisa dimanfaatkan untuk semua kalangan, baik muda maupun tua, dan kalangan atas sekaligus kalangan menengah kebawah. Karena dengan menjamurnya kemudahan IPTEK memicu masyarakat untuk mencoba mengikuti perkembangan jaman ini.

Selain manfaat yang didapat, kelemahan dalam penggunaan, QRIS untuk saat ini, dikarenakan perkembangan pembangunan di Indonesia yang belum merata ini juga diimbangi belum meratanya jangkauan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) untuk masyarakat. Masih banyak jaringan internet di Indonesia yang belum stabil. Bahkan di beberapa daerah pun penggunaan handphone masih hanya dinikmati kaum millennial. Tentunya ini menjadi tidak merata dalam segi penggunaannya, untuk masyarakat yang tergolong ekonomi rendah dan usia tua belum sepenuhnya paham mengoperasikan gadget.

Perkembangan QRIS di Indonesia makin meningkat dan semakin banyak merchant yang telah bergabung menggunakan QRIS. Bank Indonesia selaku yang mengeluarkan dan mengembangkan QRIS berkomitmen untuk terus memperluas penggunaan QRIS, salah satunya memfasilitasi penggunaan QRIS dipasar maupun pusat perbelanjaan lainnya. Untuk mewujudkan komitmen tersebut Bank Indonesia berkolaborasi dengan Kementerian Perdagangan melalui program pasar dan pusat perbelanjaan SIAP (Sehat, inovatif, dan Aman Pakai), dengan harapan program ini dapat direplikasi diseluruh pasar dan pusat perbelanjaan di Indonesia.

Peningkatan kegiatan transaksi dipasar dan pusat perbelanjaan akan mendatangkan manfaat seperti pemulihan ekonomi nasional (bi.go.id). Perkembangan QRIS bukan hanya di Indonesia saja, QRIS juga berkembang dikancah internasional. Bank Indonesia Pada tahun 2020 melalui QRIS telah menerima sebuah penghargaan untuk kategori sistem pembayaran (payment innovation) dari Central Banking Publications dr 1 St Annual Fintech & Regtech Awards. QRIS memberikan banyak dampak positif yaitu peningkatan inklusi keuangan dan efisiensi pemakain QRIS, QRIS juga banyak membantu para pelaku UMKM, dan QRIS juga ikut berkontribusi terhadap Pemulihan Ekonomi Nasional.

2.2.6. Teori Bank Syariah

a. Bank Syariah

Bank adalah suatu lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Bank syariah beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam adalah lembaga keuangan yang beroperasi dan produksinya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadist Nabi S A W. Dengan kata lain bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalulintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syari'at Islam.³⁰

Perkembangan perbankan syariah dari sisi institusi bermula pada tahun 1991 dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) dan resmi beroperasi pada tahun 1992. Perbankan syariah semakin mendapat perhatian setelah beberapa seri krisis ekonomi terjadi. Krisis yang dimaksud adalah krisis ekonomi dunia tahun 1998 terjadi krisis ekonomi yang pengaruhnya sangat dirasakan oleh negara-negara dirantau Asia termasuk Indonesia. Kemudian yang terbaru adalah krisis ekonomi global tahun 2009 yang pengaruhnya hampir merata dirasakan oleh negara-negara dunia terutama Amerika Serikat.

³⁰ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal 2

b. Fungsi Utama Bank Syariah

Bank syariah mempunyai 3 fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dengan bentuk titipan dan investasi, lalu menyalurkan dana dari masyarakat yang memiliki dana lebih. Bank syariah menghimpun dana nasabah dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad al-wadiah dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad al-mudharabah :

1. Penghimpunan Dana Masyarakat

Fungsi bank syariah yang pertama yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki dana lebih. Bank syariah menghimpun dana dari masyarakat dengan bentuk titipan, menggunakan akad al-wadiah dan bentuk investasi dengan menggunakan akad al-mudharabah.

2. Penyaluran Dana Kepada Masyarakat

Fungsi bank syariah kedua yaitu menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan (use of fund). Masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank syariah asal dapat memenuhi semua ketentuan dan persyaratan yang berlaku. Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank syariah. Bank syariah akan memperoleh return atas dana yang disalurkan. Return atau pendapatan yang dihasilkan bank atas penyaluran dana ini sesuai dengan akadnya.

3. Pelayanan Jasa Bank

Bank syariah selain menghimpun dana nasabah lalu menyalurkan kepada masyarakat, juga memberikan jasa pelayanan perbankan. Pelayanan jasa bank syariah lalu diberikan dalam rangka agar memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Pelayanan jasa kepada nasabah ini fungsi bank syariah yang ketiga. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syariah antara lain jasa pengiriman uang, pemindahbukuan, penagihan surat berharga, kliring, letter of credit, inkaso, dan pelayanan jasa bank lainnya.³¹

Bank muamalat merupakan bank pertama di Indonesia yang menggunakan konsep perbankan secara syariah, perusahaan yang sahamnya tidak tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan secara resmi beroperasi sebagai Bank Devisa sejak tanggal 27 Oktober 1994, berdasarkan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No.27/76/KEP/DIR tentang Penunjukan PT Bank Muamalat Indonesia menjadi Bank Devisa tanggal 27 Oktober 1994. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No.S-79/MK.03/1995 tanggal 6 Februari 1995, Bank Muamalat resmi ditunjuk sebagai Bank Devisa Persepsi Kas Negara.

³¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Surabaya: Kencana, 2010), hal 30-33

2.2.7. Mobile Banking Muamalat DIN

Muamalat DIN adalah aplikasi layanan Mobile Banking Bank Muamalat yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh seluruh penggunanya baik nasabah maupun nonnasabah, pada Muamalat Din terdapat fitur yang beragam :

- Fitur Finansial yang memungkinkan bagi nasabah untuk dapat bertransaksi finansial tanpa harus datang ke bank.
- Fitur non Finansial dilengkapi dengan informasi produk dan layanan untuk mempermudah pengguna mengetahui berbagai produk perbankan Muamalat, lokasi atm dan kantor cabang.

Selain fitur menarik yang ada pada Mobile Banking Muamalat DIN juga dilengkapi dengan keamanan yang lebih tinggi untuk menjaga keamanan data nasabah.

Menurut Ikatan Banking Indonesia Mobile Banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler GSM (Global for Mobile Communication) dengan menggunakan SMS (Short Message Service).³²

Menurut Hanif Astika Mobile Banking ialah fasilitas dari Bank yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi di era modern

³² Ikatan Banking Indonesia IBI, “*Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*”, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014)

saat ini.³³ Menurut Riswandi Mobile banking merupakan suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui Smartphone.³⁴

Menurut Hadi dan Novi mobile banking merupakan layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. Mobile Banking atau yang di kenal dengan M-Banking, merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan.

Keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi M-Banking tidak akan berjalan apabila tidak didukung oleh telephone seluler dan internet, setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk bertransaksi dimana saja dan kapan saja³⁵. Menurut Raharjo dalam penelitiannya ada beberapa persyaratan yang harus ada di dalam mobile banking³⁶.

1. Aplikasi mudah digunakan
2. Layanan dapat dijangkau dari mana saja

³³ Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, Alfi Arif, "Analisis Minat penggunaan mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model"

³⁴ Riswandi, Budi Agus. "Aspek Hukum Internet Banking". (Jakarta : Raja Grafindo Indonesia 2005)

³⁵ Hadi, S dan Novi, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 5 No. 1. 2015.

³⁶ Raharjo Budi, "Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet" (Jakarta: PT Indonesia, 2005) Hal 52

3. Murah
4. Aman
5. Dapat diandalkan (reliable)

Dengan adanya M-Banking, kegiatan yang biasanya dilakukan secara manual, datang ke bank, kini dapat dilakukan dengan menggunakan Handphone yang sudah terpasang aplikasi M-Banking, dengan begitu nasabah dapat menghemat waktu dan biaya. Layanan Mobile Banking memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain sebagainya. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki smartphone dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bank beramai-ramai menyediakan fasilitas Mobile Banking. Layanan mobile banking berbeda dengan layanan electronic banking lainnya seperti SMS banking dan Internet banking.

Dimana layanan mobile banking ini adalah fasilitas layanan yang di sediakan oleh bank melalui media electronic telepon genggam, dengan penyediaan fasilitas layanan hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang tunai. Sedangkan SMS banking merupakan layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon genggam dengan media SMS (short message service). Dan internet banking merupakan layanan yang disediakan oleh perbankan yang

memungkinkan nasabah memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah bagan yang digunakan peneliti untuk menjelaskan hasil penelitian mengenai pengimplementasian Sistem QR pada Mobile Banking Muamalat DIN untuk Meningkatkan Kemudahan Bertransaksi, adanya bagan kerangka berpikir ini adalah untuk mempermudah analisa permasalahan dalam penelitian ini.



Diagram 2.1

