

**PERSEPSI NASABAH TENTANG PELAYANAN JASA
PERBANKAN SYARIAH DALAM KONTEKS
ETIKA BISNIS ISLAM PADA BANK
SYARIAH INDONESIA
(BSI) KCP SINJAI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Peryaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

ASHAR RAMADHAN
NIM. 200311003

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH (PSy)
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD
DAHLAN (UIAD) SINJAI
TAHUN 2025**



**PERSEPSI NASABAH TENTANG PELAYANAN JASA
PERBANKAN SYARIAH DALAM KONTEKS
ETIKA BISNIS ISLAM PADA BANK
SYARIAH INDONESIA
(BSI) KCP SINJAI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Peryaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

ASHAR RAMADHAN

NIM. 200311003

Pembimbing:

1. Dr. Rahmatullah, S.Sos.I, M.A
2. Nurwahida, S.H.I., M.E

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH (PSy)
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD
DAHLAN (UIAD) SINJAI
TAHUN 2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ashar Ramadhan
NIM : 200311003
Program studi : Perbankan Syariah (PSy)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang di tunjukan sebagai sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini di buat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Sinjai, 27 Juni 2024



Yang membuat pernyataan

Ashar Ramadhan
NIM. 200311003

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul, Persepsi Nasabah tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah dalam Konteks Etika Bisnis Islam pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp. Sinjai. Yang ditulis oleh Ashar Ramadhan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 200311003, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam Universitas Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis tanggal 31 Juli 2025 M bertepatan dengan 6 Shafar 1447 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

(Dr. Suriati, M.Sos.I.)

Ketua

(.....)

(Dr. Jamaluddin, M.Pd.)

Sekretaris

(.....)

(Abd. Muhaemin Nabir, S.E., M.Ak.Ak.)

Penguji I

(.....)

(Dr. Eril, S.Pd., M.H.)

Penguji II

(.....)

(Dr. Rahmatullah, M.A.)

Pembimbing I

(.....)

(Nurwahida, S.H.I., M.E.)

Pembimbing II

(.....)

Mengetahui,

Dekan FEH UIAD Sinjai



Abd. Muhaemin Nabir, S.E., M.Ak, Ak.
NBM. 1213397

ABSTRAK

Ashar Ramadhan. *Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai.* Program Studi Perbankan Syariah, Sinjai, Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD), 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai; dan (2) Bentuk - bentuk Pelayanan Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai.

Jenis penelitian ini adalah Fenomenologi menggunakan metode kualitatif dalam penelitian. Studi ini menyelidiki persepsi petugas dan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai tentang layanan perbankan syariah dengan mempertimbangkan etika bisnis Islam. Wawancara dan instruksi adalah bagian dari proses pengumpulan data. Data tersebut dianalisis menggunakan model analisis deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan, Pertama, bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah dan etika bisnis Islam memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan di (BSI) KCP Sinjai. Penerapan nilai-nilai seperti kejujuran, transparansi, responsivitas, dan tanggung jawab mampu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah, serta mendorong mereka untuk tetap menggunakan layanan perbankan syariah. Dengan demikian, etika bisnis Islam berperan penting dalam membentuk kualitas pelayanan dan citra positif perbankan syariah di mata nasabah. Kedua, Bentuk pelayanan jasa bank syariah dalam konteks etika bisnis Islam pada bank syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai tidak hanya fokus pada kepatuhan prinsip-prinsip syariah dalam layanannya tetapi juga aktif dalam membangun kepercayaan nasabah dan meningkatkan kesejahteraan bersama. Ini tercermin dalam pendekatan mereka yang transparan, responsif, dan komprehensif terhadap kebutuhan nasabah sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam.

Kata Kunci : *Persepsi, Pelayanan Jasa, Etika Bisnis Islam*

ABSTRACT

Ashar Ramadhan. Customer Perceptions of Islamic Banking Service Quality in the Context of Islamic Business Ethics at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai. Islamic Banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Law, Ahmad Dahlan Islamic University (UIAD) Sinjai, 2024.

This research aims to determine: (1) customers' perceptions of Islamic banking services in the context of Islamic business ethics at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai; and (2) the forms of Islamic banking services provided within the framework of Islamic business ethics at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai.

This research employs a phenomenological approach using qualitative methods. The study investigates the perceptions of officers and customers of Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai regarding Islamic banking services by considering Islamic business ethics. Data were collected through interviews and observation. The data were analyzed using a descriptive analysis model.

The results of the research indicate: First, the implementation of sharia principles and Islamic business ethics has a significant influence on customers' perceptions of service quality at BSI KCP Sinjai. The application of values such as honesty, transparency, responsiveness, and responsibility enhances customer trust and satisfaction, and encourages them to continue using Islamic banking services. Thus, Islamic business ethics plays an important role in shaping service quality and building a positive image of Islamic banking in the eyes of customers. Second, the forms of Islamic banking services within the context of Islamic business ethics at BSI KCP Sinjai not only focus on compliance with sharia principles but also actively seek to build customer trust and improve collective welfare. This is reflected in their transparent, responsive, and comprehensive approach to meeting customer needs in accordance with Islamic business ethics values.

Keywords: Perception, Service Quality, Islamic Business Ethics

مستخلص البحث

أسهار رمضان. تصورات العملاء حول جودة خدمات المصارف الإسلامية في سياق أخلاقيات العمل الإسلامي في بنك الشريعة الإندونيسي فرع سنجائي. قسم المصارف الشرعية، كلية الاقتصاد والقانون الإسلامي، جامعة أحمد دحلان الإسلامية بسنجائي، ٢٠٢٤م.

يهدف هذا البحث إلى تحديد: (١) تصورات العملاء تجاه خدمات المصارف الإسلامية في سياق أخلاقيات العمل الإسلامي في بنك الشريعة الإندونيسي فرع سنجائي؛ و(٢) أشكال الخدمات المصرفية الإسلامية المقدمة ضمن إطار أخلاقيات العمل الإسلامي في البنك ذاته.

اعتمد هذا البحث المنهج الظواهري (الظاهري) باستخدام الأساليب النوعية. واستقصت الدراسة تصورات الموظفين والعملاء في بنك الشريعة الإندونيسي فرع سنجائي فيما يتعلق بالخدمات المصرفية الإسلامية مع مراعاة أخلاقيات العمل الإسلامي. جمعت البيانات من خلال المقابلات والملاحظة، وحللت البيانات باستخدام نموذج التحليل الوصفي.

تشير نتائج البحث إلى الآتي: أولاً، إن تطبيق المبادئ الشرعية وأخلاقيات العمل الإسلامي له تأثير كبير على تصورات العملاء تجاه جودة الخدمة في بنك الشريعة الإندونيسي فرع سنجائي؛ حيث إن تطبيق قيم مثل الصدق، والشفافية، والاستجابة، والمسؤولية يعزز ثقة العملاء ورضاهم، ويشجعهم على الاستمرار في استخدام الخدمات المصرفية الإسلامية. وبذلك، تؤدي أخلاقيات العمل الإسلامي دوراً مهماً في تشكيل جودة الخدمة وبناء صورة إيجابية للمصارف الإسلامية في نظر العملاء. ثانياً، إن أشكال الخدمات المصرفية الإسلامية في سياق أخلاقيات العمل الإسلامي في البنك لا تقتصر على الالتزام بالمبادئ الشرعية فحسب، بل تسعى بنشاط إلى بناء ثقة العملاء وتحسين الرفاهية الجماعية. وينعكس ذلك في نهجهم الشفاف، والمستجيب، والشامل في تلبية احتياجات العملاء وفقاً لقيم أخلاقيات العمل الإسلامي.

الكلمات الأساسية: التصور، جودة الخدمة، أخلاقيات العمل الإسلامي.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العلمين والصلاة والسلام على اشرف الانبياء والمرسلين سيد

محمد نا وعلى اله واصحابه أما بعد

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak, yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulisan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih dan penghargaan kepada:

1. Ayah Ansar S.pd dan Ibu Mulyani Marsuki selaku Kedua Orang Tua tercinta yang telah mendidik, membesarkan, dan mendukung studi Penulis;
2. Ibu Dr. Suriati, S.Ag., M.Sos.I. Selaku Rektor Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
3. Bapak Dr. Jamaluddin, S.Pd.I., M.Pd.I Selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
4. Bapak Dr. Rahmatullah, S.Sos.I., M.A. Selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
5. Bapak Dr. Muhlis, S.Kom.I., M.Sos.I. Selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
6. Abd. Muhaemin Nabir, S.E., M.Ak.,Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam, Selaku Pimpinan pada Tingkatan Fakultas;
7. Nurwahida, S.H.I., M.E Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah;
8. Dr. Rahmatullah, S.Sos.I., M.A. Selaku Pembimbing I dan Nurwahida, S.H.I., M.E. Selaku Pembimbing II;
9. Seluruh Dosen yang telah membimbing dan mengajar selama studi di Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
10. Seluruh Pegawai dan Jajaran Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai yang telah membantu kelancaran Akademik;

11. Kepala dan Staf Perpustakaan Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
12. Teman-teman Mahasiswa Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai terutama himpunan jurusan (HIMPPESA) dan Unit Kegiatan Mahasiswa Seni Dan Olahraga (UKM SENIOR) berbagai pihak yang tidak disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis selesai studi;

Teriring doa semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT, dan semoga karya Ilmiah ini bagi siapa saja yang membacanya. Amin.

Sinjai, 27 Juni 2024

Ashar Ramadhan

NIM. 200311003

DAFTAR ISI

SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSRTACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
A. Kajian Pustaka.....	10
B. Hasil Penelitian Relevan	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	26
B. Definisi Operasional.....	27
C. Tempat Dan Waktu Penelitian	27
D. Subjek dan Objek Penelitian	28
E. Tehnik Pengumpulan Data.....	28
F. Instrumen Penelitian.....	29
G. Keabsahan Data.....	30
H. Tehnik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	34
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	34
B. Hasil Dan Pembahasan penelitian.....	67
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1:Gedung Bank Syariah Indonesia (BSI)	32
Gambar 4.2:Logo PT. Bank Syariah Negara Indonesia (Persero) Tbk.	34
Gambar 4.3:Struktur Organisasi BSI KCP Sinjai	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-Kisi Instrumen	59
Lampiran 2 Instrumen Penelitian	60
Lampiran 3 Dokumentasi.....	61
Lampiran 4 Keterangan Plagiasi	63
Lampiran 5 Izin Penelitian	64
Lampiran 6 Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian.....	65
Lampiran 7 SK.Pembimbing.....	66
Lampiran 8 Biodata Penulis.....	68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peranan perbankan penting bagi kegiatan ekonomi di suatu negara karena semakin dibutuhkan oleh pemerintah dan masyarakatnya. Bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan misalnya melakukan transfer uang, menitipkan uang, berinvestasi, melakukan pembayaran dan transaksi lainnya. Dalam dunia modern peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Lembaga perbankan merupakan inti dari sistem keuangan suatu negara (Hermansyah, 2009). Hampir semua sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank (Kasmir, 2002).

Keberadaan lembaga keuangan syaria'ah yang masih relatif baru jika dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional dan semakin berkembangnya masalah ekonomi masyarakat, maka berbagai kendala tidak mungkin dilepaskan dari keberadaan lembaga keuangan syaria'ah. Perkembangan bank syariah di Indonesia mendapat dukungan lebih besar dari pemerintah sejak tahun 1998 pengembangan perbankan syariah di Indonesia tumbuh dan kinerja pasar bank syariah, menyumbangkan total pengalaman perbankan yang memiliki pertumbuhan positif, meski masih tergolong kecil jumlahnya. Berdasarkan data yang dilansir oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan), mengungkapkan bahwa bagian dari total aset bank tumbuh dari 4,79% syariah di tahun 2015 menjadi 5,02% pada tahun 2016 (Sumanto, 2014).

Beberapa kajian telah melihat kepuasan pelanggan sebagai studi yang menunjukkan bahwa implementasinya dari bank syariah dalam hal jumlah pengguna hanya 7% dibandingkan dengan bank konvensional penggunaan mencapai 93% (Sunaryo dan Zakaria Bahri, 2012). Kondisi ini menunjukkan pengguna perbankan syariah masih belum menunjukkan kepuasan kepada bank

syariah. *Market share* perbankan syariah masih relatif kecil dibanding dengan *market share* perbankan konvensional. Kecilnya *market share* pada perbankan syariah mengharuskan bank syariah untuk lebih meningkatkan kinerja pelayanan yang diterapkan (Sunaryo dan Zakaria Bahri, 2012).

Salah satu alternatif yang bisa digunakan untuk mengembangkan *market share* yaitu dengan strategi pengembangan kepuasan pelanggan, yaitu yang dimaksud di penelitian ini adalah kepuasan pelanggan Pada Bank Syariah Indonesia KCP Sinjai Dengan semakin ketatnya persaingan usaha dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Kualitas merupakan tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman pada saat mencapai mutu tersebut. Kualitas adalah sebuah jaminan terbaik untuk loyalitas pada nasabah, karena hal tersebut menjadi pertahanan terkuat dalam menghadapi persaingan, jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng. Menurut (Philip Kotler, 2016).

Definisi pelayanan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dalam perbankan, kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil 2 penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan menggunakan suatu produk jasa bank. Harapan itu lantas dibandingkan dengan persepsinya terhadap kualitas yang diterimanya dengan menggunakan produk jasa itu. Jika harapannya lebih tinggi dari pada kualitas produk jasa, ia akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika harapannya sama dengan atau lebih rendah dari pada kualitas produk jasa ia akan merasa puas (Zeithaml, 2017).

Pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan, sering juga ditemukan masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan dan ketidakberhasilan memuaskan sebagian besar pelanggan mereka. Maka dari itu diperlukan peningkatan kualitas

pelayanan agar dapat memberikan kepuasan pada pelanggan. Rangka membuat sebuah perusahaan lebih unggul dari para pesaingnya adalah memberikan pelayanan yang berkualitas dan memenuhi tingkat kepentingan seorang pelanggan. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana nasabah sudah mengetahui tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Tindakan yang dilakukan perusahaan tentunya bertujuan memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan serta memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan dan pelayanan yang diberikan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung (Zeithaml, 2017).

kualitas layanan dijelaskan sebagai penelitian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh dan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi konsumen. Pada konteks ini, kualitas pelayanan tergantung pada beberapa hal yang meliputi tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Pada penelitian difokuskan pada faktor manusia yang memberikan kualitas pelayanan pada perbankan karena memegang peranan penting pada pelayanan perusahaan. Kualitas pelayanan dalam hal ini adalah kualitas berupa jasa yang dijadikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi para pelanggan sendiri (Lupiyoadi, 2016).

Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki nasabah. Meningkatkan kualitas pelayanan, tentu membutuhkan berbagai persepsi dari nasabah. Persepsi adalah suatu proses psikologis sebagai hasil dari penginderaan serta proses terakhir dari kesadaran sehingga terbentuk proses berpikir. Senada dengan hal tersebut,

persepsi juga merupakan proses pemahaman maupun pemberian makna terhadap suatu rangsangan/stimulus, dimana rangsangan tersebut berasal dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa atau hubungan-hubungan antar gejala yang kemudian otak memproses stimulus tersebut (Sumanto, 2014).

Sedangkan menurut (Bimo Walgito, 2014), terdapat tiga faktor yang berperan dalam proses membentuk persepsi, yakni: 1) Objek yang dipersepsi, objek yang menjadi bahan untuk dipersepsikan, 2) Alat indera dan susunan syaraf, adapun alat indera yaitu sebagai penerima stimulus dan susunan syaraf berfungsi meneruskan stimulus ke otak, 3) Perhatian, perhatian adalah akhir dari proses terbentuknya persepsi. Salah satu hal yang paling penting dalam meningkatkan persepsi yang baik dari nasabah adalah dengan memberikan pelayanan terbaik dari pihak bank sendiri. Namun, ditinjau dari bisnis islami pelayanan tentunya dilandasi oleh beberapa hal pokok yang meliputi kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta mengetahui dan keterampilan yang bagus. Dewasa ini semakin diyakini bahwa memberikan nilai kepuasan kepada pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas dan harga yang bersaing merupakan kunci utama untuk memenangkan persaingan. Bank Syariah harus selalu menyiapkan diri untuk menghadapi persaingan. Dalam memenangkan persaingan tersebut, terkadang perusahaan kurang memperhatikan kewajibannya secara moral. Pelaku usaha sering mengabaikan nilai-nilai etika. Etika atau moral dalam Islam merupakan buah dari keimanan, keislaman, dan ketakwaan yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah SWT (Sofyan Harahap, 2011).

Skinner mengatakan bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Straub & Attner mendefinisikan bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktifitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus

komitmen padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai ‘daratan’ atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat (Faisal Badroen, 2006).

Etika bisnis Islam adalah landasan normatif yang bersumber dari ajaran Islam yaitu Al-Qur’an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW, sebagai acuan bagi para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis secara alami. Di Indonesia banyak terjadi pelanggaran etika bisnis yang dilakukan oleh perusahaan skala besar maupun kecil. Pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku bisnis tidak hanya merugikan perusahaan dan pelaku bisnis lain, tetapi juga merugikan masyarakat. Etika bisnis Islam berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktivitas ekonomi. Untuk kemajuan bank maka perlu mencermati permintaan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan, salah satunya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan (Faisal Badroen, 2006).

Kualitas pelayanan ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani, tapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani (konsumen), Karena konsumen yang menikmati pelayanan dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya Setidaknya ada lima kriteria pokok kualitas pelayanan, yaitu; Bentuk fisik (*Tangibles*), Kehandalan (*Reability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empaty (*Empathy*) (Rizqa R Tyas., 2015).

Tinggi rendahnya penilaian kualitas pelayanan dari suatu badan usaha dipengaruhi oleh persepsi konsumen pada kualitas layanan tersebut, dimana persepsi nasabah pada kualitas layanan yang diberikan baik, nasabah akan berpersepsi positif, demikian juga sebaliknya kualitas pelayanan yang diberikan buruk, nasabah akan berpersepsi negative. Persepsi konsumen diperoleh dari hasil yang didapatkan setelah selesai memakai layanan yang telah diberikan, setelah membandingkan dengan harapan konsumen (Ikfi Akmalia, 2012).

Persepsi adalah proses dimana seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensorik untuk memberi arti pada lingkungannya (Sudaryono, 2016). Persepsi sangat membutuhkan bantuan indra sebagai alat

bantu manusia memahami dunianya. Proses penginderaan akan berlangsung setiap saat, pada waktu individu menerima stimulus dari alat indra, yaitu melalui mata sebagai penglihatan, telinga sebagai alat pendengar, hidung sebagai alat pembauan, lidah sebagai alat pengecap, kulit dan telapak tangan sebagai alat perabaan (Bimo Walgito, 2004).

Timbulnya persepsi dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu faktor stimulus; stimulus pemasaran serta stimulus lingkungan. dan faktor individu; sikap, motivasi, minat, pengalaman masa lalu, harapan, sasaran, dan keadaan sekitar (Vinna Sri Yuniarti, 2015).

Faktor faktor diatas persepsi individu satu dengan yang lain pasti berbeda. Oleh karena itu, konsep pelayanan adalah faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan suatu instansi. Karena persepsi nasabah terhadap suatu produk maupun pelayanan yang diberikan bank konvensional dan bank syariah dapat menentukan citra dari bank tersebut di masyarakat. Baik buruknya persepsi masyarakat didapatkan dari perlakuan seseorang terhadap objek atau informasi yang diterima melalui pengamatan dengan menggunakan indra yang dimiliki. Hal ini juga menjadi dasar pemikiran etika bisnis Islam (Vinna Sri Yuniarti, 2015).

Operasionalnya bank syariah memiliki berbagai macam keunggulan dibandingkan dengan perbankan konvensional. Salah satu keunggulan karena dalam operasionalnya bank syariah menerapkan etika bisnis Islam. Melalui penerapan etika bisnis Islam dalam mengelola dana masyarakat maka akan timbul kepercayaan masyarakat terhadap Bank Syariah. Nasabah akan merasa dilayani dengan etis sehingga menimbulkan kepuasan yang akan berdampak terhadap loyalitas. Berdasarkan pengalaman peneliti selama 2 bulan pada saat melaksanakan program magang, melihat situasi dan kondisi di lapangan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai merupakan salah satu institusi keuangan syariah terkemuka yang menawarkan berbagai produk dan layanan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. (Sunarto, 2023)

Konteks bisnis, prinsip-prinsip etika Islam menjadi landasan utama yang harus dijunjung tinggi oleh lembaga keuangan syariah seperti Bank BSI. Industri perbankan syariah khususnya daerah sinjai telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kebutuhan akan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini tercermin dari peningkatan jumlah nasabah pada Bank BSI KCP sinjai dan pemerintah daerah yang semakin mendukung perkembangan industri ini (M. Nur Rianto Al Arif, 2012)

Untuk itu persepsi nasabah terhadap pelayanan jasa perbankan syariah dalam konteks etika bisnis Islam di Bank BSI diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan strategi dan perbaikan layanan di masa mendatang Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, penulis mengangkat judul mengenai Penerapan etika bisnis Islam ini diharapkan Bank Syariah Indonesia KCP Sinjai mampu bekerja optimal yang sesuai dengan etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi dari kualitas pelayanan sebelumnya pada Bank Syariah Indonesia KCP Sinjai. Maka peneliti ingin meneliti yang akan ditulis dalam sebuah Skripsi yang berjudul **“Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai”**.

B. Batasan Masalah

Adapun ruang lingkup masalah yang ingin dibatasi oleh peneliti yang disebabkan masalah yang terlalu luas atau lebar yang bisa mengakibatkan penelitian ini tidak bisa fokus. Oleh karena itu penulis membatasi supaya peneliti bisa memberikan hasil yang tepat. Batasannya yaitu :

1. Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa pada Perbankan Syariah.
2. Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai.

C. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai?
2. Bagaimana Bentuk - Bentuk Pelayanan Jasa Bank Syariah dalam Konteks Etika Bisnis Islam pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah, Untuk Mengetahui Bagaimana Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ada dalam penelitian ini menangkap yang akan diberikan setelah menyelesaikan penelitian. Manfaat yang didapat bersifat teoritis dan praktis, berguna untuk penulis skripsi, organisasi, dan orang umum pada masyarakat. Dalam penelitian ini diharapkan bermanfaat dengan hasil penelitian yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan tentang Perbankan Syariah sebagai bagian dari Ekonomi Islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Tulisan ini memberikan manfaat bagi penulis berupa pemahaman yang lebih mendalam lagi mengenai lembaga Perbankan Syariah khususnya mengenai pelayanan jasa perbankan syariah dalam konteks etika bisnis islam serta untuk memenuhi tugas proposal skripsi program studi perbankan syariah.

b. Bagi Lembaga UIAD Sinjai

Sebagai bahan referensi bagi peneliti berikutnya secara kritis dan mendalam lagi tentang hal-hal yang sama dari sudut pandang yang berbeda.

c. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Sinjai

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi bagi Bank Syariah Indonesia KCP Sinjai dalam meningkatkan pelayanan jasa perbankan syariah dalam konteks etika bisnis islam.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Persepsi Nasabah

a. Pengertian Persepsi Nasabah

Persepsi berasal dari bahasa latin, *perceptio* yang berarti menerima atau mengambil. Persepsi adalah proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian berbagai stimulus menjadi informasi yang bermakna (Vinna Sri Yuniarti, 2015). Berikut beberapa definisi persepsi:

- 1) Schiffmann dan Kanuk menyebutkan bahwa persepsi adalah cara orang memandang dunia ini. Dari definisi yang umum ini dapat dilihat bahwa persepsi seseorang akan berbeda dari yang lain. Cara memandang dunia sudah pasti dipengaruhi oleh sesuatu dari dalam maupun luar orang itu. Media massa dengan segala bentuknya dapat membentuk persepsi yang serupa antar warga kelompok masyarakat tertentu (Ristiyanti Prasetji dan John J.O.I Ihalauw, 2005).
- 2) Solomon mendefinisikan persepsi sebagai proses di mana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilah dan dipilih., kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan. Sensasi datang dan diterima oleh manusia melalui panca indera, yaitu mata, telinga, hidung, mulut dan kulit yang disebut sistem sensorik (Ristiyanti Prasetji dan John J.O.I Ihalauw, 2005).
- 3) Alex Sobur mengartikan persepsi dalam arti sempit adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Sedangkan dalam arti luas, persepsi adalah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu (Sudaryono, 2016).

- 4) Menurut rachmat bahwa persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.
- 5) Atkinson menyimpulkan persepsi adalah proses saat kita mengorganisasikan dan menafsirkan pola stimulus dalam lingkungan (Sudaryono, 2016).

Berdasarkan berbagai pengertian tersebut, persepsi merupakan proses seseorang menyimpulkan suatu aktifitas yang ia terima melalui pengindraan menjadi suatu informasi yang bermakna.

b. Proses Persepsi Nasabah

Proses pembentukan persepsi menurut Setiadi terdiri dari sejumlah tahap, yaitu (Donni Juni Priansa, 2017) :

1) Seleksi Persepsi

Seleksi persepsi terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan informasi yang dimiliki oleh konsumen. Sebelum seleksi persepsi terjadi, terlebih dahulu stimulus harus mendapatkan perhatian dari konsumen. Tidak semua stimulus yang dipaparkan dan diterima konsumen akan memperoleh perhatian konsumen dikarenakan konsumen memiliki keterbatasan sumberdaya pemikiran untuk mengolah semua informasi yang diperolehnya. Oleh karena itu, konsumen melakukan seleksi terhadap setiap informasi dan stimulus yang diterimanya.

2) Pengorganisasian Persepsi

Pengorganisasian persepsi berarti bahwa konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Pengorganisasian ini akan memudahkan untuk memproses informasi dan memberikan pengertian yang terintegrasi serta evaluasi terhadap stimulus.

3) Interpretasi Persepsi

Proses terakhir dari persepsi adalah memberikan interpretasi atas stimulus yang diterima konsumen. Setiap stimulus yang diterima oleh konsumen baik disadari ataupun tidak disadari akan diinterpretasikan oleh konsumen. Interpretasi tersebut didasarkan pada pengalaman penggunaan suatu produk masa lalu dan pengalaman itu tersimpan dalam memori panjang. Persepsi konsumen bisa berupa persepsi produk, persepsi merek, persepsi pelayanan, persepsi harga, persepsi kualitas produk, maupun persepsi terhadap produsen (Kotler, P., & Keller, 2016).

Berdasarkan uraian proses persepsi di atas, dapat dipahami bahwa tahapan proses persepsi dimulai dengan adanya stimulus yang mengenai pancaindra kemudian terjadinya proses seleksi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan informasi yang dimiliki oleh konsumen. Setelah itu tahap pengorganisasian atau mengelompokkan informasi yang diterima, yang terakhir tahap interpretasi didasarkan pada pengalaman masa lalunya atau stimulus yang ia terima (Kotler, P., & Keller, 2016).

c. Prinsip Prinsip dalam Persepsi Konsumen

Setiap konsumen memiliki konsep yang berbeda mengenai suatu keadaan yang ada disekelilingnya, untuk itu perlu dipahami prinsip – prinsip terkait dengan persepsi konsumen, yaitu (Donni Juni Priansa, 2017) :

1) Pengalaman

Persepsi manusia terhadap hal hal itu berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu berkaitan dengan orang, objek atau kejadian yang serupa. Ketiadaan pengalaman terdahulu dalam menghadapi suatu objek jelas akan membuat konsumen menafsirkan objek tersebut berdasarkan dugaan semata atau

pengalaman yang mirip.

2) Selektif

Ketika individu diserbu oleh jutaan rangsangan inderawi dan harus menafsirkan semuanya, pasti individu tidak mampu melakukannya, sebab adanya keterbatasan inderawi setiap individu dalam menangkap rangsangan tersebut. Faktor yang mempengaruhi selektivitas adalah atensi, atensi sendiri dipengaruhi oleh antara lain :

a) Faktor Internal

Faktor ini berkenaan dengan faktor biologis yaitu rasa lapar dan haus, berhubungan dengan kebutuhan, faktor fisiologis yaitu bentuk fisik yang tampak, dan faktor sosial seperti gender, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan, pengalaman, penghasilan, peranan, status sosial, masa lalu, maupun kebiasaan.

b) Faktor Psikologis

Faktor ini berkenaan dengan kemauan, keinginan, motivasi, emosi dan harapan.

c) Faktor Eksternal

Faktor ini adalah atribut objek yang dipersepsikan seperti gerakan, kontras, kebaruan ataupun perulangan (Donni Juni Priansa, 2017).

3) Dugaan

Dalam proses ini memungkinkan konsumen untuk menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari sudut pandang manapun. Hal ini disebabkan karena keterbatasan informasi yang diperoleh melalui alat indra yang dimiliki manusia, menyebabkan terjadinya ruang kosong sehingga menciptakan persepsi yang bersifat dugaan agar dapat menyediakan informasi yang lengkap bagi ruang kosong tersebut (Donni Juni Priansa, 2017).

4) Evaluatif

Konsumen harus melakukan evaluasi berdasarkan pengalaman terdahulu yang pernah dialaminya untuk mencocokkan apakah kejadiannya sama dengan keadaan sekarang. Dengan demikian persepsi bersifat pribadi dan subjektif (Donni Juni Priansa, 2017).

5) Kontekstual

Konteks merupakan salah satu pengaruh yang paling kuat. Setiap rangsangan dari luar harus diorganisasikan. Dalam mengorganisasikan suatu objek, konsumen pada umumnya meletakkan dalam suatu konteks tertentu (Donni Juni Priansa, 2017).

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Persepsi seseorang tidak terjadi begitu saja, tetapi disebabkan oleh faktor faktor yang mempengaruhi. Menurut Shiffman dan Kanuk persepsi sesuatu berasal dari interaksi dua jenis faktor:

- 1) Faktor stimulus, yaitu karakteristik secara fisik seperti, ukuran, berat, warna atau bentuk (Esti Susanti, 2003). Stimulus menurut etta mamang merupakan bentuk fisik, visual, atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi individu. Stimulus terdiri dari dua bentuk yaitu :
 - a) Stimulus pemasaran adalah setiap komunikasi atau stimuli fisik yang didesain untuk mempengaruhi konsumen.
 - b) Stimulus lingkungan (sosial dan budaya) adalah stimuli fisik yang didesain untuk memengaruhi keadaan lingkungan (Etta Mamang Sangajdi dan Sopiah, 2013).
- 2) Faktor individu merupakan sifat sifat individu yang tidak hanya meliputi proses sensorik saja, tetapi juga pengalaman di waktu lampau pada hal yang sama (Esti Susanti, 2003). Sifat sifat yang dapat memengaruhi persepsi yaitu sebagai berikut:

- a) Sikap, yaitu memengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang (Vinna Sri Yuniarti, 2015)
- b) Motivasi, yaitu hak yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang dilakukannya (Vinna Sri Yuniarti, 2015). Sumber motivasi berasal dari motivasi *intrinsik* dan motivasi *ekstrinsik*. Elemen motivasi intrinsik meliputi minat, sikap positif, dan kebutuhan. Sedangkan elemen motivasi *ekstrinsik* meliputi motivator dan stimulus (Donni Juni Priansa, 2017).
- c) Minat, yaitu faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.
- d) Pengalaman masa lalu, yaitu dapat memengaruhi persepsi seseorang karena akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang pernah dilihat dan didengar.
- e) Harapan, yaitu memengaruhi persepsi seseorang dalam membuat keputusan, akan cenderung menolak gagasan, ajakan, atau tawaran yang tidak sesuai dengan yang kita harapkan.
- f) Sasaran, yaitu memengaruhi penglihatan yang akhirnya akan memengaruhi persepsi.
- g) Situasi atau keadaan sekitar kita atau sekitar sasaran yang turut memengaruhi persepsi. Sasaran atau benda sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula (Vinna Sri Yuniarti, 2015).

Berdasarkan uraian diatas, dapat dipahami bahwa persepsi seseorang dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari stimulus dan berasal dari individu itu sendiri dengan sifat sifat yang memengaruhinya. Oleh sebab itu, persepsi setiap individu dengan individu lainnya berbeda beda, tapi mungkin tidak mungkin persepsi individu satu dengan lainnya sama.

e. Macam – macam Persepsi Nasabah

Menurut Slameto, menjelaskan bahwa ada dua macam bentuk persepsi yaitu bersifat positif dan negative (Asra Yurita, n.d.);

- 1) Persepsi positif yaitu persepsi atau pandangan terhadap suatu objek dan meuju pada suatu keadaan dimana subyek yang mempersepsikan cenderung menerima obyek yang ditangkap sesuai dengan pribadinya.
- 2) Persepsi negatif yaitu persepsi atau pandangan terhadap suatu obyek dan menunjuk pada keadaan dimana subyek yang mempersepsi cenderung menolak obyek yang ditangkap karena tidak sesuai dengan kepribadiannya.

2. Kualitas Pelayanan

a. Definisi Pelayanan

Kata pelayanan, secara etimologis dalam kamus besar bahasa Indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki (Ikatan Bankir Indonesia (IBI), 2014).

Dalam bahasa Inggris istilah pelayanan adalah “*Service*”. Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan. Oleh karena itu, proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan organisasi dalam masyarakat. Proses dimaksudkan dilakukan sehubungan dengan saling memenuhi kebutuhan antara penerima dan pemberi pelayanan (Zaenal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, 2016).

Menurut Drs. H. Malayu S.P Hasibuan, pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan

kepuasan yang menerimanya (Malayu S.P Hasibuan, 2015).

Menurut Philip Kotler, pelayanan atau *service* adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2008).

Berdasarkan pengertian diatas, pelayanan merupakan suatu kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi kepada kelompok ataupun individu untuk memenuhi kebutuhan nya dalam bentuk jasa, tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik. Karakteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut : (M. Nur Rianto Al Arif, 2012)

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan pada kenyataanya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- 3) Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Pelayanan penting bagi suatu penyedia jasa dalam upaya memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga pelanggan tetap percaya kepada instansi dan meminimumkan pelanggan pindah ke instansi lain. pelayanan bermutu hanya bisa dipahami dari sudut pandang pelanggan sehingga instansi harus merumuskan pelayanan bermutu melalui sudut pandang pelanggan tersebut (ri Astuti dan Indah Mustikawati, 2013).

Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pemasar khususnya pegawai di bidang perbankan. Sikap dan perilaku

merupakan bagian penting dalam etika perbankan. Adapun sikap dan perilaku yang harus dijalankan oleh setiap pegawai bank adalah jujur dalam bertindak dan bersikap, rajin, tepat waktu dan tidak pemalas, selalu hormat, simpatik, bertanggung jawab, selalu senyum, lemah lembut dan ramah tamah, sopan santun tutur kata dan suka menolong nasabah (Qomarul Huda dan Rokhmat Subagiyo, 2015).

b. Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan/jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof, kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Fandy Tjiptono, 2000).

Perusahaan jasa dapat bersaing dengan cara menjual jasa berupa pelayanan yang berkualitas dan bermutu. Menurut parasuraman dan Lupiyoadi mengemukakan bahwa kualitas layanan (*service quality*) adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan nasabah atas layanan yang mereka terima atau peroleh (M. Azka Haris, dkk., 2014).

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas pelayanan industri perbankan ditentukan oleh penilaian nasabah, sehingga kepuasan nasabah dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat diterima nasabah (Roni Andespa, 2015).

Jadi kualitas pelayanan adalah tinggi rendahnya penilaian nasabah terhadap pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman, Zeithmal dan Berry, mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok yakni reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik. Namun pada penelitian berikutnya parasuraman dan kawan kawan menyempurnakan dan merangkum sepuluh dimensi tersebut. Kompetensi kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan akses, komunikasi dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (*empathy*) (Roni Andespa, 2015).

Menurut Buchory dan Djaslim Saladin sebagaimana dikutip oleh M. Nur Arianto Arif, setidaknya ada lima kriteria pokok kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut: Parasuraman, Zeithmal dan Berry, mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok yakni reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik. Namun pada penelitian berikutnya parasuraman dan kawan kawan menyempurnakan dan merangkum sepuluh dimensi tersebut. Kompetensi kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan akses, komunikasi dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (*empathy*) (Fandy Tjiptono, 2014).

Menurut Buchory dan Djaslim Saladin sebagaimana dikutip oleh M. Nur Arianto Arif, setidaknya ada lima kriteria pokok kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

- 1) Bentuk fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan perusahaan (bank) dalam menunjukan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan. Bentuk bangunan, tata ruang, desain interior merupakan bentuk fisik

yang dapat meyakinkan nasabah (M. Nur Rianto Al Arif, 2012). Elemen *tangible* yaitu berupa hal hal berwujud yang tampak oleh konsumen termasuk letak kantor yang strategis, lokasi parkir, kebersihan dan kerapian kantor, keindahan kantor, seragam karyawan, penampilan formulir, desain brosur, iklan, penampilan buku tabungan, giro, buku cek dsb (Buchari Alma, 2013).

- 2) Keandalan (*reability*), yaitu kemampuan perusahaan (bank) untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (M. Nur Rianto Al Arif, 2012). Elemen *reliability* yaitu kemudahan prosedur membuka tabungan, giro, mengirim uang, mengambil tabungan, menyelesaikan keluhan dan jam layanan.
- 3) Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemampuan bank untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik (Buchari Alma, 2013). Elemen *responsiveness* yaitu kemampuan pegawai menangani keluhan nasabah dan kecepatan penanganannya, ada *marketing officer*, *customer service* yang cekatan, segera menjawab telepon, dan sebagainya.
- 4) Jaminan dan kepastian (*Assurance*) yaitu kemampuan pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah pada bank (M. Nur Rianto Al Arif, 2012). Elemen *assurance* yaitu perilaku petugas yang ramah penuh senyum, kepercayaan terhadap perusahaan, jaminan perasaan aman di bank (Buchari Alma, 2013).
- 5) Empaty (*empathy*) yaitu memberikan perhatian tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah (M. Nur Rianto Al Arif, 2012). Elemen *empathy* yaitu kemudahan menghubungi kantor, adanya perhatian serius terhadap segala kegiatan dan terhadap pribadi nasabah tanpa membedakan status sosialnya (Buchari Alma, 2013).

3. Etika Bisnis Islam

Etika atau moral dalam Islam merupakan buah dari keimanan, keislaman, dan ketakwaan yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah SWT (Sofyan Harahap, 2011).

Dalam (Q.s As-Syu'ara ayat : 181-183 : 19) menjelaskan tentang etika dalam berbisnis,

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۚ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۚ ﴾

Terjemahan : *Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan orang lain (181). Timbanglah dengan timbangan yang benar(182). Janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi(183) (Q.s As-Syu'ara ayat : 181-183 : 25) (Kemenag, 2019).*

Pada dasarnya prinsip hubungan antar manusia menurut Islam adalah tidak boleh menzalimi dan tidak boleh dizalimi dengan cara apa pun dan dalam bidang apa pun. Skinner mengatakan bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Straub & Attner mendefinisikan bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktifitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai 'daratan' atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat (Faisal Badroen, 2006).

Etika bisnis Islam adalah landasan normatif yang bersumber dari ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW, sebagai acuan bagi para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis secara alami (Muhammad, 2004). Menurut Beekun Dalam etika bisnis Islam terdapat beberapa prinsip yang

menjadi acuan dalam melakukan bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, yaitu keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran.

- a Keadilan, Maududi mengatakan bahwa hanya Islamlah yang mampu menghadirkan sebuah sistem yang *realistik* dan keadilan sosial yang sempurna. Ajaran Al-Qur'an yang menyangkut keadilan dalam bisnis ini bisa dikategorikan menjadi dua yaitu bersifat *imperatif* (bentuk perintah) dan berbentuk perlindungan (Mustaq Ahmad, 2001).
- b Kehendak bebas (*Free Will*), Nawatmi mengungkapkan bahwa dalam bisnis manusia punya kebebasan untuk membuat kesepakatan atau bekerja sama bukan untuk merugikan orang lain. Apabila terdapat persaingan maka persaingan tersebut haruslah sehat. Setelah kontrak atau kesepakatan dibuat maka masing-masing harus memenuhinya (Dany Hidayat dan Fatin F Hasib, 2015).
- c Tanggung Jawab, manusia harus memberikan pertanggungjawabannya nanti dihadapan Allah atas segala keputusan dan tindakan yang dilakukannya (Sofyan Harahap, 2011). Bertanggung jawab adalah perbuatan yang menjunjung tinggi etika dan moral, pelaku bisnis harus memiliki sikap tanggung jawab. Bagi para pebisnis sikap yang sangat mendasar adalah kebebasan dan bertanggung jawab (Ratna Hidayatullaili, 2016).
- d Kebenaran, dalam konteks etika bisnis Islam, selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, tetapi mengandung pula dua unsur, yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagian niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari, atau memperoleh komoditas pengembangan ataupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

B. Hasil Penelitian Relevan

Penelitian Relevan ini menjadi penting karena memperjelas posisi, perbedaan atau memperkuat hasil penelitian tersebut dengan penelitian yang telah ada. Terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan atau topik penelitian ini. Oleh karena itu, dalam kajian pustaka lapangan ini, peneliti memaparkan perkembangan beberapa karya ilmiah terkait dengan pembahasan peneliti diantaranya adalah :

1. **Irdha Sari Sunarto**, dalam skripsinya yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam Karyawan BSI KCP Ratulangi Palopo Dalam Meraih Kepuasan Nasabah”

Pada temuan penelitian diatas, membahas terkait dengan Etika Bisnis Islam yang segala sesuatu dijalankan ketika bertransaksi. Ketika melakukan transaksi diwajibkan untuk memenuhi etika yang berdasarkan dengan syariat yang dilandaskan dengan tauhid, tolong menolong dan tanggung jawab harus sesuai dengan Al-Quran dan Hadist. Dari hasil Penelitian di atas dengan melalui Observasi dan wawancara maka peneliti berhasil menemukan jawaban dari beberapa masalah, hasil dari penelitian yang dilakukan adalah Etika yang di terapkan di Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi Palopo ini telah di terapkan dengan Sifat yang harus mempunyai Kejujuran yang tinggi dan Harus mengikuti sifat Rasulullah SWT yaitu diantaranya shiddiq, amanah, tabligh dan fathonah. Agar Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi Palopo terhindar Dari perbuatan yang tidak sesuai dengan peraturan syariat Islam yang dimana diantaranya yaitu perbuatan Riba (Sunarto, 2023).

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai etika bisnis islam dan pelayanan. Adapun perbedaan dari penelitian ini yaitu dari pembahasannya tentang Implementasi Etika Bisnis Islam Karyawan BSI KCP Ratulangi Palopo, dimana pada penelitian ini jenis yang di gunakan adalah penilitian Pustaka sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan jenis penelitian Lapangan.

2. **Heri Irawan**, dalam tesisnya yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai”

Hasil dari penelitian ini peneliti memberikan kesimpulan bahwa penerapan etika bisnis oleh pedagang sembako terkait dengan tablik dalam proses jual beli telah memadai dan dapat dikategorikan iya mereka memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan hingga mencapai 95%. Namun terdapat pula pedagang yang hanya kadang-kadang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan hingga mencapai 5% (Heri Irawan, 2017).

Persamaan Penelitian ini yaitu sama sama membahas mengenai etika bisnis islam, adapun perbedaan penelitian ini yaitu dimana pada penelitian peneliti yang menjadi objeknya adalah nasabah pada bank syariah indonesia (BSI) KCP Sinjai, Sedangkan pada penelitian di atas yang menjadi objeknya adalah Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai.

3. **Nabila Nailul Muna**, dalam skripsinya yang berjudul “Persepsi Nasabah Tentang Kualitas Pelayanan Bank, Bank Syariah Vs Bank Konvensional”

Hasil dari penelitian ini persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan di bank syariah dominan berpersepsi positif sedangkan, Persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan di bank konvensional dominan berpersepsi negatif Persepsi negatif pada indikator bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan. Selain itu juga terdapat persepsi negatif pada indikator bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan (Nabila Nailul Muna, 2019).

Persamaan penelitian ini yaitu sama sama meneliti tentang persepsi nasabah dan pelayanan jasa atau bank syariah terkhusus pada bank syariah indonesia (BSI). Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu peneliti membahas tentang bank konvensional yang bersifat umum dan hasil penelitiannya sesuai konteks dan metode yang di gunakan peneliti. Dan mendapat kesimpulan yaitu ada perbedaan antara kualitas pelayanan Bank Syariah, namun perbedaan itu tidak signifikan (nyata). Penelitian itu juga

menemukan adanya perbedaan antara kepuasan nasabah Bank Konvensional dengan Bank Syariah, namun perbedaan itu cukup signifikan (nyata). Selain itu penelitian juga menemukan adanya perbedaan antara loyalitas nasabah Bank Konvensional dengan Bank Syariah, namun perbedaan itu tidak cukup signifikan.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dikemukakan diatas, dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki kajian yang berbeda. Penelitian yang akan dikaji oleh peneliti lebih ditekankan pada Bagaimana persepsi masyarakat tentang Jasa Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam dan faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian fenomenologi dengan metode pendekatan kualitatif, yang merupakan penelitian yang didasari dari pengalaman subjektif atau fenomenologikal yang dialami pada diri individu (Moleong, 2007 : 14-15).

Metode penelitian adalah bagian dari ilmu pengetahuan yang mempelajari bagaimana prosedur dalam mencari kebenaran (Shaliha, 2019) Dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif.

Pengertian Penelitian Kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pada quality atau hal yang terpenting dari sifat sesuatu barang atau jasa. Hal ini terpenting dari suatu barang atau jasa berupa kejadian/fenomena/gejala sosial dalam makna dibalik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi sesuatu pengembangan konsep teori (Komariah, 2017).

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai dengan objek penelitian nasabah dan Karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai.

2. Pendekatan Penelitian

Melalui pendekatan fenomenologi dapat memungkinkan untuk mengungkapkan konsep religiusitas yang seharusnya ada dalam diri setiap manusia. Fenomenologi diartikan pula sebagai pandangan berfikir yang menegaskan pada fokus pengalaman-pengalaman dan cerita subjektif manusia dan interpretasi atau pelaksanaan di dunia Metode kualitatif merupakan suatu penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya dilihat dari sudut pandang perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara

holistik. Metode kualitatif umumnya dilakukan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata - kata dan bahasa, pada suatu konteks yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, L. J, 2004 :6).

B. Definisi Operasional

Defenisi oprasioanal adalah uraian tentang batasan masalah. Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam menafsirkan proposal ini maka perlu ditegaskan bahwa judul proposal ini adalah “Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia KCP Sinjai” Dalam hal ini Definisi oprasionalnya yakni:

1. mengidentifikasi persepsi nasabah, Menggali pandangan, harapan, dan pengalaman nasabah terhadap layanan perbankan syariah, termasuk aspek kualitas, transparansi, dan kepatuhan etika bisnis Islam.
2. Penilaian pelayanan, Mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan oleh KCP Sinjai, mencakup responsivitas, keamanan, dan kemudahan akses.
3. Pengaruh etika bisnis Islam, Memeriksa sejauh mana prinsip-prinsip etika bisnis Islam mempengaruhi persepsi nasabah terhadap pelayanan perbankan syariah di KCP Sinjai, BSI.

C. Tempat Dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Penelitian ini di lakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Sinjai, Jalan persatuan raya No. 104, Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai, Provinsi Sulawesi Selatan 92611.

2. Waktu Penelitian

Dengan waktu penelitian di mulai pada bulan Januari sampai Juni Tahun 2024.

D. Subjek Dan Objek Penelitian

1. Subjek

Diantaranya sebagai berikut:

- 1) *Costumer Service* BSI KCP Sinjai
- 2) *Security* BSI KCP Sinjai
- 3) Nasabah BSI KCP Sinjai

2. Objek Penelitian

Pada bagian ini jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang di ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subyek penelitian, bagaimana data akan dicari dan dijarah sehingga validitasnya dapat dijamin. Dalam sebuah penelitian perlu kiranya peneliti mencari data yang valid, maka dari itu peneliti harus menentukan sumber data yang dipakai pada penelitian ini.

Penelitian terhadap sumber data pada orang yang di wawancarai dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Hal ini yang dimanfaatkan sebagai sumber oleh peneliti, khususnya kepada pengurus BSI KCP Sinjai yang secara langsung,

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karean tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. (Sugiyono, 2010) Jika di lihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau lewat orang lain. Adapun teknik penlitian yang perlu digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Interview (wawancara)

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara (Suharsimi Arikunto, 2010).

Wawancara yang dipakai peneliti yaitu wawancara semi terstruktur. Dimana interviewer menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu persatu diperdalam dengan mengorek keterangan lebih lanjut (Suharsimi Arikunto, 2010). *Interviewer* dalam penelitian ini yaitu 7 nasabah dan 3 karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai.

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Suharsimi Arikunto, 2010). Data yang didapatkan peneliti berupa, Profil BSI Sinjai, Daftar nama nasabah dan karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai, Serta buku buku dan jurnal yang menunjang penelitian ini.

F. Instrumen Penelitian

Menurut Nasution menyatakan dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain dari pada menjadikan manusia sebagai intrumen penelitian utamanya. Alasannya ialah bahwa, segala sesuatunya belum mempunyai bentuk yang pasti. Instrument utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrument penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Adapun intrumen yang digunakan peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Lembar Wawancara

Lembar wawancara adalah alat bantu yang berupa daftar pertanyaan dengan disusun secara sistematis sesuai dengan topik penelitian, subjek penelitian, objek penelitian dengan tujuan memperoleh data serta jawaban dari informan penelitian mengenai persepsi nasabah tentang pelayanan jasa perbankan syariah dalam konteks etika bisnis islam pada bank syariah indonesia (BSI) KCP Sinjai.

2. Dokumentasi

Alat dokumentasi yang digunakan (perekam suara, foto-foto, buku, pulpen, dan sebagainya) untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian mengenai persepsi nasabah tentang pelayanan jasa perbankan syariah dalam konteks etika bisnis islam pada bank syariah indonesia (BSI) KCP Sinjai.

G. Keabsahan Data

Bagian ini mencakup upaya yang ingin dilakukan peneliti untuk memvalidasi hasil dari data lapangan. Validitas data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi Triangulasi data dalam penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk memperkuat keabsahan temuan atau interpretasi dalam penelitian. Pendekatan ini melibatkan penggunaan berbagai sumber data, metode pengumpulan data, atau sudut pandang analisis untuk memastikan bahwa temuan yang diperoleh konsisten dan dapat dipercaya. Dalam konteks penelitian kualitatif, triangulasi data biasanya mengacu pada pengumpulan dan analisis data dari beberapa sumber atau metode yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk mengurangi bias, memperoleh pemahaman yang lebih lengkap tentang fenomena yang diteliti, dan memverifikasi atau menguji kebenaran temuan Menurut (Denzin, N. K., & Lincoln, 2018) Ada beberapa jenis triangulasi data yang digunakan pada peneliti :

1. **Triangulasi Sumber:** Melibatkan pengumpulan data dari beberapa sumber yang berbeda, seperti wawancara dengan responden, observasi lapangan, analisis dokumen, atau catatan jurnal. Dengan menggabungkan informasi dari berbagai sumber, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih lengkap tentang fenomena yang diteliti.
2. **Triangulasi Metode:** Melibatkan penggunaan beberapa metode pengumpulan data yang berbeda, seperti wawancara, observasi, atau analisis dokumen. Penggunaan metode yang berbeda dapat membantu memperoleh sudut

pandang yang beragam dan memvalidasi temuan dengan cara yang lebih komprehensif.

3. **Triangulasi Peneliti:** Melibatkan keterlibatan beberapa peneliti dalam pengumpulan dan analisis data. Dengan melibatkan lebih dari satu peneliti, penelitian dapat memperoleh sudut pandang yang lebih luas, meminimalkan bias individual, dan memastikan bahwa temuan yang dihasilkan lebih reliabel.
4. **Triangulasi Teori:** Melibatkan penggunaan beberapa teori atau kerangka konseptual untuk menganalisis data. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat memeriksa konsistensi temuan dengan berbagai kerangka konseptual, sehingga memperkuat validitas interpretasi mereka.

Dengan menggunakan triangulasi data dalam penelitian kualitatif, peneliti dapat meningkatkan kepercayaan pada temuan mereka dan memastikan bahwa interpretasi yang dihasilkan dapat diandalkan serta berdasarkan analisis yang mendalam dan komprehensif.

Alasan peneliti mengambil triangulasi data adalah karena data tersebut relevan dengan hasil yang didapat oleh peneliti ketika dilokasi. Teknik menguji keabsahan data yang telah diperoleh dengan mencocokkan atau membandingkannya menggunakan banyak sumber seperti hasil wawancara, dan dokumen. Dalam banyak penelitian kualitatif, peneliti sering menggunakan triangulasi dalam arti wawancara. (Raco, 2010). Dengan demikian data yang didapatkan mampu dijamin kebenarannya mengenai Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada bank syariah indonesia (BSI) KCP Sinjai.

H. Tehnik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah dilapangan selesai. Analisis data adalah proses pengorganisasian dan pengurutan data ke dalam pola, kategori, dan

satuan uraian dasar sehingga tema dapat ditemukan dan hipotesis kerja yang disarankan oleh data yang telah dirumuskan (Alb Anggito, 2018).

Study ini peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif ialah menggunakan cara analisis yang lebih sering digunakan dalam kalimat ataupun narasi yang menjelaskan tentang fenomena data yang diperoleh oleh peneliti. Ada beberapa langkah analisis data, yaitu: reduksi data, penyajian data dan penarikan yang dapat ditarik atau verifikasi datanya sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak, untuk itu perlu dikumpulkan secara cermat dan rinci. Karena semakin lama peneliti berada di lapangan, semakin banyak biodata yang ada. Untuk itu perlu dilakukan analisis data dengan reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, berkonsentrasi pada hal-hal yang penting, serta mencari tema dan polanya. Dalam hal reduksi data, setiap peneliti akan berpodaman pada tujuan yang ingin dicapai. Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang membutuhkan kecerdasan tinggi dan wawasan yang mendalam. Peneliti baru dapat berdiskusi melakukan reduksi data dengan teman atau orang lain yang dianggap mampu mereduksi data yang memiliki wawasan dan nilai pengembangan teoritis yang signifikan.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat berupa uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan lain-lain. Miles dan Huberman (1984) menemukan bahwa teks naratif paling umum digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif. Penyajian data memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan pekerjaan lebih lanjut berdasarkan pemahaman tersebut.

3. *Verifikasi*

Langkah ketiga dalam analisis data melalui *verifikasi*. Kesimpulan data awal masih bersifat sementara dan akan berubah jika bukti kuat yang didukung oleh bukti yang valid dan konsisten tidak ditemukan pada tahap awal ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang valid dan kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan wawasan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran tentang suatu objek yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran tentang suatu objek yang pekerjaannya masih belum jelas, sehingga setelah dilakukan penelitian menjadi jelas bahwa dapat terjadi hubungan sebab akibat atau interaksi, hipotesis atau teori. Kesimpulan berarti simpulan dari uraian dan keseluruhan data-data yang diteliti oleh peneliti. Pada langkah ini telah mereduksi dan menyajikan data, maka peneliti selanjutnya menarik sebuah kesimpulan mengenai persepsi nasabah tentang pelayanan jasa perbankan syariah dalam konteks etika bisnis islam pada bank (BSI) KCP Sinjai (Abdurrahmat Fathoni, 2011).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Selayang Pandang PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara.

Gambar 4.1: Gedung Bank Syariah Indonesia yang berlokasi di Melawai, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan



(Sumber: <https://images.bisnis.com/posts/2022/09/21/1579787/arf-bsi-6.jpg>, 2023)

BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank

syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI.

Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan BSI juga menjadi cermin wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai negaradengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang.

Konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan Negeri.

Bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan yang umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjam uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai banknote. Menurut undang-undang perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Abd. Muhaemin Nabir, 2024).

Gambar 4.2: Logo PT. Bank Syariah Negara Indonesia (Persero) Tbk.



Makna logo Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut: Memiliki gambar bintang bersudut lima yang memiliki arti mempresentasikan lima Pancasila dan lima rukun Islam.

Visi dan Misi PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk

1) Visi

“TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK”

Menciptakan Bank Syariah yang masuk kedalam sepuluh besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu lima tahun ke depan.

2) Misi

- a) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- b) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- c) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

Struktur Organisasi Perusahaan dan Pendekripsian Jabatan

Gambar 4.3: Struktur Organisasi BSI KCP Sinjai



Keterangan:

1) *Branch Manager* (BM)

Tugas dan wewenang (atau tanggung jawab) seorang *Branch Manager* dapat bervariasi tergantung pada sektor industri, perusahaan, dan ukuran cabang atau bisnis yang mereka pimpin. Berikut adalah beberapa tugas umum dan wewenang yang biasanya terkait dengan peran Branch Manager:

a) Tugas-tugas Utama:

- (1) **Pengelolaan Tim:** Merekrut, melatih, dan mengelola kinerjatim di dalam cabang. Memberikan dukungan dan arahan kepada karyawan.
- (2) **Pelayanan Pelanggan:** Memastikan pelayanan pelanggan yang efisien dan memuaskan. Menanggapi keluhan pelanggan dan memecahkan masalah.
- (3) **Pencapaian Target Keuangan:** Membuat dan mencapai targetpenjualan dan keuangan cabang. Mengembangkanstrategi untuk meningkatkan performa keuangan.
- (4) **Operasional Harian:** Memastikan operasional harian berjalan

dengan lancar. Mengelola inventaris dan persediaan jika relevan.

- (5) Kepatuhan dan Keamanan: Menjaga kepatuhan terhadap peraturan dan kebijakan perusahaan. Memastikan keamanan dan keamanan di dalam cabang.
- (6) Pelaporan: Melaporkan secara berkala kepada manajemen tingkat atas mengenai kinerja cabang. Menganalisis laporan dan membuat strategi perbaikan.

b) Wewenang (Tanggung Jawab):

- (1) Keputusan Strategis: Membuat keputusan strategis untuk meningkatkan performa bisnis cabang. Menetapkan tujuan dan rencana tindakan.
- (2) Manajemen Keuangan: Mengelola anggaran cabang. Bertanggung jawab atas akurasi pelaporan keuangan.
- (3) Hubungan Stakeholder: Membangun dan menjaga hubungan dengan pelanggan, karyawan, dan pihak terkait lainnya. Berkomunikasi dengan manajemen pusat dan stakeholder eksternal.
- (4) Pengembangan Bisnis: Mengembangkan strategi untuk pertumbuhan bisnis di wilayah atau sektor tertentu. Mencari peluang baru untuk meningkatkan pendapatan.
- (5) Manajemen Risiko: Mengidentifikasi dan mengelola risiko yang terkait dengan operasional cabang. Menetapkan kebijakan dan prosedur untuk mengurangi risiko.

2) *Branch Operational Service Manajer (BOSM)*

Peran ini dapat merujuk pada posisi manajemen yang bertanggung jawab atas aspek-aspek operasional dan pelayanan di dalam sebuah cabang atau unit bisnis. Berikut adalah penjelasan umum mengenai *Branch Operational Service Manager*:

a) Deskripsi Posisi:

- (1) Pengelolaan Operasional Harian: Bertanggung jawab atas operasional harian cabang atau unit bisnis. Memastikan semua proses operasional berjalan dengan efisien dan sesuai standar.
- (2) Pelayanan Pelanggan: Menjamin pelayanan pelanggan yang baik dan memuaskan. Mengatasi keluhan pelanggan dan memastikan solusi yang tepat.
- (3) Manajemen Tim: Memimpin, mengelola, dan mengembangkan tim operasional. Melibatkan diri dalam perekrutan, pelatihan, dan evaluasi karyawan.
- (4) Pencapaian Target dan Kinerja: Menetapkan dan mencapai target kinerja operasional. Mengembangkan strategi untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas.
- (5) Kepatuhan dan Keamanan: Memastikan cabang atau unit bisnis beroperasi sesuai dengan kebijakan dan peraturan perusahaan. Menjaga keamanan dan ketaatan terhadap prosedur keamanan.
- (6) Koordinasi dengan Pihak Terkait: Berkomunikasi dengan berbagai departemen internal untuk koordinasi yang efektif. Menjalin hubungan dengan pihak eksternal jika diperlukan.
- (7) Pelaporan dan Analisis: Menyiapkan laporan berkala mengenai kinerja operasional. Menganalisis data untuk mengidentifikasi area perbaikan dan peluang.
- (8) Implementasi Perubahan dan Inovasi: Terlibat dalam implementasi perubahan proses atau inovasi untuk meningkatkan efisiensi. Memastikan karyawan terlibat dan siap mengadopsi perubahan.
- (9) Pengembangan Bisnis: Mendukung pengembangan bisnis di tingkat cabang atau unit bisnis. Menjelajahi peluang pertumbuhan dan pengembangan.

- (10) Manager Krisis: Mengatasi situasi darurat atau masalah operasional dengan cepat dan efektif. Mengimplementasikan rencana pemulihan jika diperlukan.

b) Keterampilan dan Kualifikasi:

- (1) Pengalaman manajemen di bidang operasional atau layanan pelanggan.
- (2) Keterampilan kepemimpinan yang kuat.
- (3) Pemahaman yang baik tentang proses operasional dan kebijakan perusahaan.
- (4) Kemampuan analitis untuk mengidentifikasi area perbaikan.
- (5) Kemampuan komunikasi dan kerjasama yang baik.

3) *Credit Risk Management (CBRM)*

Merupakan disiplin manajemen risiko yang berkaitan dengan identifikasi, pengukuran, pengelolaan, dan pemantauan risiko yang timbul dari pemberian kredit atau pinjaman oleh sebuah bank.

4) *Operasional Staf*

Operasional staf di perbankan merupakan kelompok karyawan yang bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan sehari-hari di dalam cabang atau unit bisnis bank.

Peran dan tanggung jawab operasional staf yaitu, Memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah, termasuk penanganan transaksi harian, pertanyaan, dan permintaan layanan. Melaksanakan dengan akurat dan efisien berbagai transaksi seperti penyetoran, penarikan, transfer dana, dan lainnya. Bertanggung jawab atas kelolaan uang tunai di cabang untuk memastikan ketersediaan dana yang cukup. Menangani pembukaan akun, penutupan akun, dan pemeliharaan data nasabah.

5) *Marketing*

Marketing di perbankan mencakup serangkaian strategi dan kegiatan yang dirancang untuk mempromosikan produk dan layanan perbankan kepada target pasar yang relevan. Memastikan bahwa produk dan layanan perbankan diinformasikan secara efektif kepada calon nasabah. Membentuk citra positif dan membangun kesadaran merek untuk meningkatkan daya tarik perusahaan.

6) *Security*

Keamanan adalah aspek kritis di berbagai bidang kehidupan dan bisnis. Penerapan langkah-langkah keamanan yang efektif memainkan peran penting dalam melindungi individu, perusahaan, dan teknologi dari ancaman yang beragam. Upaya untuk terus mengembangkan dan memperbarui strategi keamanan sangat penting agar dapat mengatasi ancaman yang terus berkembang.

7) *Office Boy*

Merupakan seorang pekerja yang biasanya bertanggung jawab untuk melaksanakan tugas-tugas kantor dan pekerjaan administratif yang bersifat umum di dalam lingkungan perkantoran. Meskipun posisi ini mungkin memiliki variasi dalam tanggung jawab tergantung pada perusahaan dan kebutuhan spesifik. Tugas utama office boy adalah kebersihan dan kerapian, Melaksanakan tugas pembersihan, termasuk membersihkan meja, kursi, dan area umum di kantor. Menata dan menyusun ulang perabot dan peralatan agar ruangan tetap teratur.

8) *Driver*

Peran seorang sopir atau pengemudi di kantor perbankan mencakup lebih dari sekadar mengemudi kendaraan. Mereka membantu memastikan kelancaran operasional dengan memastikan pengantaran dokumen atau barang dilakukan dengan efisien, aman, dan sesuai dengan kebijakan perusahaan.

2. Hasil Penelitian

a. Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Sinjai

Persepsi seseorang terhadap suatu objek akan mempengaruhi perilakunya karena persepsi yang baik terhadap suatu objek akan mendorong seseorang untuk bertindak sesuai dengan persepsi tersebut. Adanya persepsi seseorang dapat mengetahui beberapa hal. Sejalan dengan hasil penelitian yang memberikan tanggapan/pandangan yang positif terhadap faktor- faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial dalam menggunakan produk perbankan syariah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan saudari Devi Sarina selaku *Costumer Servis* mengatakan bahwa :

“Sangat baik, mudah dan bahkan pelayanannya cepat sigap interaktif melihat kondisi juga sebenarnya. Alasan saya juga memilih bank syariah berdasarkan bahwa kita umat islam mensyariatkan kita lebih ke syariah dibandingkan konvensional”.

Hal serupa yang dikatakan oleh saudara Iswadi pada tanggapan yang mengutarakan bahwa:

“Layanan perbankan ini sangat bermanfaat karena berbasis syariah. Alasan saya memilih bank syariah itu karena bank syariah berbeda system dengan bank konvensional seperti bagi hasil dan suku bunga”.

Kemudian dilanjutkan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Fitriadi Marsuki selaku nasabah menyatakan bahwa:

“Pelayanan yang diberikan pada bank BSI cukup baik karena menggunakan SOP yang tertib administrasi dan pelayanan pegawai yang ramah,sopan,dan beradab.Alasan saya memilih bank syariah karena BSI KCP Sinjai sudah menggunakan sistem syariah”

Teori ekonomi syariah,riba dianggap haram dan dilarang keras karena tidak sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan, kesejahteraan, dan pemerataan ekonomi yang dianjurkan dalam islam. Bank BSI itu sendiri beroperasi berdasarkan dengan etika bisnis islam, memastikan semua

transaksi keuangan dan perbankan bebas dari unsur riba. Bank BSI sebagai entitas yang patuh syariah, harus mematuhi regulasi dengan memastikan semua produk dan layanan keuangan yang ditawarkan tidak melibatkan riba. Dewan Pengawas Syariah (DPS) independen juga ditempatkan untuk mengawasi dan memastikan bahwa operasi bank tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah

Pengetahuan adalah hasil dari proses individu dalam mengamati objek tertentu. Seseorang dapat mempelajari atau memahami sesuatu dari hasil pengamatannya berkat panca indera yang dimilikinya—penglihatan, pendengaran, penciuman, perasa, dan peraba dengan adanya pengetahuan yang didapatkan generasi milenial yang mempengaruhi mereka menggunakan produk Perbankan Syariah, seperti dari nasabah generasi milenial yang tidak tau dengan produk perbankan syariah menjadi tau.

Hal ini diperjelas dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh saudara Devi Sriana selaku *Costumer Servis* Bank BSI KCP Sinjai menegaskan bahwa:

“Etika bisnis islam Dalam BSI KCP Sinjai berbeda dengan konvensional BSI lebih berpacu ke akad, Karena konvensional tidak pakai akad, Tetapi memakai kesepakatan bsi lebih menyesuaikan produk yang nasabah pilih dengan akad yang digunakan kualitas pelayanan kita maksimalkan agar nasabah lebih merasa nyaman, Lebih merasa di keluarganya lebih kental dari pada bank bank yang lain yang pastinya memberikan lebih baik kami juga bersaing dengan yang lain sehingga kami bisa unggul dalam pelayanan itu kami sangat mengandalkan layanan yang berpotensi di bagian bisnis dan kami juga mengutamakan pelayanan yang baik minimal keluhan nasabah itu jangan sampai ada yang mengeluh ataupun merasa tidak nyaman jadi yang kami utamakan itu kenyamanan serta fasilitas terpenuhi, kami juga *welcome* sapaan sangat penting bagi kami”.

Hal serupa yang dikatakan oleh saudara Iswadi selaku *Security* bahwa:

“ Seperti yang di ketahui bahwa Bank BSI menyediakan layanan yang berbasis syariah sehingga kita yang beragama muslim tertarik dengan layanan yang di berikan karena sesuai dengan syariat-syariat

agama dan kehadiran Bank BSI dapat membantu Masyarakat yang ada di Kabupaten Sinjai karena sebelumnya itu jika mereka ingin menggunakan produk Bank BSI itu mereka keluar Kabupaten tapi dengan hadirnya Bank BSI di Kabupaten Sinjai sangat membantu Masyarakat Sinjai.”

Melalui wawancara yang dilakukan oleh saudari Devi Sriana selaku

Costumer Servis Bank BSI KCP Sinjai mengatakan bahwa:

“ Bank BSI menawarkan produk dan layanan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti pada tabungan syariah, investasi syariah dan lain-lain maka dari itu kita sebagai orang yang beragama muslim tertarik dengan produk atau layanan yang di berikan karena sesuai dengan syariat-syariat agama dan produk dan layanan yang ditawarkan diawasi oleh dewan pengawas syariah untuk memastikan bahwa transaksi yang dilakukan halal dan sesuai dengan hukum syariah ”

Jadi, Pelayanan Dan Kepercayaan pengguna pada Bank BSI akan mencakup semua aspek interaksi nasabah dengan Bank. Sehingga merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai Bank BSI Hal ini diperjelas dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh saudari Devi Sarina selaku *Costumer Servis Bank BSI KCP Sinjai* yang mengatakan bahwa :

“Untuk tingkat kepuasan nasabah Bank BSI KCP Sinjai bisa dibilang puas, terbukti dari makin banyaknya nasabah yang berkunjung ke kantor setiap harinya.”

Hasil yang dikemukakan oleh iswadi selaku security bahwa:

“Pelayanan yang diberikan oleh Bank BSI kepada nasabah sangat baik dan cukup memuaskan serta menyediakan layanan aplikasi mobile banking sehingga memudahkan kita dalam bertransaksi.”

Hal serupa juga di katakan oleh Fitriadi Marsuki selaku nasabah bahwa :

“BSI KCP Sinjai sudah menerapkan sistem mudharabah dalam kerja sama menitipkan uang dengan sistem bagi hasil, kualitas pelayanan bsi kcp sinjai sudah cukup baik karna di dalam pelayanan nya sudah berinteraksi secara langsung kepada nasabah dan sudah memenuhi ketentuan sesuai syariah islam.)

Keyakinan adalah pandangan atau pemahaman yang diyakini benar oleh individu atau kelompok. Nilai dan keyakinan juga bisa menjadi salah satu faktor generasi milenial memilih menggunakan produk perbankan syariah

karena sesuai dengan ajaran agama mereka yaitu dengan adanya larangan riba dan beroperasi berdasarkan dengan prinsip syariah-syariah.

Hal ini diperjelas dari hasil wawancara dari saudara Iswadi selaku *security* mengatakan bahwa:

“ Karena masyarakat di kabupaten Sinjai itu mayoritas muslim maka dari itu kami dari Bank BSI hadir ditengah-tengah masyarakat dengan menawarkan produk berbasis syariah dan allhamdulillah diterima dengan baik oleh masyarakat. Sehingga banyak masyarakat beralih dari konvensional ke syariah karena menurut mereka sesuai dengan aturan-aturan di agama mereka.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak internal Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai serta para nasabah, dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah terhadap pelayanan jasa perbankan syariah dalam konteks etika bisnis Islam di BSI KCP Sinjai tergolong sangat positif. Nasabah menilai bahwa pelayanan yang diberikan sudah mencerminkan prinsip-prinsip syariah, seperti kejujuran, keramahan, kesopanan, keadilan, dan profesionalisme dalam setiap interaksi pelayanan.

Pelayanan yang cepat, sigap, ramah, serta penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang tertib menjadi faktor penting yang meningkatkan kenyamanan dan kepuasan nasabah. Selain itu, penerapan sistem akad syariah, mekanisme bagi hasil (*mudharabah*), serta pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS) memperkuat kepercayaan nasabah bahwa seluruh produk dan layanan BSI bebas dari unsur riba dan sesuai dengan prinsip syariat Islam.

Faktor pengetahuan, keyakinan, dan nilai keagamaan juga berperan besar dalam membentuk persepsi dan minat nasabah, khususnya generasi milenial, dalam menggunakan produk perbankan syariah. Mayoritas nasabah memilih BSI karena kesesuaian layanan dengan ajaran agama Islam serta keyakinan bahwa bank syariah lebih adil dan menentramkan secara spiritual. Dengan demikian, pelayanan yang berkualitas dan

berlandaskan etika bisnis Islam terbukti mampu meningkatkan kepuasan, kepercayaan, serta loyalitas nasabah terhadap Bank BSI KCP Sinjai.

b. Bentuk - bentuk Pelayanan Jasa Bank Syariah dalam Konteks Etika Bisnis Islam pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai

Mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam setiap layanannya, Bank Syariah Indonesia, termasuk KCP Sinjai, bertujuan untuk memberikan pelayanan jasa yang tidak hanya sesuai dengan hukum Islam, tetapi juga mempromosikan keadilan, kejujuran, dan kesejahteraan bersama dalam masyarakat. patkan oleh nasabah kemudian nasabah memberikan bukti kwitansi atau nota kepada pihak bank.

Menurut Fitriadi Marsuki selaku nasabah mengatakan bahwa :

“Dalam ketika saya mengajukan pembiayaan untuk memulai usaha, pihak Bank Syariah Indonesia menjelaskan dengan detail bagaimana skema mudharabah atau musyarakah beroperasi, di mana saya sebagai pengusaha dan bank sebagai pemilik modal berbagi risiko dan keuntungan sesuai dengan kesepakatan yang kami buat bersama”.

Hal ini juga ditambahkan oleh Devi Sriana mengatakan bahwa :

“Di Bank Syariah Indonesia KCP Sinjai, kami mengedepankan prinsip syariah dalam setiap aspek layanan kami. Kami tidak hanya menyediakan produk-produk yang sesuai dengan syariah seperti pembiayaan mudharabah dan musyarakah, tetapi juga memastikan bahwa dalam setiap transaksi, kami mengikuti prinsip keadilan, transparansi, dan menghindari riba serta spekulasi. Pembiayaan yang dilaksanakan terlebih dahulu semua nasabah ditanyakan oleh pihak bank untuk keperluan apa pembiayaan tersebut digunakan agar pembiayaan tersebut tepat pada sasaran”.

Setelah itu pihak bank menjelaskan kepada nasabah tentang akad *murabahah* yang dipakai pada produk pembiayaan di BSI KCP Sinjai.

Menurut Devi Sriana mengatakan bahwa :

“Kami memiliki komitmen untuk memberikan pelayanan yang ramah dan profesional kepada setiap nasabah. Kami juga terus meningkatkan kemampuan staf kami dalam memahami kebutuhan nasabah serta memberikan solusi yang sesuai dengan prinsip syariah. beberapa

tantangan mungkin timbul terutama dalam mengedukasi nasabah yang belum familiar dengan konsep-konsep syariah. Namun, kami selalu siap memberikan penjelasan dan panduan kepada nasabah untuk memastikan bahwa mereka memahami dengan baik bagaimana prinsip-prinsip syariah diterapkan dalam layanan kami”.

Devi Sriana menambahkan bahwa :

“Dengan adanya pembiayaan akad Kami sangat menghargai umpan balik dari nasabah karena itu membantu kami untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan. Kami memiliki mekanisme untuk mengumpulkan dan mengevaluasi umpan balik tersebut secara teratur untuk memastikan bahwa kami dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah dengan lebih baik lagi”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah dan pihak internal Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai, dapat disimpulkan bahwa bentuk-bentuk pelayanan jasa perbankan syariah yang diterapkan telah mencerminkan penerapan etika bisnis Islam secara komprehensif. Pelayanan yang diberikan tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan finansial nasabah, tetapi juga memastikan bahwa seluruh proses transaksi dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

Bentuk pelayanan tersebut antara lain meliputi pemberian pembiayaan berbasis akad syariah seperti mudharabah, musyarakah, dan murabahah, di mana pihak bank secara transparan menjelaskan mekanisme akad, pembagian keuntungan, risiko, serta tujuan penggunaan dana pembiayaan. Hal ini menunjukkan adanya penerapan prinsip keadilan, keterbukaan, dan tanggung jawab dalam setiap transaksi.

Selain itu, BSI KCP Sinjai juga memberikan pelayanan yang ramah, profesional, dan edukatif kepada nasabah. Pihak bank berperan aktif dalam memberikan pemahaman kepada nasabah terkait konsep dan mekanisme perbankan syariah, terutama bagi nasabah yang belum familiar dengan sistem syariah. Upaya edukasi ini menjadi bagian penting dalam meningkatkan kepercayaan dan pemahaman nasabah terhadap produk dan layanan bank.

Pelayanan berbasis etika bisnis Islam juga tercermin dari adanya mekanisme pengawasan dan evaluasi melalui pengumpulan umpan balik nasabah. Hal ini menunjukkan komitmen BSI KCP Sinjai dalam meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan demi tercapainya kepuasan dan kesejahteraan bersama antara bank dan nasabah.

B. Pembahasan Penelitian

1. Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Sinjai

Faktor internal, khususnya aktivitas psikologis individu, berperan sangat penting dalam menentukan perilaku individu sebagai upaya merespon lingkungannya. Pengalaman adalah sesuatu yang timbul dari dalam diri individu tanpa adanya pengaruh atau paksaan dari luar.

a. Pengalaman dengan bank syariah

Berdasarkan dengan hasil penelitian dengan melakukan observasi di lapangan yang di lakukan peneliti bahwa adapun yang menjadi faktor utama menggunakan produk perbankan syariah yaitu karena faktor persepsi mereka karena Bank BSI Beroperasi berdasarkan dengan prinsip-prinsip syariah.

Persepsi seseorang terhadap suatu objek akan mempengaruhi perilakunya karena persepsi yang baik terhadap suatu objek akan mendorong seseorang untuk bertindak sesuai dengan persepsi tersebut. Adanya persepsi seseorang dapat mengetahui beberapa hal. Sejalan dengan hasil penelitian yang memberikan tanggapan/pandangan yang positif terhadap Faktor- faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial dalam menggunakan produk perbankan syariah.

Dalam teori ekonomi syariah,riba dianggap haram dan dilarang keras karena tidak sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan, kesejahteraan, dan pemerataan ekonomi yang dianjurkan dalam islam. Bank BSI itu sendiri

beroperasi berdasarkan dengan etika bisnis islam, memastikan semua transaksi keuangan dan perbankan bebas dari unsur riba. Bank BSI sebagai entitas yang patuh syariah, harus mematuhi regulasi dengan memastikan semua produk dan layanan keuangan yang ditawarkan tidak melibatkan riba. Dewan pengawas syariah (DPS) independen juga ditempatkan untuk mengawasi dan memastikan bahwa operasi bank tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Berdasar Hasil wawancara peneliti memberikan gambaran bahwa Pelayanan pengalaman dengan bank syariah yang diberikan pihak BSI yaitu karena persepsi nasabah terhadap Bank itu sendiri dimana Bank syariah itu terbebas dari riba dan sesuai dengan etika bisnis islam dan juga sudah jelas bahwa diawasi oleh dewan pengawas syariah (DPS).

b. Pemahaman tentang etika bisnis islam

Etika bisnis dalam Islam didasarkan pada prinsip-prinsip yang sangat penting untuk memastikan bahwa setiap transaksi bisnis dilakukan dengan cara yang adil, jujur, dan bertanggung jawab. Berikut ini Buku Alex Sobur mengutip Mohammad Hatta mengatakan bahwa ada dua jenis pengetahuan: pengetahuan yang berasal dari pengalaman dan pengetahuan yang berasal dari informasi. Mohammad Hatta mengatakan bahwa pengetahuan yang diperoleh melalui pengalaman disebut pengetahuan pengalaman, atau singkatnya pengetahuan. Sains, atau sederhananya sains, mengacu pada pengetahuan yang berasal dari informasi.

Pengetahuan adalah hasil dari proses individu dalam mengamati objek tertentu. Seseorang dapat mempelajari atau memahami sesuatu dari hasil pengamatannya berkat panca indera yang dimilikinya—penglihatan, pendengaran, penciuman, perasa, dan peraba dengan adanya pengetahuan yang didapatkan generasi milenial yang mempengaruhi mereka

menggunakan produk Perbankan Syariah, seperti dari nasabah generasi milenial yang tidak tau dengan produk perbankan syariah menjadi tau.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti memberikan gambaran bahwa faktor Banyak yang menekankan pentingnya keadilan dalam segala aspek bisnis, baik dalam hubungan dengan karyawan, konsumen, maupun mitra bisnis. Keadilan dianggap sebagai landasan utama yang harus dijunjung tinggi dalam setiap transaksi dan interaksi bisnis. Responden sering menyoroti nilai transparansi dan integritas dalam bisnis Islam.

Hal ini mencakup kewajiban untuk memberikan informasi yang jujur dan akurat kepada semua pihak yang terlibat dalam transaksi bisnis. Banyak yang menekankan bahwa bisnis dalam Islam tidak hanya tentang mencari keuntungan, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial yang signifikan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Ini termasuk memberikan sumbangan atau melakukan kegiatan amal yang bermanfaat bagi masyarakat. Responden sering menekankan larangan riba dan pentingnya untuk menjauhkan diri dari transaksi atau praktik bisnis yang dianggap haram menurut ajaran Islam.

Hal ini mencakup penghindaran terhadap produk atau layanan yang bertentangan dengan nilai-nilai agama. Banyak yang menggarisbawahi pentingnya menjaga akhlak dan etika yang baik dalam setiap aspek bisnis. Ini mencakup berbicara dengan sopan, mematuhi janji, dan memperlakukan semua pihak dengan hormat dan adil. Responden juga menyoroti pentingnya pendidikan dan kesadaran tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam, baik di kalangan pelaku bisnis maupun masyarakat umum.

Hal ini dianggap krusial untuk memastikan bahwa nilai-nilai etika Islam diterapkan secara konsisten dalam dunia bisnis. Melalui wawancara ini, dapat diperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam diterapkan dan dipahami oleh individu-

individu yang terlibat dalam dunia bisnis, serta bagaimana prinsip-prinsip tersebut dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan perilaku bisnis sehari-hari. Untuk memperkuat hasil wawancara diatas serupa dengan observasi dilapangan Melalui wawancara ini, dapat diperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam diterapkan dan dipahami oleh individu-individu yang terlibat dalam dunia bisnis, serta bagaimana prinsip-prinsip tersebut dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan perilaku bisnis sehari-hari.

c. Persepsi Tentang Pelayanan Dan Kepercayaan

Persepsi merupakan hasil kerja otak dalam memahami atau menilai suatu hal yang terjadi di sekitarnya (Waidi, 2006). Studi persepsi bertujuan untuk mengidentifikasi pengalaman manusia terhadap dunia. Setiap manusia memiliki kecenderungan untuk melihat benda yang sama dengan cara yang berbeda-beda. Perbedaan ini bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah pengetahuan, pengalaman dan sudut pandang masing-masing orang (Notoadmodjo), 2003).

Yaitu semua interaksi dan kesan yang dirasakan oleh nasabah saat menggunakan layanan dan produk Bank BSI, seperti kemudahan dalam transaksi, kualitas layanan pelanggan dan kesan untuk bank tersebut. Kepuasan pengguna adalah sejauh mana harapan nasabah terpenuhi oleh pengalaman yang mereka alami, Misalnya apakah layanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan dan apakah nasabah merasa puas dengan hasilnya.

Jadi, Pelayanan Dan Kepercayaan pengguna pada Bank BSI akan mencakup semua aspek interaksi nasabah dengan Bank. Sehingga merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai Bank BSI

Levesque, berpendapat bahwa kualitas layanan adalah ditentukan dengan benar karena memiliki efek berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Pelayanan yang buruk akan menyebabkan ketidakpuasan

pelanggan dan mereka dengan mudah beralih ke bank lain. Jika pelanggan puas dengan bisnisnya maka mereka tidak hanya suka datang lagi dan lagi bersama mereka menjadi alat penanda untuk produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan memiliki dari mulut ke mulut yang positif sama halnya jika pelanggan tidak puas dengan produk perusahaan yang dihasilkannya dari mulut ke mulut negatif yang menciptakan

Ternyata salah satu faktor yang mempengaruhi mereka menggunakan Bank BSI berdasarkan dari hasil wawancara di atas adalah faktor Pelayanan Dan Kepercayaan mereka, dimana pengalaman nasabah saat melakukan transaksi di berikan pelayanan oleh pegawai Bank BSI yang cukup memuaskan serta memberikan kenyamanan kepada nasabah pada saat melakukan transaksi.

berdasarkan hasil wawancara dengan observasi lapangan yang dilakukan oleh peneliti bahwa adapun yang menjadi faktor-faktor generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah yaitu faktor pengalaman dan kepuasan dalam pengguna Bank BSI dimana Bank BSI memberikan pelayanan yang bagus kepada nasabah sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Nilai adalah Prinsip atau standar yang di anggap penting dan berharga oleh individu. Nilai mempengaruhi seseorang mengambil keputusan, bertindak, dan menilai apa yang benar atau salah. Nilai biasanya dibentuk oleh budaya, pendidikan, pengalaman hidup, agama dan lingkungan sosial.

Keyakinan adalah pandangan atau pemahaman yang diyakini benar oleh individu atau kelompok. Nilai dan keyakinan juga bisa menjadi salah satu faktor generasi milenial memilih menggunakan produk perbankan syariah karena sesuai dengan ajaran agama mereka yaitu dengan adanya larangan riba dan beroperasi berdasarkan dengan prinsip syariah-syariah.

Keyakinan agama didefinisikan menjadi tiga dimensi (Kimayan H dan Kashigawi, 2019). Studi mereka menunjukkan bahwa semakin banyak ketakutan individu terhadap perintah tuhan, semakin dia mengembangkan pendapat yang akan menguntungkan menuju bank syariah. Selain itu, semakin manusia percaya pada aturan-aturan agama islam, akan lebih memilih produk bank syariah. Faktor agama akan memengaruhi kesadaran serta persepsi masyarakat (Idris, N.H,Salleh,N.A.,Ahmad,Ismail dan Yadiz, n.d.).

Keterkaitan antara keyakinan agama terhadap niat menggunakan produk perbankan syariah secara signifikan memiliki dampak positif. Hal ini telah dibuktikan oleh beberapa peneliti sebelumnya, seperti (Loo M, 2010). menemukan bahwa preferensi untuk perbankan Islam terutama didorong oleh keyakinan agama, bukan pengetahuan keuangan. Artinya, semakin kuat komitmen agama, semakin banyak preferensi untuk layanan perbankan Islam. Hal ini menunjukkan bahwa agama mempengaruhi pelanggan dalam memilih produk perbankan dan karena alasan agama mereka memilih bank syariah

Hasil wawancara peneliti memberikan gambaran bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi mereka yaitu karena faktor nilai dan keyakinan yang membuat mereka menggunakan karena sesuai dengan syariat-syariat Islam dan keberadaan Bank BSI menarik dan orang-orang yang mempertahankan syariah yang mana notabengnya mereka beragama Islam. Dimana Bank BSI hadir dan menawarkan layanan yang sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah,yang sejalan dengan nilai dan keyakinan agama mereka. Sehingga menarik minat mereka untuk menggunakan produk-produk BSI.

Untuk memperkuat hasil wawancara di atas begitu pula dengan hasil observasi yang di lakukan oleh peneliti bahwa adapun yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah faktor nilai dan keyakinan

dimana terbukti bahwa Bank BSI memiliki nasabah yang dominan beragama Islam.

Berikut adalah beberapa aspek yang menjadi fokus dalam persepsi nasabah terhadap pelayanan jasa perbankan syariah di BSI KCP Sinjai:

1) Kepatuhan Terhadap Prinsip Syariah

Nasabah merasa puas dengan kepatuhan BSI KCP Sinjai terhadap prinsip-prinsip syariah. Misalnya, dalam penawaran produk pembiayaan seperti mudharabah dan musyarakah, nasabah merasakan bahwa transaksi dilakukan sesuai dengan ketentuan syariah yang melarang riba dan spekulasi. Hal ini memberikan keyakinan kepada nasabah bahwa aktivitas perbankan mereka berada dalam bingkai hukum Islam yang sesuai.

2) Transparansi dan Kejujuran

Nasabah menilai tinggi transparansi dan kejujuran yang diterapkan oleh BSI KCP Sinjai. Setiap kali melakukan transaksi atau mengajukan pembiayaan, nasabah mendapatkan penjelasan yang jelas mengenai syarat-syarat produk dan mekanisme pembagian keuntungan. Ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan nasabah tetapi juga menghormati nilai-nilai etika bisnis Islam yang menekankan pentingnya keadilan dan kejujuran dalam semua transaksi.

3) Teknologi dan Aksesibilitas

Perkembangan teknologi dalam layanan perbankan digital di BSI KCP Sinjai juga mendapatkan apresiasi dari nasabah. Mereka dapat dengan mudah mengakses rekening, melakukan transfer, dan mengelola investasi melalui aplikasi mobile yang sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini memberikan kenyamanan serta kemudahan akses bagi nasabah dalam menjalankan aktivitas keuangan mereka.

4) Respons Terhadap Kebutuhan Nasabah

Nasabah merasakan bahwa BSI KCP Sinjai responsif terhadap kebutuhan mereka. Layanan pelanggan yang ramah dan profesional serta kemampuan staf dalam memberikan solusi yang sesuai dengan prinsip syariah diapresiasi secara positif. Nasabah merasa didengar dan diprioritaskan dalam pelayanan yang diberikan oleh bank.

5) Pengelolaan Umpan Balik

Bank Syariah Indonesia KCP Sinjai aktif dalam mengelola umpan balik dari nasabah untuk terus meningkatkan layanan mereka. Ini tercermin dalam upaya mereka untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan, sehingga dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan nasabah dengan lebih baik lagi.

Secara keseluruhan, persepsi nasabah terhadap pelayanan jasa perbankan syariah di Bank Syariah Indonesia KCP Sinjai menunjukkan bahwa bank ini tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga mengutamakan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dan nilai-nilai etika bisnis Islam. Dengan pendekatan ini, BSI KCP Sinjai berhasil membangun kepercayaan yang kuat di antara nasabahnya dan memberikan kontribusi positif dalam mendukung ekonomi berkelanjutan dalam konteks masyarakat yang berlandaskan syariah.

2. Bentuk - bentuk Pelayanan Jasa Bank Syariah dalam Konteks Etika Bisnis Islam pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Sinjai

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah salah satu lembaga keuangan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya. Dalam konteks etika bisnis Islam, terdapat beberapa bentuk pelayanan jasa yang dapat ditemui di BSI, termasuk di KCP (Kantor Cabang Pembantu) Sinjai atau kantor cabang lainnya. Berikut ini beberapa bentuk pelayanan jasa bank syariah dalam konteks etika bisnis Islam.

Bank Syariah Indonesia menawarkan berbagai jenis pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti pembiayaan mudharabah, musyarakah, murabahah, dan istishna'. Prinsip-prinsip ini mengikuti ketentuan-ketentuan Islam yang mengatur tentang berbagi risiko dan keuntungan antara bank dan nasabah.

BSI menyediakan produk tabungan dan investasi yang sesuai dengan syariah, seperti tabungan berjangka atau investasi dalam bentuk instrumen syariah seperti sukuk dan saham syariah.

BSI juga menyediakan layanan pengelolaan aset atau wealth management yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, termasuk dalam hal pengelolaan dana pensiun atau investasi jangka panjang lainnya.

Bank Syariah Indonesia juga memberikan layanan konsultasi keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah kepada nasabahnya, baik untuk individu maupun untuk bisnis.

BSI telah mengembangkan layanan perbankan digital yang memungkinkan nasabahnya untuk melakukan transaksi secara online atau melalui aplikasi mobile, dengan memastikan bahwa fitur-fitur tersebut tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Dalam semua pelayanannya, BSI menekankan pada transparansi dalam transaksi dan pemenuhan hak-hak nasabah, sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam yang menekankan keadilan dan kejujuran.

Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam setiap layanannya, Bank Syariah Indonesia, termasuk KCP Sinjai, bertujuan untuk memberikan pelayanan jasa yang tidak hanya sesuai dengan hukum Islam, tetapi juga mempromosikan keadilan, kejujuran, dan kesejahteraan bersama dalam masyarakat. patkan oleh nasabah kemudian nasabah memberikan bukti kwitansi atau nota kepada pihak bank.

Kesimpulan diatas bahwa penyelesaian yang dilakukan oleh BSI KCP Sinjai terhadap Bentuk - Bentuk Pelayanan Jasa Bank Syariah dalam Konteks

Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Sinjai, itu sesuai dengan yang diterapkan dilapangan sudah tepat yaitu dengan cara musyawarah dengan nasabah dan melakukan umpan balik kepihak nasabah secara terus menerus kepada nasabah sampai terjalin kenyamanan.

Hal ini dikarenakan agar tidak merugikan pihak bank dan agar nasabah bertanggung jawab atas pembiayaannya Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek pelayanan jasanya. Dengan menyediakan produk-produk seperti pembiayaan berbasis mudharabah, musyarakah, dan tabungan syariah, BSI KCP Sinjai tidak hanya memenuhi kebutuhan finansial nasabah tetapi juga memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam.

Penerapan teknologi dalam layanan perbankan digital juga merupakan bukti nyata bagaimana BSI KCP Sinjai berusaha untuk memberikan kemudahan akses kepada nasabahnya tanpa mengesampingkan prinsip-prinsip syariah. Transparansi dan kejujuran dalam setiap transaksi menjadi prioritas utama, yang tercermin dalam komunikasi yang jelas dan detail mengenai syarat-syarat pembiayaan serta pembagian keuntungan.

Selain itu, responsif terhadap umpan balik dari nasabah menjadi bagian integral dari upaya Bank Syariah Indonesia KCP Sinjai untuk terus meningkatkan kualitas layanan. Dengan memperhatikan dan merespons kebutuhan nasabah, BSI KCP Sinjai tidak hanya membangun kepercayaan tetapi juga menciptakan lingkungan perbankan yang inklusif dan berlandaskan etika bisnis Islam.

Dengan demikian, Bank Syariah Indonesia KCP Sinjai telah menunjukkan bahwa pelayanan jasa yang diberikan tidak hanya mengikuti ketentuan syariah tetapi juga berkontribusi positif terhadap pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif dalam masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang dari wawancara penelitian lapangan mengenai Persepsi Nasabah Tentang Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank BSI KCP Sinjai diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Sinjai Sangat dipengaruhi oleh komitmen bank terhadap prinsip-prinsip syariah dan penerapan etika bisnis Islam. Hal ini tidak hanya mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk perbankan syariah, tetapi juga membangun kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut.
2. Bentuk - bentuk Pelayanan Jasa Bank Syariah dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Sinjai Tidak hanya fokus pada kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam layanannya tetapi juga aktif dalam membangun kepercayaan nasabah dan meningkatkan kesejahteraan bersama. Ini tercermin dalam pendekatan mereka yang transparan, responsif, dan komprehensif terhadap kebutuhan nasabah sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan di atas, penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan sebagai berikut :

1. BSI KCP Sinjai Tingkatkan upaya dalam mengedukasi nasabah tentang prinsip-prinsip syariah yang diterapkan dalam layanan perbankan. Sosialisasikan secara aktif mengenai konsep-konsep seperti mudharabah,

musyarakah, dan murabahah, serta manfaat ekonomis dan moral dari penggunaan produk syariah..

2. Bagi BSI KCP Sinjai Jaga komitmen terhadap keadilan dalam semua aspek operasional. Pastikan bahwa setiap kebijakan dan prosedur yang diimplementasikan selaras dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial.
3. Bagi peneliti selanjutnya, agar bisa memaksimalkan penelitian tentang Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. (2001). *Etika Bisnis dalam Islam*. Pustaka Al-Kautsar.
- Akmalia, I. (2012). *Analisis Kepuasan Nasabah atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang*. 2.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Andespa, R. (2016). Studi perbandingan kualitas pelayanan industri perbankan syariah dengan konvensional. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 1(1), 77-92.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta.
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 2(1), 182-198.
- Badroen, F. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Kencana.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications.
- Fathoni, A. (2011). *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. PT Rineka Cipta.
- Harish, M. A., Novirani, D., & Adianto, H. (2014). Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Menggunakan Dimensi Banking Service Quality Dengan Metode Service Quality (Studi Kasus di Bank "X"). *Reka Integra*, 2(4).
- Harahap, S. S. (2011). *Etika bisnis dalam perspektif islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasibuan, M.S. (2015). *Dasar – Dasar Perbankan*. Bumi Aksara.
- Hermansyah, H. (2009). *Revisi Hukum Perbankan Indonesia*. kencana. Hidayat, D., & Hasib, F. F. (2015). Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 2(11).

- Hidayatullaili, R. (2016). *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Nasabah Simpanan (Studi Kasus Pada Bmt Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, FAI UMY).
- Huda, Q., & Subagiyo, R. (2015). Analisis Kesesuaian Harapan dan Persepsi atas Kualitas Layanan (Service Quality) Pada Bank Umum Syariah Di Tulungagung. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 11(1), 13-27.
- Idris, N. H., Salleh, N., Ahmad, N., Ismail, S., & Yazid, Z. (2014). Determinants of intention to use Islamic banking products among Malay Muslims: a case study in Johor Baharu. *WCIT*, 2014, 2ND.
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI). (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan, H. (2017). *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai*. Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.
- Kasmir, K. (2002). *Dasar-dasar Perbankan*. Rajawali Pers.
- Kemenag, Q. (2019). *No Titl*.
- Kimayan, H., & Kashigawi, K. (2019). Factor Effecting Customers Continuend Intetions to use islamic banks. *Financial Service Marketing*, 24, 3–4.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Loo, M. (2010). Attitudes and perceptions towards islamic banking among muslims and non-muslims in malesya. *International Journal of Arts and Sciences*, 3(13), 453–485.
- Lupiyoadi, L. (2016). *Manajemen Pemasaran jasa Berbasis kompetensi*. Salemba Empat.
- Muhammad, M. (2004). *Etika Bisnis Islami*. UPP-AMP YKPN,.
- Nailul, M. (2019). *Persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan bank: bank syariah vs bank konvensional (studi kasus dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Provinsi Lampung)* (Doctoral dissertation, IAIN

Metro).

Nabir, A.M. (2024). Analisis Penerapan Manajemen Resiko Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Bank Bri Cabang Sinjai. *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6, 50.

Prasetji, R., & John, O. I. (2005). *Perilaku Konsumen*. Andi Offset,.

Priansa, D. J. (2017). Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis

Raco, R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Garsindo.

Rianto, M. N. (2012). Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah: ALFABETA.

Sangajdi, E.M., & Sopiah. S. (2013). *Perilaku Konsumen*. ANDI.

Sudaryono, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Andi Offset.

Sugiyono, S. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Sumanto, S. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. CAPS (Center Of Academic Publishing Service).

Sunarto, I. S. (2023). *Implementasi Etika Bisnis Islam Karyawan Bsi Kcp Ratulangi Palopo Dalam Meraih Kepuasan Nasabah*.
http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/7526/1/IRDHA_SARI_SUNARTO.pdf

Sunaryo, S., & Bahari, Z. (2012). Organization ethics reputation and customer loyalty: Perception of muslim customer sharia banking. *APMBA (Asia Pacific Management and Business Application)*, 1(1), 69-80. Vinna Sri Yuniarti. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Pustaka Setia.

Susanti, C. E. (2003). Analisis persepsi konsumen terhadap kualitas produk keramik merek milan di Surabaya. *Jurnal Widya manajemen & Akuntansi*, 3(2).

Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. ANDI Offset.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset,.

Tyas, R. R. (2015). *Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Etika Bisnis Islam Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk*

Menggunakan Jasa Keuangan Syariah di BMT Bina Usaha Karang Jati (Doctoral dissertation, IAIN Salatiga).

Walgito, B. (2004). *Pengantar Psikologi Umum*. Andi Offset.

Walgito, B. (2014). *Pengantar psikologi umum*. ANDI Yogyakarta.

Yurita, A. (2016). *Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Di Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian* (Doctoral dissertation, Universitas Pasir Pengaraian).

Zaenal, M., Z., & Laksana, M. W. (2016). *Membangun Kinerja Pelayanan Publik: Menuju Clean Government and Good Governance*. Pustaka Setia.

Zeithaml, Z. (2017). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm 7th Edition*. McGraw-Hill Education.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

JUDUL	FOKUS PENELITIAN	INDIKATOR	SUMBER
Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai.	a. Bagaimana Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Sinjai? b. Bagaimana Bentuk - Bentuk Pelayanan Jasa Bank Syariah dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Sinjai?	a. Pengalaman dengan bank syariah b. Pemahaman tentang Etika Bisnis Islam c. Persepsi Terhadap Pelayanan dan kepercayaan	Wawancara

Lampiran 2

PEDOMAN WAWANCARA

A. DATA DIRI

Nama :
Tempat Tanggal Lahir :
Alamat :
Jenis Kelamin :
Umur :
Hari / Tanggal :

B. PERTANYAAN

1. Bagaimana pengalaman Anda dalam menggunakan layanan perbankan di BSI KCP Sinjai?
2. Apa yang menjadi alasan utama Anda memilih bank syariah dari pada bank konvensional?
3. Bagaimana pendapat Anda tentang proses pembukaan rekening dan layanan perbankan yang tersedia di BSI KCP Sinjai?
4. Menurut Anda, apa yang dimaksud dengan etika bisnis Islam dalam konteks layanan perbankan syariah?
5. Bagaimana BSI KCP Sinjai menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam layanan dan produk perbankannya?
6. Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh BSI KCP Sinjai? Apakah ada area di mana Anda merasa perlu peningkatan?
7. Apakah Anda merasa bahwa bank ini mematuhi nilai-nilai etika Islam dalam interaksi dan transaksi sehari-hari?
8. Apa harapan Anda terhadap pelayanan perbankan syariah yang Anda terima di BSI KCP Sinjai di masa depan?
9. Apakah ada saran atau masukan khusus yang ingin Anda sampaikan kepada manajemen BSI KCP Sinjai untuk meningkatkan layanan mereka?
10. Apa saja faktor pendukung yang dialami Kantor BSI KCP SINJAI pada implementasi etika bisnis islam dalam memperbaiki mutu layanan ?

Narasumber

(.....)

Lampiran 3

Dokumentasi



Wawancara Dengan Kak Devi Sriana Selaku *Customer Service* BSI KCP Sinjai



Wawancara dengan Bapak Iswadi selaku *Security* BSI KCP Sinjai



Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni sebagai Nasabah BSI KCP Sinjai



Wawancara dengan Ayah Fitriadi Marsuki sebagai Nasabah BSI KCP Sinjai
Lampiran 4

Keterangan Plagiasi



**UAD UNIVERSITAS ISLAM
AHMAD DAHLAN**

**GUGUS PENELITIAN
DAN PENGABDIAN
MASYARAKAT**

Nomor : 022.G1.I/III.3.AU/D/KET/2025
Lampiran :
Hal : Surat Keterangan

Sinjai, 4 Dzulkaidah 1445 H
02 Mei 2025 M

Gugus Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (GP2M) Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai menerangkan bahwa telah melakukan pemeriksaan duplikasi Skripsi dengan menggunakan aplikasi Turnitin secara online pada tanggal 13 Agustus 2024.

Nama Penulis	Ashar Ramadhan
N I M	200311003
Judul Tulisan	<i>Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai.</i>
Program Studi	Perbankan Syariah
No. Pemeriksaan	oid 1:3232879195
Status	Memenuhi Syarat

Dengan hasil sebagai berikut :

Tingkat Kesamaan diseluruh artikel (Similarity Index) yaitu 13%

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ketua


St. Hadijah Wahid, S.H., M.H
NBM. 1309673

Lampiran 5

Surat Izin Penelitian

		UAD UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN	FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
Nomor	319 DA/III.3 AU/F/2024	Sinjai, 6 Muharram 1446 H	
Lampiran	-	12 Juli 2024 M	
Perihal	Izin Penelitian		

Kepada Yang Terhormat
Pimpinan Cabang Bank BSI Sinjai
di
Tempat

Assalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat,

Semoga rahmat Allah SWT senantiasa tercurah kepada kita semua, sehingga kita dimudahkan dalam melaksanakan amanah-Nya.

Dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa program Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) UAD Sinjai, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama	Ashar Ramadhan
NIM	200311003
Prodi Studi	Perbankan Syariah
Semester	VIII (Delapan)

akan mengadakan penelitian dengan judul:

"Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah dalam Konteks Etika Bisnis Islam pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai".

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dimohon kiranya yang bersangkutan dapat diberikan izin melaksanakan penelitian di tempat bapak/ Ibu.

Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.


Dekan
Abd. Muhibbulla Nabir, S.E., M.Ak.Ak.
NPM.1212397

Kampus 1: Jl. Sultan Hassanudin No. 20 Kab. Sinjai
Telp. 0812-4254 5214 Raddi Pcs. 52012

✉ info@iainahd.com
✉ fehi@iainahd.com

🌐 www.iainahd.com

Lampiran 6

Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian

SURAT KETERANGAN PRA PENELITIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Ashar Ramadhan
Nim : 200311003
Program Studi : Perbankan Syariah
Semester : Delapan (VIII)

Yang bersangkutan diatas benar telah melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Sinjai dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul " Persepsi Nasabah Tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah dalam Konteks Etika Bisnis Islam Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai".

Demikian surat permohonan ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP Sinjai



Ikhwan Massagani
BOSM



SURAT KEPUTUSAN
NOMOR: 862.D3/HIL3.AU/F/KEP/2023

TENTANG
DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN PROPOSAL SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM T.A 2023-2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN SINJAI

- Menimbang** : 1. Bahwa dalam rangka penyusunan proposal skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai Tahun Akademik 2023-2024, maka Dosen Pembimbing Penyusunan Proposal skripsi dipandang perlu ditetapkan dalam Surat Keputusan.
2. Bahwa nama-nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas yang di amanahkan kepadanya.
- Mengingat** : a. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah.
b. Undang-undang No.20 tahun 2003 tentang Sisdiknas.
c. Undang-Undang R.I No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi.
d. Keputusan Menteri Agama R.I No. 1502 tahun 2022, tentang perubahan nama Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai menjadi Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai
e. Surat Keputusan Rektor IAIM Nomor : 312/I.3.AU/D/KEP/2016 tentang Pembagian Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI)
f. Pedoman PP. Muhammadiyah No. 02/PED/1.0/B/2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah.
g. Statuta Universitas Islam Ahmad Sinjai.
- Memperhatikan** : Kalender Akademik Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai Tahun Akademik 2023-2024 .

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai tentang Dosen Pembimbing penyusunan proposal skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam.
- Pertama** : Mengangkat dan menetapkan saudara :

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Rahmatullah, S.Sos.I, MA	Nurwahida, S.H.I.,M.E.

untuk penulisan skripsi mahasiswa:

Nama : Ashar Ramadhan
NIM : 200311003
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Persepsi Nasabah tentang Pelayanan Jasa Perbankan Syariah dalam Konteks Etika Bisnis Islam pada Bank Syariah Indonesia KCP Sinjai

- Kedua** : Hal-hal yang menyangkut pendapatan/nafkah karena tugas dan tanggung jawabnya diberikan sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Islam Ahmad Sinjai.



**UIAD UNIVERSITAS ISLAM
AHMAD DAHLAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN
HUKUM ISLAM**

- Ketiga : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagai amanat dengan penuh rasa tanggung jawab.
- Keempat : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Sinjai

Pada 05 Jumadil Akhir 1445 H

Tanggal : 18 Desember 2023 M



Abd. Muhaimin Nabir, SE., M.Ak., Ak.
NBM. 1213397

Tembusan disampaikan kepada Yth:

1. Ketua BPH UIAD Sinjai di Sinjai
2. Rektor UIAD Sinjai di Sinjai.
3. Ketua Prodi Perbankan Syariah UIAD Sinjai di Sinjai.



SURAT KETERANGAN HASIL TURNITIN

Nomor : 040.L10/III.3AU/A/2026

Saya yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : **Asriani Abbas, S.I.P.**
NBM : **1235305**
Jabatan : **Pjs Kepala Perpustakaan**

Menerangkan bahwa,

Nama : **Ashar Ramadhan**
Nim : **200311003**
Prodi : **PSY**
Jenis Dokumen : **Skripsi**

Telah melakukan cek plagiat menggunakan aplikasi *Turnitin Similarity Check* dengan indeks plagiat **21 %**.

Demikian surat keterangan ini supaya digunakan sebagaimana mestinya.

Sinjai, 05 Februari 2026

Pjs. Kepala Perpustakaan

UIAD,



ASRIANI ABBAS, S.I.P.
NBM : 1235305

Lampiran 8

Biodata Penulis



Nama : Ashar Ramadhan
NIM : 200311003
Tempat/TGL : Sinjai, 01 Desember 2002
Alamat : Jl, Bulu-Bulu Barat No.4
Pengalaman Organisasi : 1. Himpunan Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah (HIMPPESA)
2. UKM Seni Dan Olahraga (SENIOR) UIAD
Riwayat pendidikan
SD/MI : Sekolah Dasar Negeri 103 Bontompare
SLTP/MTS : Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Sinjai
SMA/MA : Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Sinjai
No. hp : 081352030231
Email : ashararamadhandadang03@gmail.com
Nama Orang Tua : Ansar S.Pd (Ayah)
Mulyani Marsuki (Ibu)