

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan Bank Mega Syariah menggunakan Model CARTER, Fuzzy Logic, GAP, dan Importance Performance Analysis (IPA), maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil pengukuran kualitas pelayanan menggunakan metode Fuzzy Logic, diketahui bahwa seluruh indikator pada Bank Mega Syariah masih memiliki nilai Gap negatif, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi harapan nasabah. Nilai rata-rata OEM persepsi Bank Mega Syariah sebesar 0,767, sedangkan rata-rata Gap sebesar -0,039. Indikator dengan Gap terbesar terdapat pada kemampuan karyawan mengetahui kebutuhan nasabah, sedangkan Gap terkecil terdapat pada indikator bank beroperasi sesuai hukum dan prinsip Islam.
2. Hasil pengukuran kualitas pelayanan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) menunjukkan bahwa sebagian besar indikator memiliki Gap positif, yang berarti pelayanan yang diberikan telah memenuhi bahkan sedikit melebihi harapan nasabah. Bank Syariah Indonesia memperoleh rata-rata OEM sebesar 0,828 dengan rata-rata Gap sebesar 0,005. Hal ini

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan BSI secara umum lebih baik dibandingkan Bank Mega Syariah.

3. Berdasarkan hasil Importance Performance Analysis (IPA), pada Bank Mega Syariah masih terdapat beberapa indikator yang berada pada Kuadran I (Prioritas Utama), sehingga perlu segera dilakukan perbaikan karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun kinerjanya masih belum sesuai harapan nasabah. Sementara itu, pada Bank Syariah Indonesia sebagian besar indikator berada pada Kuadran II (Pertahankan Prestasi), yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan nasabah dan perlu dipertahankan.
4. Hasil perbandingan kualitas pelayanan menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki kualitas pelayanan yang lebih baik dibandingkan Bank Mega Syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai Total OEM sebesar 14,904 dan rata-rata OEM sebesar 0,828, lebih tinggi dibandingkan Bank Mega Syariah yang memperoleh Total OEM sebesar 13,808 dan rata-rata OEM sebesar 0,767. Selain itu, nilai Total Gap BSI sebesar 0,093 dengan rata-rata Gap sebesar 0,005, lebih baik dibandingkan Bank Mega Syariah yang memperoleh Total Gap sebesar -0,705 dengan rata-rata Gap sebesar -0,039. Dengan demikian, pelayanan Bank Syariah Indonesia dinilai lebih mampu memenuhi harapan nasabah dibandingkan Bank Mega Syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi Bank Mega Syariah

Bank Mega Syariah perlu meningkatkan kualitas pelayanan pada indikator-indikator yang masih memiliki nilai Gap negatif dan berada pada Kuadran I IPA. Perbaikan dapat dilakukan melalui peningkatan kompetensi karyawan, peningkatan kecepatan pelayanan, penyediaan informasi yang lebih mudah diakses, pengembangan produk dan layanan syariah, serta perluasan jaringan kantor cabang agar pelayanan yang diberikan semakin sesuai dengan harapan nasabah.

2. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang telah baik, terutama pada indikator-indikator yang berada pada Kuadran II. Selain itu, BSI perlu terus melakukan inovasi dalam pelayanan, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, serta melakukan evaluasi secara berkala agar kepuasan nasabah tetap terjaga dan kualitas pelayanan semakin meningkat.

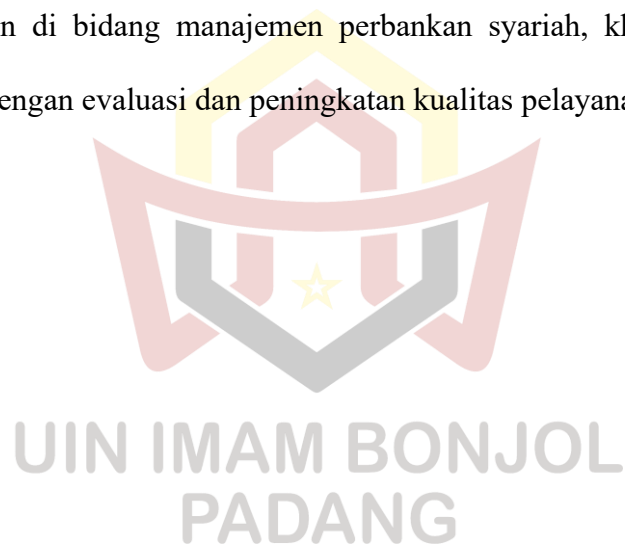
3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan jumlah responden yang lebih banyak serta melibatkan lebih banyak bank syariah sehingga hasil penelitian dapat dibandingkan secara lebih luas. Selain itu, penelitian berikutnya dapat mengombinasikan metode Fuzzy Logic,

Customer Satisfaction Index (CSI), SERVQUAL, atau metode analisis lainnya untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif mengenai kualitas pelayanan perbankan syariah.

4. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas kualitas pelayanan perbankan syariah menggunakan model CARTER, metode Fuzzy Logic, Gap Analysis, dan Importance Performance Analysis (IPA). Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen perbankan syariah, khususnya yang berkaitan dengan evaluasi dan peningkatan kualitas pelayanan.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alfiyanto. "Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah." *Jurnal ESA*, Vol. 5, No. 1, 2023.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2021.
- Alnaser, F. M. I., et al. "Determinants of Customer Loyalty: The Role of Service Quality, Customer Satisfaction and Bank Image of Islamic Banks in Palestine." *International Journal of Business and Management*, Vol. 12, No. 3, 2017.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2021.
- Bank Indonesia. *Laporan Ekonomi dan Keuangan Indonesia 2024*. Jakarta: Bank Indonesia, 2024.
- Bank Indonesia. *Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia 2024*. Jakarta: Bank Indonesia, 2024.
- Daryanto. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa, 2011.
- Darmawan, Zulfikri Charis, dan Ahmad Ajib Ridlwan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah." *Al-Tijary: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 2, 2018.
- Fauzi, Abu Amar. "Mengukur Pengaruh Kualitas Pelayanan Model CARTER terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah Indonesia." 2016.

- Febriana, Nina Indah. Analisis Kualitas Pelayanan Bank terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Skripsi. Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2016.
- Haryono, dan Nurlaela. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Perbankan Syariah.” Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 6, No. 2, 2022.
- Hidayat, S., M. R. Yusuf, dan A. K. Pratama. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah.” Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol. 6, No. 2, 2021.
- Hidayat, S., et al. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah.” Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah, Vol. 6, No. 2, 2021.
- Hikmah. “Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional di Kota Batam.” Jurnal Akrib Juara, Vol. 9, No. 1, 2025.
- Karim, Adiwarmanto A. Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan. Jakarta: Rajawali Pers, 2021.
- Khalik, Restu. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan. Skripsi. Banjarmasin: Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2019.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Laporan Perkembangan Sektor Jasa Keuangan 2022–2024. Jakarta: Kementerian Keuangan RI, 2024.
- Lupiyoadi, Rambat. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat, 2018.

- Maulana, S. R., dan D. N. Hidayati. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah.” *Jurnal Manajemen dan Keuangan Islam*, Vol. 4, No. 2, 2022.
- Maylina, Deti, dan Ade Sofyan Mulazid. “Analisis Pengaruh Service Quality, Customer Relationship Management dan Keunggulan Produk Tabungan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BRI Syariah.” *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 19, No. 1, 2018.
- Nasfi, dkk. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah.” 2020.
- Otoritas Jasa Keuangan. Roadmap Pengembangan dan Penguatan Perbankan Syariah Indonesia 2024–2027. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2024.
- Otoritas Jasa Keuangan. Statistik Perbankan Indonesia 2024. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2024.
- Tjiptono, Fandy. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi, 2020.
- Tjiptono, Fandy. Service Management: Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: Andi, 2020.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. Service, Quality & Customer Satisfaction. Yogyakarta: Andi, 2020.
- Yilmaz, Veysel, Erkan Arı, dan Hüseyin Gürbüz. “Investigating the Relationship between Service Quality Dimensions, Customer Satisfaction and Loyalty in Turkish Banking Sector: An Application of the Structural Equation Model.” *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 36, No. 3, 2018.