



Identikkah Lembaga Etika Bisnis Perbankan Konvensional dengan Etika Bisnis Islam: Studi Deskriptif Branch Service Quality (BSQ) BCA-KCU Cirebon

Ida Sinta¹, Cory Vidiati², Heru Cahyono³, Ahmad Munajim⁴, Dini Selasi⁵, Gama Pratama⁵

Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon ^{1,2,3,4,5}

Email: idasinta10@gmail.com¹, coryvidiati@bungabangsacirebon.ac.id²,
herucahyono@bungabangsacirebon.ac.id³, ahmadmunajim@bungabangsacirebon.ac.id⁴,
diniselasi@bungabangsacirebon.ac.id⁵, gamapratama0@gmail.com⁶, gamapratama0@bungabangsacirebon.ac.id

Received: 2023-12-30; Accepted: 2024-01-30; Published: 2024-08-31

Abstrak

Artikel ini ditujukan untuk mendalami kinerja karyawan bank melalui lembaga etika internal pada Bank BCA KCU Cirebon. Sumberdaya manusia menjadi salah satu unsur penting dalam perjalanan sebuah organisasi/perusahaan yang kinerjanya dapat diukur baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Bisnis perbankan menjadi salah satu pusat bisnis jasa yang mengedepankan layanan kepada nasabah baik yang didirikan atas dasar konvensional apalagi yang berprinsip syariah, yang artinya mengutamakan etika dalam pelayanannya. Dengan pendekatan kualitatif, data primer dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan responden dan data sekunder didapatkan dari artikel terkait bahasan. Didapatkan hasil bahwa sebagai lembaga internal yang menilai kinerja karyawan bank *Branch Service Quality* (BSQ) Bank BCA KCU Cirebon lebih mengutamakan persepsi nasabah yang dilakukan secara independen, sehingga subyektifitas nasabah lebih menonjol untuk menilai kinerja karyawan bank. Implikasi penelitian ini menjadi masukan positif bagi Bank BCA terkhusus bagian *customer service* dalam pelayanan dengan menggunakan teknologi komunikasi dan SDM *customer service* tersendiri yang bisa dihubungi komunikatif secara online realtime, tidak dengan mesin penjawab

Kata Kunci: *Branch Service Quality (BSQ), Kinerja Karyawan Bank, Psikologi Manusia, Etika Komunikasi Islami*

Abstract

This article intends to explore bank employees' performance through internal ethics institutions at Bank BCA KCU Cirebon. Human resources become an important element in an organization/company whose performance can be measured both qualitatively and quantitatively. The banking business is one of the service business centres that prioritizes service to customers both established on conventional grounds, especially those with Sharia principles, which means prioritizing ethics in its services. With a qualitative approach, primary data were collected through observation, documentation, and interviews with respondents and secondary data were obtained from articles related to the discussion. It was found that as an internal institution that assesses the performance of bank *Branch Service Quality* (BSQ) employees, Bank BCA KCU Cirebon prioritizes customer perception that is done independently so that customer subjectivity is more prominent in assessing the performance of bank employees. The implication of this research is a

positive input for Bank BCA, especially the customer service department in the service by using communication technology and its own customer service Human Resources who can be contacted communicatively online in real life, not with an answering machine.

Keywords: *Branch service quality (BSQ), Bank Employee Performance, Human Psychology, Islamic Communication Ethics*

Copyright © 2024 Ecobankers : Journal of Economy and Banking

PENDAHULUAN

Sumberdaya manusia selalu menjadi faktor penting berjalannya sebuah usaha. Namun dalam pengelolaannya masih selalu diawasi baik menggunakan teknologi maupun tidak. Keberadaan suatu lembaga internal bahkan lembaga independen selaku mitra terkadang menjadi solusi alat penilaian kinerja karyawan, termasuk dalam bisnis perbankan. Bisnis perbankan kini identik dengan bisnis pelayanan/jasa (Vidiati et al. 2023) yang sangat bisa dinilai kinerjanya bahkan oleh orang awam sekalipun. Seringkali terlihat subyektifitas penilaian manakala secara *moody* nasabah tidak cocok dengan penjelasan bagian *customer service* atas layanan yang belum memuaskannya.

Hal inilah yang menjadikan sebuah perusahaan bank bergerak menjadi mitra nasabah dalam pelayanan untuk meminimalisir gap subyektifitas layanan yang dirasakan nasabah. Disisi lain seorang karyawan bank terutama customer service memang langsung bersentuhan komunikasi dengan nasabah tak luput dari subyektifitasnya. Hal ini bisa dipahami mengingat psikologi manusia dalam teori kognitif-emosi (Lazarus 1991, 600) yang berkaitan dengan emosi yang dirasakan seseorang setelah menerima sebuah layanan akan mempengaruhi penilaian mereka. Emosi positif (Ellis 1962) seperti senang atau puas dapat meningkatkan kemungkinan mereka menyukai layanan tersebut, sedangkan emosi negatif seperti marah atau kecewa akan menurunkan kemungkinan tersebut. Implikasinya terlihat sesuai teori Arousal/ tingkat kegembiraan atau ketegangan (Schachter and Singer 1962) yang ditimbulkan oleh layanan juga mempengaruhi penilaian nasabah. Tingkat arousal yang optimal akan membuat seseorang lebih menikmati layanan yang diterima.

Sementara Islam mengatur pentingnya komunikasi seperti QS. 1: 31 komunikasi antara Allah sang Pencipta dengan Nabi Adam as akan pentingnya ilmu pengetahuan dimana proses penyampaian pesan yang dilandasi etika yang tinggi dalam berkomunikasi baik, seperti juga komunikasi yang terjadi antara Nabi Ibrahim kepada Nabi Ismail as QS 37: 102, yang terdapat proses menghargai dan mencoba memahami ide pengirim berita/sender. Sehingga menimbulkan rasa gembira dan bahagia, tidak menimbulkan pikiran buruk secara psikologis. Seperti juga yang dicontohkan Nabi Lukman as QS. 31: 13 yang dengan lemah lembut dan bahkan santun menyebut anak-anaknya yang berbeda-beda watak, sehingga menjadi contoh yang baik sebagai orangtua dalam hal ini sebagai sender/pengirim mengawali komunikasi dengan bahasa yang baikm sehingga anak-anak Beliau merasa dihargai, diperhatikan dan disayangi.

Pada praktek ini, komunikasi yang baik di ruang publik dalam bisnis jasa seperti perbankan berkaitan dengan pelayanan terhadap nasabah, sehingga meningkatkan kepuasan terhadap layanan yang berimplikasi pada loyalitas nasabah terhadap perbankan. Hal inilah yang menjadi salah satu branding perbankan mendapatkan nasabah loyal, seperti juga yang dilakukan oleh PT. Bank BCA. Tbk Cabang Cirebon. Adapun usaha yang dilakukan perusahaan adalah membentuk tim survey layanan untuk menilai kinerja karyawan bank yang dikenal dengan nama *Branch Service Quality (BSQ)*, dengan indikator aspek-aspek kinerja karyawan yang dinilai pada lembaga ini berupa, kualitas, kuantitas, ketepatan waktu, kehadiran dan kerjasama rekan kerja yang didapat dari

penilaian nasabah saat karyawan bank terutama bagian customer service. Dari sinilah dianalisa secara deskriptif kecenderungan penilaian BSQ yang merupakan bagian refleksi dari nilai etika dan moral dalam Islam.

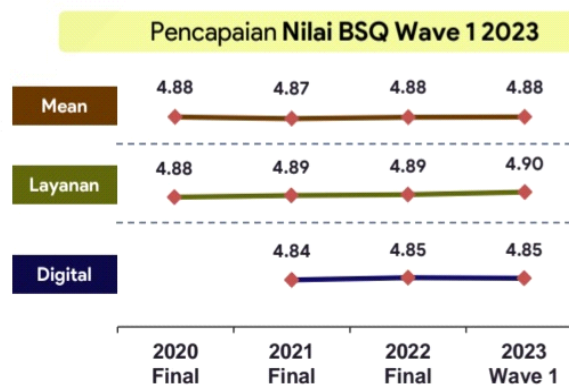
METODOLOGI PENELITIAN

Desain studi kasus dilakukan dengan pendekatan kualitatif menggunakan penelitian lapangan. Data-data penelitian berupa data primer yang didapat dari observasi, dokumentasi dan wawancara dilakukam. Sementara data sekunder didapat ari buku-buku dan artikel-artikel terkait penelitian. Kemudian data yang didapat dianalisa, hingga ditarik kesimpulan

HASIL DAN PEMBAHASAN

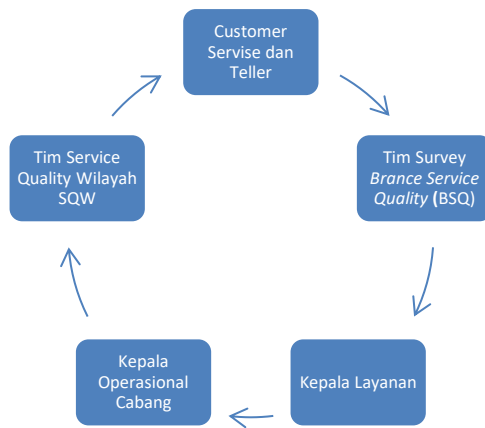
1. Alur Kerja BSQ

Wilayah III Cirebon sendiri memiliki 11 kantor cabang BCA, dimana hanya 8 cabang yang memiliki tim survey BSQ (Branch Service Quality) dan 2 cabang lainnya menginduk pada salah satu cabang. Kinerja karyawan yang baik, dinilai dari tim BSQ yang selalu melakukan survey kepuasan tiap hari melalui nasabah via telepone yang disediakan oleh kantor dengan menanyakan beberapa pertanyaan mengenai kepuasannya terhadap layanan karyawan atau mesin digital yang disediakan BCA. Dari penilaian BSQ, Bank BCA Kantor Cabang Utama Cirebon memiliki kualitas kinerja karyawan yang sangat baik dapat dilihat pada hasil survey layanan dan digital yang dirata-ratakan (*mean*) bahwa nilai Bank BCA Kantor Cabang Utama Cirebon selalu ada peningkatan tiap tahunnya bahkan mendekati nilai sempurna 5.00 seperti pada Gambar 1.



Gambar 1
Branch Service Quality (BSQ) Periode 2020-2023
Sumber: PT. Bank BCA Tbk. Cabang Cirebon

Sementara itu alur kerja pada Tim BSQ digambarkan pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2.

Alur Kegiatan BSQ

Sumber: PT. Bank BCA Tbk. Cabang Cirebon

Berdasarkan gambar 2 Tim survey mendapatkan data nasabah dari teller dan *customer service* lalu dilakukan survey via telepon dan hasilnya diserahkan kepada kepala layanan. Kemudian dilakukan Cross Check oleh Kepala Operasional Cabang. Dan dikirim pada Tim *Service Quality Wilayah (SQW)* dan nantinya akan dilakukan pengecekan oleh Tim SQW dengan cara mensurvey dan melihat langsung bagaimana para teller dan *customer service* melayani nasabah. Kemudian dilakukan penilaian dan perhitungan hasil survey secara umum, dan jika hasil yang diterima lebih dari 70% maka tim teller dan *customer service* akan diberikan Reward dalam bentuk pin atau bonus.

2. Analisa Indikator Kualitas, Kuantitas/Produktivitas, Ketepatan Waktu, Kehadiran dan Kerjasama Rekan Kerja BSQ dalam Islam

Kualitas kerja menjadi ukuran sejauh mana karyawan mampu melakukan pekerjaannya dengan baik dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Indikator kualitas kerja meliputi ketepatan waktu, ketepatan dalam penyelesaian tugas, dan kualitas hasil kerja yang dihasilkan. Dalam teori kognitif-emosi dimana pikiran sangat subjektif mempengaruhi emosi manusia dalam bekerja, sehingga perlu adanya: 1) penilaian terhadap tugas yang mampu memotivasi kinerja. Hal ini harus dipandang sebagai tantangan yang menarik, bukan sebaliknya; 2) memiliki keyakinan atas kemampuan diri menyelesaikan tugas; 3) adanya atribusi atas keberhasilan maupun kegagalan sehingga mempengaruhi motivasi kinerja di masa depan, artinya mindset yang dibangun karyawan harus berusaha dan stabil. Dengan demikian pola yang dibangun oleh karyawan berada pada tingkat arousal optimal sehingga lebih fokus dan produktif. Hal ini lah menjadi indikator awal dari penilaian BSQ. Islam memandang kualitas kerja seseorang sebagai konsep hamba yang bersungguh-sungguh/etos dalam bekerja yang beretika QS. 9: 105, yang ikhlas, jujur, amanah, silaturahmi dan berkeadilan.

Kuantitas bekerja mengarahkan pada produktifitas kerja yang mengukur efisiensi karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan sesuai output dengan waktu yang sudah ditentukan. Cara pandang seorang karyawan menjadi kunci motivasi dan kinerja karyawan, yang membentuk kepercayaan diri sehingga mampu menyelesaikan tugas sesuai dengan tengat waktu, lebih gigih dan fokus. Sementara atribusi internalpun tercipta karena muncul kepercayaan dalam diri. Pengelolaan manajemen stres yang baik dapat menjaga kesehatan mental saat berhadapan dengan berbagai macam komunikasi yang dibangun dengan nasabah hingga berakhir dengan baik. Islam dalam QS. 103 dan QS. 16: 65-69 memandang produktifitas kerja sebagai indikator kepastian, motivasi yang menjadi dorongan membangun kehidupan yang baik melalui kesabaran dan ketekunan.

Ketepatan waktu secara psikologis terkait sebuah persepsi manusia dalam tugas secara realistis mampu membuat strategi pemecahan masalah sehingga nasabah merasa terbantu. Hal ini menjadi salah satu bentuk kewaspadaan yang optimal sehingga menghasilkan kinerja yang lebih akurat. Menciptakan lingkungan kerja yang baik dan nyaman menjadi salah satu solusi kinerja karyawan menjadi lebih persisten. Islam dalam QS 25: 62 memandang ketepatan waktu sebagai indikasi keimanan seseorang sebagai bukti ketekwaannya pada Allah. Rasulullah sendiri mengajarkan pentingnya memanfaatkan waktu dengan baik dengan menjaga disiplin beribadah, menjaga kontinuitas perilaku baik.

Kehadiran kerja merujuk pada tingkat keterlibatan mental dan emosional seseorang dalam pekerjaannya bukan hanya sekedar fisik harus hadir di lokasi kerja namun juga menghadirkan pikiran dan perasaan seseorang dalam tugas-tugas yang dikerjakan. Dan dalam Islam seperti QS. 46: 19 menjadi salah satu cara mendapatkan ampunan Allah. Implikasi terhadap program pengembangan diri, fleksibilitas kerja hingga pengakuan akan prestasi akan meningkatkan motivasi dan kehadiran dalam pelayanan bagi nasabah.

Kerjasama dengan rekan kerja menjadi pondasi utama di setiap organisasi. Cara pandang pada rekan kerja dapat mempengaruhi kualitas interaksi/komunikasi dan kerjasama tim, termasuk memperhatikan atribusi sehingga perilaku dapat terlihat dari reaksi terhadap penerimaan rekan kerja. Hanya dengan visi misi yang sama maka tujuan dapat menjadi jelas sehingga meningkatkan motivasi dalam bekerja. Islam memandang dalam QS. 5: 2 memperlihatkan adanya tim work, yakni saling tolong menolong dalam bekerja mengisi kehidupan. Dan pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabah menjadi salah satu luaran dari kerja tim.

Dari uraian di atas maka ternyata bisnis perbankan konvensional menerapkan prinsip-prinsip dan etika dalam berkomunikasi secara Islami (Rachman 2022), yakni dengan:

1. Memulai komunikasi dengan mengucapkan salam, seperti dalam Sabda Rasulullah SAW menekankan bahwa memberi salam itu adalah hak seorang Muslim ke atas saudaranya yang lain (al-Bukhari 1993, No. Hadis 5882);
2. Menjaga lisan dengan berpikir sebelum berkata seperti dalam sabda Rasulullah (bin al-Hajaj al-Qusyairi al-Naysaburi 1993, No. Hadis 5308);
3. *Qaulan Layyin*an/berbicara dengan lemah lembut;
4. *Qaulan Sadid*an yakni pembicaraan yang benar, jujur, lurus, tidak bohong dan tidak berbelit-belit;
5. *Qaulan baligh*an yakni komunikasi dengan fasih, jelas makna, terang, dan tepat apa yang dikehendaki;
6. *Qaulan Maisyura* yakni komunikasi dengan mempergunakan bahasa yang mudah dimengerti dan melegakan perasaan (Djamarah 2004, 110);
7. *Qaulan Ma'rufa* yakni komunikasi dengan perkataan atau ungkapan yang baik dan pantas QS. 2: 263;
8. Mengulang kata yang penting;
Mencontohkan yang dikatakan QS 28: 3

KESIMPULAN

Memperhatikan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan jasa seperti perbankan konvensional sekalipun secara tidak langsung menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti yang tercermin dalam kinerja karyawannya yang dibuktikan dengan skoring hampir sempurna. BSQ sebagai divisi internal PT. Bank BCA Tbk mampu menjembatani kebutuhan karyawan yang langsung berinteraksi dengan nasabah dengan berbagai keluhan sehingga mampu membuat program yang tepat bagi karyawan di masa datang sebagai rekomendasinya pada manajemen.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bukhari, Muhammad bin Ismail. 1993. "Bab al-Salam li Ma'rifah wa ghair al-Ma'rifah." In Sahih al-Bukhari, Kitab al-Isti'zan, Beirut: Dar Ibn Kauthar.
- Apriyanto, A., Nurhaida, N., Pratama, G., Dapijah, D., & Ridwan, M. (2023). Penerapan Maqashid Syariah Dalam Asuransi Rumah. *Change Think Journal*, 2(03), 235-241.
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2004. Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga (Sebuah Perspektif Pendidikan Islam). Jakarta, Indonesia: Rineka Cipta.
- Ellis, Albert. 1962. Reason and Emotion in Psychotherapy. Lyle Stuart.
- E. Rozalinda, E. I., Ag, M., & Islam. (2014). 'Fiqh Muammalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori Dan Praktek)', Research Repository Uin Maulana Malik Ibrahim, 2
- Lazarus, Richard S. 1991. Emotion and Adaptation. Oxford University Press.
- bin al-Hajaj al-Qusyairi al-Naysaburi, Muslim. 1993. "Bab Al-Takalallum Bi al-Kalimah Yahw Biha Fi al-Nar Ab'ad Ma Bayn al-Masyriq Wa al-Maghrib." In Sahih Muslim, Kitab al-Zuhd Wa al-Raqa'iq, Dar Ihya' al-Turath al-Kutub al-'Arabiyyah.
- Rachman, Taufik -. 2022. "Etika Komunikasi Islam dalam Berbagai Perspektif (Intrapersonal, Interpersonal dan Kelompok Kecil)." Hikmah 16(1): 35-54. doi:10.24952/hik.v16i1.5599.
- Schachter, Stanley, and Jerome Singer. 1962. "Cognitive, Social, and Physiological Determinants of Emotional State." *Psychological Review* 69(5): 379-99. doi:10.1037/h0046234.
- Pratama, G. (2021). Bab 12 Konsep Dasar Pembiayaan Bank Syariah. *Teori Dan Praktik Manajemen Bank Syariah Indonesia*, 212.
- Pratama, G., Selasi, D., Vidiati, C., & Salsabila, S. (2023). Analysis of Digital Marketing Strategies in Encouraging SHaria Investment towards Economic Growth in Indonesia. *Journal of Islamic Economic Development*, 1(1), 1-6.
- Vidiati, Cory, Asep Muhamad Ramdan, Anang Martoyo, Agung Supriyadi, Leni Susanti, Leonita Siwiyanti, Ahmad Rimba Dirgantara, Yosi Fahdillah, and Efi Hikmawati. 2023. Manajemen Usaha Jasa. Penerbit Widina.