

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu metode membandingkan tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan. Perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan keinginan dan keinginan nasabah agar tetap eksis, berkembang, dan bersaing.¹

Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik suatu layanan dapat memenuhi kebutuhan, harapan dan kepuasan nasabah. Persepsi konsumen tentang kualitas pelayanan yang lebih dari yang diharapkan akan mewujudkan kepuasan nasabah. Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dibagi menjadi lima dimensi kualitas pelayanan yaitu tangibles, responsiveness, reliability, empathy, dan assurance secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap kebutuhan, harapan dan kepuasan nasabah.²

Dengan kontribusi tingkat pelayanan perusahaan sebagaimana dimaksud pada pembahasan tersebut diatas, serta kontribusi pelayanan yang diterima konsumen yang sedekimian

¹ Khoirista Afrinda, *Kualitas Layanan Dan Indikator* (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 2015), xxv. (h.60)

² Indy Zelviena Adhari, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Pasuruan : Qiara Media, 2021).

kecil, telah menjadikan tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan tidak memiliki signifikansi sebagaimana diharapkan.³

Kualitas pelayanan terpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan para konsumen serta ketepatan penyampaian yang diberikan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.⁴

Selain itu kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Ada lima dimensi atau lima faktor utama kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

Selain itu terdapat beberapa **aspek kualitas pelayanan**:

- a. **Reliability (Keandalan)**: Kemampuan memberikan layanan secara konsisten dan sesuai janji. Contoh: transaksi tepat waktu, informasi sesuai kenyataan.
- b. **Responsiveness (Daya Tanggap)**: Kesiediaan membantu pelanggan dengan cepat dan solutif. Contoh: keluhan direspons segera, pertanyaan dijawab cepat.

³ Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen* (Bandung : Pustaka Reka Cipta, 2021) h. 77

⁴ Masri Ramadhan dan Bobby Rahman, *Citra Merek Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan* (Sulawesi : Unimal Press, 2019) h. 58

- c. **Assurance (Jaminan)**: Rasa aman dan percaya dari kompetensi staf. Contoh: staf ramah, paham produk, data pelanggan aman.
- d. **Empathy (Empati)**: Perhatian personal terhadap pelanggan. Contoh: mendengarkan kebutuhan pelanggan, memberikan solusi sesuai.
- e. **Tangibles (Bukti Fisik)**: Elemen fisik yang terlihat seperti fasilitas, perlengkapan, dan penampilan staf. Contoh: ruang kantor bersih, peralatan modern, staf berpakaian rapi.⁵

Konsep kualitas pelayanan dapat dicapai melalui perilaku pelanggan, yaitu tindakan yang dilakukan oleh konsumen ketika mereka mencari, memanfaatkan, dan menerapkan produk layanan yang mereka harapkan sesuai dengan tuntutan kebutuhan mereka. Keputusan konsumen untuk mengonsumsi atau tidak mengonsumsi suatu barang/jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah pendapat mereka tentang kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan kualitas layanan terkait erat.⁶

2. Etika Pelayanan

⁵ Christopher Lovelock Dkk, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia- Jilid 2 Edisi Ketujuh* (Jakarta : Erlangga, 2010) h. 102

⁶ Mira Veranita and Suminar Suminar, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Di Btbn Syariah Kantor Cabang Bandung', *Jurnal Co Management*, 4.2 (2021), 641–47 (h. 4)

Telah kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan CS sebagai pegawai bank selalu dituntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar harga diri atau etika. Dalam memberikan pelayanan juga diperlukan etika, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai bank dapat saling menghargai. Secara umum etika pelayanan yang dapat diberikan oleh pegawai bank dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut :

- a. Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore. Jika kita sudah atau agama nasabah, misalnya muslim, maka ucapkan assalamualaikum.
- b. Setelah mengucapkan salam, segera mempersilahkan tamu untuk masuk atau duduk dengan sopan atau suruh menunggu sebentar.
- c. Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilahkan tamu masuk atau duduk selalu dengan ramah dan murah senyum.
- d. Bertanya tentang keperluan nasabah secara ramah, sopan, dan lemah lembut.
- e. Biasakan mengucapkan tolong atau maaf saat meminta nasabah mengisi formulir atau menunggu sesaat

3. Indikator kualitas pelayanan

Berikut beberapa indikator terdapat dalam dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Keandalan (*Reliability*): suatu kemampuan dalam memenuhi janji (tepat waktu, konsisten, kecepatan dalam pelayanan) merupakan suatu hal yang penting dalam pelayanan. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan terkait dan mencerminkan kredibilitas perusahaan dalam pelayanan.
- b. Bukti langsung (*tangibles*): penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Penampilan fisik pelayanan (seperti penampilan fisik, peralatan), karyawan, dan komunikasi akan memberikan warna dalam pelayanan pelanggan.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*): suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan, membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- d. Jaminan (*assurance*): pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik

sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

- e. Empati (*empathy*) : memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan konsumen.⁷

Kualitas pelayanan dalam perbankan syariah merupakan ukuran seberapa baik bank tersebut memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip Islam sekaligus memenuhi harapan nasabah. Pelayanan yang berkualitas mencakup keandalan dalam menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat, daya tanggap dalam merespons kebutuhan nasabah, kepastian yang menunjukkan profesionalisme dan keamanan dalam transaksi, empati terhadap kebutuhan individu nasabah, serta bukti fisik berupa fasilitas yang nyaman dan representatif. Faktor-faktor seperti pelatihan karyawan, penggunaan teknologi informasi yang modern, serta feedback dari nasabah sangat berperan dalam mendukung kualitas pelayanan.⁸

Pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah merupakan suatu kepuasan bagi nasabah dalam tetap selalu loyal kepada bank dalam menggunakan produk dan jasa yang di pasarkan baik berupa produk penghimpunan dana maupun

⁷ Tedy Zelviena Adhari, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Pasuruan : Qiara Media, 2021) h. 54

⁸ Saleh Hidayat, 'Efektivitas Manajemen Sumber Daya Manusia Di Lingkungan Keuangan Syari'ah (KJKS Dan UJKS) Dalam Peningkatan Mutu Pelayanan Dan Kredibilitas Lembaga', *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 3.1 (2013), 84–115 (h. 7)

produk penyaluran dana, maka kelayakan nasabah sangat tergantung dari pelayanan bank, termasuk didalamnya juga pelayanan yang diberikan bank pembiayaan syariah haji miskin sendiri, dimana yang berhubungan dengan pelayanan kepada masyarakat menengah kecil maupun mikro, sesuai dengan fungsinya bank yang melayani skala ekonomi kecil yang berada di pedesaan sesuai dengan titahnya.⁹

Disamping itu, tidak adilnya pelayanan yang diberikan kepada nasabah baik yang berpenghasilan rendah atau miskin, karena itu dalam ekonomi islam secara etika dilarang untuk membedakan dalam melayani ummat, terutama mereka yang membutuhkan jasa pelayanan bank, apabila pelayanan diberikan secara tidak adil dalam jangka panjang, ini akan muncul potensi membahayakan pertumbuhan perbankan bersangkutan, dan ini berefek kepada pertumbuhan ekonomi negara, dimana negara berkewajiban memberikan dan membuka peluang-peluang baru akses ekonomi kepada semua masyarakatnya.¹⁰

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan merupakan tindakan yang diterima oleh konsumen dari penawaran produk dan jasa oleh produsen atas kebutuhan produk

⁹ Nasfi Dodi Yuli Satria, 'Merger As The Fulfillment Of Minimum Capital Requirements And Fulfillment Of Core Capital Bprbased On Financial Regulation No. 5/Pojk.03/2015 (Case Study At Pt. Bpr Rangkiang Aur Dan Pt. Bpr Rangkiang Denai)', XIII.9 (2019), 13–23 (h. 6)

¹⁰ Reri Anton Antoni , Irwan muslim and Nasfi, 'The Interrelationship Structure of the Composition of Exports and Trade Liberalization Against Economic Growth: The Application of Fixed Effect GLS Model', IV.3 (2018), 1–9 (h. 5)

dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen yang dilakukan oleh produsen berdasarkan kemampuannya dan kendala yang dihadapi saat itu dengan memberikan kemudahan kepada konsumen berdasarkan karakteristik produk dan jasa yang ditawarkan. Bank dalam menawarkan produk tabungan dan deposito menerapkan strategi pemasaran bagaimana produk dan jasa tersebut berkualitas.¹¹

Dalam perbankan syariah, kualitas pelayanan juga dipastikan melalui pengawasan oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) untuk menjaga kepatuhan syariah. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan yang unggul bukan hanya meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, tetapi juga memperkuat reputasi bank di pasar, membantu bank tumbuh dengan menjaga prinsip-prinsip syariah yang menjadi landasannya.

Kualitas pelayanan dan kepatuhan syariah memiliki keterkaitan yang sangat erat dalam perbankan syariah. Kualitas pelayanan yang baik dalam perbankan syariah tidak hanya dinilai dari aspek teknis atau keprofesionalan dalam melayani nasabah, tetapi juga dari sejauh mana pelayanan tersebut selaras dengan prinsip-prinsip syariah.¹²

¹¹ Zulfadli Hamzah and Astri Ayu Purwati, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah', *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3.1 (2019), 98–105 (h. 8)

¹² M M Haryanto and D R Rudy, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori Dan Praktik)* (Skripsi IAIN Madura, 2020), h. 77

B. Customer Service (CS)

Customer Service adalah bagian penting dalam perusahaan yang bertugas melayani kebutuhan pelanggan, mulai dari memberikan informasi, menangani keluhan, hingga memastikan kepuasan pelanggan.

Peran *Customer Service* adalah menjalankan proses awal kegiatan yang berhubungan langsung dengan pelanggan. *Customer Service* dalam pelayanan harus melakukan empat fungsi utama yang berkaitan dengan peran humas, hubungan komunikator, manajemen cadangan, dan juga pembuat gambaran yang bagus perusahaan. *Customer Service* dapat disebut sebagai perwakilan perusahaan, *Customer Service* memegang peran penting sebagai juru bicara yang harus memiliki kemampuan komunikasi yang efektif dalam berinteraksi dengan pelanggan dan calon pelanggan. Mereka juga harus memiliki kemampuan untuk membangun hubungan positif antara perusahaan dengan pelanggan.

Customer Service memiliki Tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:¹³

1. Melakukan aktifitas layanan penutupan rekening dan pembukaan calon nasabah dan kepada nasabah.
2. Menyerahkan buku tabungan, kartu ATM, bilyet deposito, yang merupakan dokumen berharga kepada nasabah

¹³ Ismail, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 90

3. Aktifasi layanan pengguna e-channel dan transaksi lainnya kepada nasabah.
4. Umrah. Dan transaksi Haji yang segera di proses
5. Melakukan aktivasi produk dana jasa dan pembiayaan dengan melakukan cross selling.
6. Melakukan maintenance dan penginputan data nasabah.
7. Membuat laporan dari pihak eksternal internal
8. Melakukan dan memproses penyelesaian pengaduan nasabah, seperti:
 - a. Kartu ATM rusak atau tidak terbaca,
 - b. PIN ATM terkunci,
 - c. **Mobile banking error atau tidak bisa diakses,**
 - d. Transaksi tidak sesuai atau gagal,
 - e. Mesin ATM bermasalah (uang tidak keluar atau tertelan).

Dengan memberikan pelayanan yang baik, *customer service* dapat berperan meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun hubungan yang kuat dan berkontribusi pada pertumbuhan perusahaan yang jangka panjang. Adanya *Customer Service*, pelanggan dapat memanfaatkannya dalam sebuah informasi yang dihasilkan baik jasa ataupun barang. Seorang *Customer Service* bertanggungjawab dari awal sampai dengan selesai dalam melayani pelanggan. Melayani semua keperluan pelanggan seperti, menerima keluhan, memberikan informasi seputar produk ataupun jasa dan

berusaha mencari penyelesaian dari masalah yang dimiliki oleh pelanggan. Dalam melayani pelanggan, *Customer Service* diharuskan bersikap ramah, sopan, menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan bicara dengan suara yang lembut.

Peranan *Customer Service* secara umum adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
2. Cobalah untuk menarik pelanggan baru dengan berbagai metode penjangkauan pelanggan. Misalnya saja meyakinkan pelanggan mengenai kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan.

Prinsip utama dalam layanan *Customer Service* meliputi kecepatan tanggapan, empati, keandalan, kepastian layanan, dan profesionalisme. Intinya adalah memberikan layanan terbaik yang membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Dalam perbankan syariah, *Customer Service* beroperasi dengan prinsip syariah, yang meliputi:

1. Kepatuhan Syariah: Semua layanan harus sesuai hukum Islam, menghindari unsur riba, gharar (ketidakpastian), dan maisir (perjudian).

2. Amanah: Menjaga kepercayaan nasabah, termasuk kerahasiaan data dan memberikan informasi yang jujur.
3. Ihsan: Memberikan layanan dengan niat baik dan melampaui harapan pelanggan.
4. Keadilan: Pelayanan dilakukan tanpa diskriminasi terhadap nasabah dari berbagai latar belakang.
5. Masalah: Mengutamakan manfaat bagi pelanggan sesuai dengan maqashid syariah (tujuan syariah).

Selain melayani kebutuhan pelanggan, *Customer Service* di bank syariah berperan sebagai edukator yang menjelaskan akad-akad syariah, seperti *Murabahah* (jual beli) atau *Mudharabah* (bagi hasil). Mereka juga membantu nasabah mengambil keputusan keuangan sesuai prinsip Islam.¹⁴

Peran ini tidak hanya menciptakan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat reputasi bank syariah sebagai lembaga yang etis dan sesuai syariat.

C. Kepatuhan Syariah

Untuk melihat tingkat kepatuhan suatu lembaga dapat diukur dengan teori legitimasi (*legitimacy theory*). Teori legitimasi merupakan suatu kondisi yang ada ketika suatu sistem nilai lembaga/perusahaan yang sejalan dengan sistem nilai yang

¹⁴ Aziz Budi Setiawan, 'Perbankan Syariah; Challenges Dan Opportunity', *Jurnal Kordinat*, 8.1 (2006), 1-42 (h. 5)

berlaku, di mana lembaga tersebut telah menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai dengan norma dan aturan yang berlaku.¹⁵

Kepatuhan, secara umum, berarti tindakan mematuhi atau mengikuti peraturan, standar, atau kebijakan yang telah ditetapkan. Dalam konteks perbankan syariah, kepatuhan merujuk pada konsistensi bank dalam menjalankan operasi dan memberikan layanan sesuai dengan peraturan syariah yang berlaku. Kepatuhan ini menuntut adanya integritas dari pihak bank untuk tidak hanya sekadar mencari keuntungan, tetapi juga mematuhi nilai-nilai dan etika yang diatur oleh prinsip-prinsip agama.¹⁶

Kepatuhan syariah adalah suatu prinsip yang mengharuskan seluruh aktivitas, transaksi, dan produk dalam perbankan syariah sesuai dengan aturan dan nilai-nilai Islam yang termuat dalam Al-Qur'an, Hadis, dan ijtihad para ulama. Dalam konteks perbankan syariah, kepatuhan syariah menjadi landasan utama yang memastikan bahwa seluruh kegiatan operasional dan keuangan tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang, seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian).

Kepatuhan syariah bertujuan untuk menciptakan transaksi yang adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah

¹⁵ Suchman. Mark C., 'Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches.', *Academy of Management Review*, 20.3 (1995), 571–610.

¹⁶ Naufal Faris and Mohd Winario, 'Perlindungan Konsumen Dalam Perbankan Syariah: Perspektif Hukum Ekonomi Syariah', *Multidisciplinary Journal Of Religion And Social Sciences*, 1.1 (2024), 29–39 (h. 9)

yang mendukung kesejahteraan ekonomi umat. Dalam penerapannya, perbankan syariah perlu mematuhi standar kepatuhan yang telah ditetapkan oleh lembaga-lembaga syariah, seperti Dewan Syariah Nasional (DSN) di Indonesia, yang memberikan fatwa serta panduan tentang bagaimana bank syariah seharusnya beroperasi.¹⁷

Fatwa DSN-MUI tentang Perbankan Syariah

1. Fatwa DSN-MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah
2. Fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Ijarah
3. Fatwa DSN-MUI No. 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang Mudarabah
4. Fatwa DSN-MUI No. 08/DSN-MUI/IV/2000 tentang Musyarakah
5. Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn
6. Fatwa DSN-MUI No. 12/DSN-MUI/IV/2000 tentang Hawalah
7. Fatwa DSN-MUI No. 10/DSN-MUI/IV/2000 tentang Wakalah
8. Fatwa DSN-MUI No. 42/DSN-MUI/IV/2000 tentang Syariah Charge Card

Nilai-nilai kepatuhan syariah dalam perbankan syariah mengacu pada prinsip-prinsip Islam yang harus dipenuhi dalam

¹⁷ Waluyo, A. (2016). 'Kepatuhan Bank Syariah Terhadap Fatwa Dewan Syariah Nasional Pasca Transformasi Ke Dalam Hukum Positif'. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 10(2), 517-538 (h. 7)

setiap aspek produk, layanan, dan operasional bank.¹⁸ Beberapa indikator penting untuk kepatuhan syariah dalam perbankan meliputi:

1. **Kehalalan Produk dan Layanan**

Produk bank syariah harus halal dan bebas dari unsur-unsur yang dilarang seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian). Hal ini mencakup pemilihan akad dan prosedur transaksi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

2. **Transparansi dalam Transaksi**

Bank syariah harus memberikan informasi yang jelas dan jujur kepada nasabah mengenai syarat, risiko, serta keuntungan dari setiap produk. Transparansi ini membantu menghindari unsur ketidakpastian dan memastikan bahwa nasabah memahami konsekuensi dari transaksi mereka.

3. **Keadilan dalam Pelayanan**

Perbankan syariah harus memberikan layanan yang adil dan tidak diskriminatif kepada semua nasabah. Ini mencakup menetapkan harga yang wajar, memberikan informasi yang akurat, serta menangani keluhan nasabah dengan adil dan transparan.

4. **Penghindaran Riba dan Unsur Haram Lainnya**

Kepatuhan syariah memastikan bahwa setiap aktivitas bebas

¹⁸ Ansori, 'Pengungkapan Syariah Compliance Dan Kepatuhan Bank Syariah Terhadap Prinsip Syariah', *Dinamika Akuntansi*, 3 (2001).

dari riba dan transaksi yang bersifat spekulatif atau mengandung risiko yang tidak jelas. Ini dapat dilihat dari penerapan akad-akad syariah seperti *mudharabah*, *murabahah*, dan *ijarah* dalam produk perbankan.

5. **Kesesuaian dengan Fatwa DSN**

Setiap produk atau kontrak yang dijalankan oleh bank syariah harus sesuai dengan fatwa yang dikeluarkan oleh DSN.

6. **Laporan Kepatuhan Syariah**

Bank syariah menyusun laporan kepatuhan syariah yang berisi evaluasi tentang sejauh mana bank mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya.

7. **Pengawasan Internal oleh DPS**

Laporan pengawasan DPS menunjukkan sejauh mana bank telah menjaga kepatuhan syariah dalam aktivitas sehari-hari.

8. **Tanggung Jawab Sosial**

Bank syariah juga menunjukkan kepatuhan syariah melalui keterlibatannya dalam kegiatan tanggung jawab sosial, seperti penyaluran zakat, infaq, dan kegiatan sosial lainnya.¹⁹

Dari indikator-indikator diatas, maka Penelitian ini menggunakan beberapa indikator utama untuk mengevaluasi

¹⁹ Rahmi Farah Diba Zulhas, 'Analisis Laporan Pertanggungjawaban Perusahaan Terhadap Stakeholders Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Bank Syariah Bukopin Dan BRI Syariah)', *Akuntabilitas: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Akuntansi*, 9.2 (2015), 207–28 (h. 4)

kualitas pelayanan *Customer Service (CS)* di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Bengkulu, yang mencakup:

1. **Transparansi Produk dan Akad Perbankan Syariah:** *Customer Service (CS)* harus memberikan informasi yang jelas dan jujur kepada nasabah mengenai syarat, risiko, serta keuntungan dari setiap produk.
2. **Penghindaran Unsur Maysir (Perjudian) dan Gharar (Ketidakjelasan):** Produk bank syariah harus halal dan bebas dari unsur-unsur yang dilarang seperti, gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian).
3. **Penghindaran Riba dalam Setiap Transaksi:** Kepatuhan syariah memastikan bahwa setiap aktivitas bebas dari riba dan transaksi yang bersifat spekulatif atau mengandung risiko yang tidak jelas.
4. **Penanganan Keluhan Nasabah dengan Prinsip Syariah:** *Customer Service (CS)* harus memberikan layanan yang adil dan tidak diskriminatif kepada semua nasabah.
5. **Peran Dewan Pengawas Syariah dalam Menjaga Kepatuhan:** Setiap pelayanan yang diberikan oleh pihak bank dan *Customer Service (CS)* harus sesuai dengan fatwa yang dikeluarkan oleh DSN.