

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan Konsumen

1. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas menjadi kunci bagi penyedia jasa layanan untuk bertahan di persaingan yang semakin kompetitif antar dunia jasa layanan. Bagi pihak penyedia jasa/layanan dalam mencapai kepuasan konsumen, kualitas menjadi hal penting dan layak untuk selalu ditingkatkan dan diperbaiki secara berkala, dengan dilakukan inovasi yang berkelanjutan. Kualitas ialah sesuai dengan spesifikasi dan yang diinginkan oleh konsumen.¹

Menurut Sulistyowati, kualitas yaitu gabungan total dari suatu produk dan jasa, dengan karakteristik dari pemasaran, teknik, produksi, dan perawatan yang mana produk dan jasa akan menghasilkan harapan dari konsumen.²

Menurut Herlambang Susatyo, kualitas dapat berarti suatu cara sederhana untuk meraih tujuan yang diinginkan, dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan penekanan untuk memuaskan pembeli atau konsumen (nasabah). Kualitas tidak harus berupa

¹Wiwik Sulistyowati, *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (Sidoarjo: UMSIDA PRESS, 2018), hal. 14–15.

²Sulistyowati.

layanan atau barang-barang yang mahal. Namun, kualitas merupakan sebuah produk atau layanan yang memadai, mudah dijangkau, efisien, efektif, dan aman sehingga harus terus-menerus dievaluasi dan ditingkatkan.³

Sedangkan pelayanan ialah serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pemberian layanan yang sesuai dengan harapan mereka. Pada dasarnya, pelayanan merupakan aktivitas yang dilakukan organisasi dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen.⁴

Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu.⁵ Selain itu, kualitas pelayanan dapat dikatakan sebagai suatu pelayanan yang diharapkan untuk memaksimalkan suatu ukuran yang inklusif dari kesejahteraan konsumen.⁶

³Herlambang Susatyo, *Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit* (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2016), hal. 71–72.

⁴Ricka Handayani, *Manajemen Pelayanan dalam Perspektif Islam*, Cet. 1 (Bogor: Penerbit Bypass, 2023), hal. 122.

⁵M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 211.

⁶Al-Arif.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen melalui pelayanan yang diberikan. Penilaian terhadap kualitas pelayanan didasarkan pada persepsi konsumen, bukan penyedia jasa. Apabila pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka kualitas pelayanan dinilai baik. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan berada di bawah harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

2. Tujuan Kualitas Pelayanan

Dalam memberikan sebuah pelayanan kepada konsumen, tentu sebuah perusahaan mempunyai tujuan dari pemberian pelayanan tersebut. Menurut Supangat, tujuan pelayanan yang berkualitas dapat dilihat melalui beberapa aspek berikut:

- a. Meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu melalui pelayanan yang mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.
- b. Meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga pelanggan terdorong untuk tetap menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan dan melakukan pembelian ulang.

- c. Membangun reputasi perusahaan, pelayanan yang baik akan menciptakan citra positif di mata pelanggan maupun masyarakat.
- d. Menciptakan keunggulan kompetitif, menjadikan kualitas pelayanan sebagai pembeda dibandingkan dengan pesaing.
- e. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional, melalui pengelolaan proses pelayanan yang lebih terarah, konsisten, dan produktif.
- f. Mengurangi kesenjangan pelayanan (*service gap*), yaitu dengan memperkecil perbedaan antara harapan pelanggan dan pelayanan yang diterima.
- g. Menyesuaikan pelayanan dengan perkembangan kebutuhan pelanggan, sehingga perusahaan mampu menghadapi perubahan preferensi pelanggan dan dinamika pasar.⁷

Pelayanan konsumen yang maksimal dan baik menunjukkan seberapa besar atau seberapa bagus kualitas dan mutu tersebut di mata konsumen. Pelayanan yang baik dan tanggap akan memberikan nilai positif atau memberikan citra yang bagus di mata konsumen. Apalagi jika setiap konsumen ditangani dengan prima dan bagus.⁸

⁷Supangat, "Manajemen Kualitas Layanan," in *Manajemen Pemasaran Jasa* (Padang: CV. Gita Lentera, 2025), hal. 129.

⁸Supangat.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha karena kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh mutu pelayanan yang diterima. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya, survei atau observasi kepada pelanggan termasuk di dalamnya berupa *feedback* tentang pelayanan yang sudah diberikan. Suatu kualitas pelayanan dikatakan baik apabila penyedia jasa memberikan layanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Dengan demikian pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diberikan.⁹

Pelayanan yang berkualitas adalah memenuhi kepuasan konsumen yang terdiri dari tiga komponen dasar yang harus dipahami bagi setiap perusahaan yaitu:

- a. Proses sebelum penjualan; Pada tahap ini perusahaan mempunyai kesempatan untuk membentuk hubungan dengan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan menginformasikan produk pada konsumen dan menciptakan

⁹Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal. 59–62.

kepercayaan pada konsumen atas produk yang ditawarkan.

- b. Proses selama transaksi; Pada fase ini perusahaan harus menjaga kualitas pelayanan, agar konsumen tetap menjadi pelanggan setia. Konsumen pada fase ini sangat penting sebab pada fase ini konsumen membutuhkan informasi lebih banyak lagi akan produk atau jasa yang akan dibeli. Jika pihak-pihak perusahaan tidak memahami tentang produk/jasa ditawarkan bisa jadi konsumen beralih pada perusahaan lain.
- c. Proses sesudah penjualan; Pada fase ini perusahaan diharapkan mendengar atau menanggapi keluhan dari pihak konsumen atas produk/jasa yang telah dibeli. Produk jasa pelayanan lebih kompleks dibandingkan dengan barang, hal tersebut disebabkan karena dimensi kualitas pelayanan jasa lebih sulit diidentifikasi.¹⁰

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa tujuan kualitas pelayanan adalah memberikan pelayanan yang mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen sehingga tercipta kepuasan, loyalitas, serta kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik

¹⁰Hasanah.

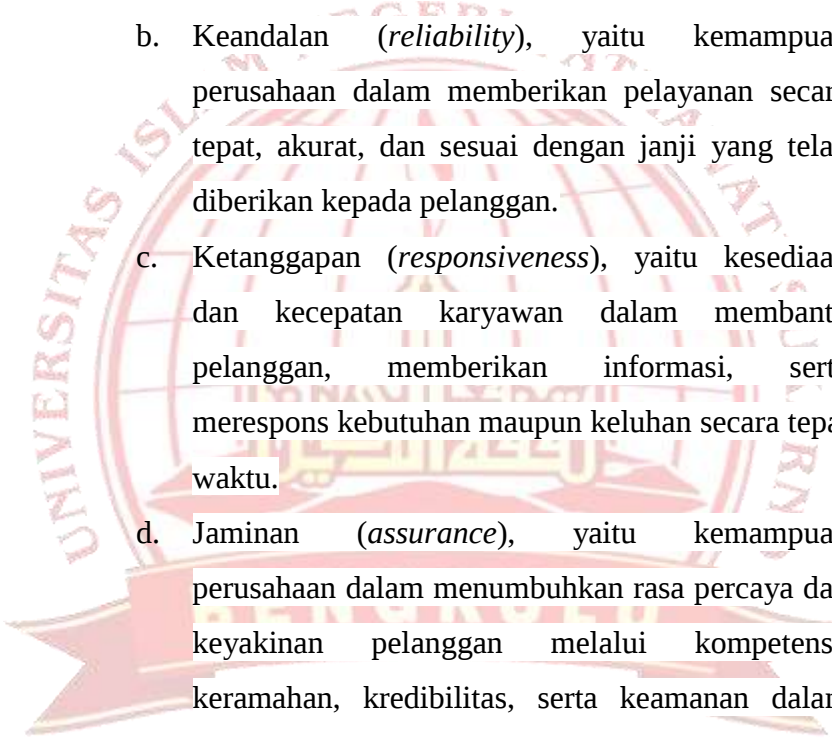
juga berperan dalam membangun citra positif, meningkatkan daya saing, serta mendukung efektivitas operasional perusahaan. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang diberikan secara konsisten akan menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen serta mendukung keberhasilan usaha.

3. Indikator Kualitas Pelayanan

Para ahli mengemukakan berbagai pendapat mengenai dimensi atau indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan. Menurut Gaspersz, kualitas pelayanan dapat diukur melalui beberapa dimensi, yaitu ketepatan waktu pelayanan, akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan petugas, tanggung jawab dalam menangani keluhan pelanggan, ketersediaan petugas dan fasilitas pendukung, lokasi serta sarana pelayanan, dan kondisi lingkungan pelayanan.¹¹

Sementara itu, konsep SERVQUAL (*Service Quality*) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi utama yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan. Kelima dimensi tersebut meliputi:

¹¹Vincent Gaspersz, *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal. 234.

- 
- a. Bukti fisik (*tangible*), yaitu kondisi fisik yang dapat dilihat secara langsung, seperti fasilitas, peralatan, penampilan karyawan, dan media komunikasi yang digunakan perusahaan. Aspek ini menjadi dasar bagi pelanggan dalam membentuk persepsi terhadap kualitas pelayanan.
 - b. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara tepat, akurat, dan sesuai dengan janji yang telah diberikan kepada pelanggan.
 - c. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan, memberikan informasi, serta merespons kebutuhan maupun keluhan secara tepat waktu.
 - d. Jaminan (*assurance*), yaitu kemampuan perusahaan dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan melalui kompetensi, keramahan, kredibilitas, serta keamanan dalam memberikan pelayanan.
 - e. Empati (*empathy*), yaitu perhatian dan kepedulian perusahaan terhadap kebutuhan setiap pelanggan melalui komunikasi yang baik, pelayanan yang

bersifat personal, serta pemahaman terhadap keinginan pelanggan.¹²

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai pendapat mengenai dimensi kualitas pelayanan. Namun, dalam penelitian ini indikator kualitas pelayanan mengacu pada konsep SERVQUAL yang terdiri atas lima dimensi, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, karena kelima dimensi tersebut dinilai mampu mengukur kualitas pelayanan secara komprehensif sesuai dengan tujuan penelitian.

B. Kualitas Pelayanan Perspektif Ekonomi Islam

Menurut Ensiklopedi Islam, pelayanan merupakan kewajiban yang pelaksanaannya harus berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, perusahaan yang bergerak di bidang jasa perlu menjadikan nilai-nilai Islam sebagai pedoman dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dalam perspektif Islam, pelayanan yang baik adalah pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga mampu memberikan kepuasan yang optimal.¹³ Islam mengajarkan kepada umat manusia agar dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan prinsip-

¹²Mega Usvita, "Karakteristik Jasa," in *Manajemen Pemasaran Jasa* (Padang: CV. Gita Lentera, 2025), hal. 13.

¹³Andrian dan Pratiwi Nilasari, "Penerapan Pelayanan Prima Islami dan Manajemen Berbasis Keamanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Sektor Publik," *JIEI*, 9.03 (2023), 3921.

prinsip Islam. Hukum kualitas pelayanan memang tidak secara langsung dapat dijumpai dalam al-Qur'an, namun Allah memberikan petunjuk kepada manusia sikap yang seharusnya dimiliki manusia dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.¹⁴ Adapun konsep pelayanan dalam ekonomi Islam adalah sebagai berikut:

1. Prinsip Tolong Menolong (*Ta'awun*)

Qutub, sebagaimana dikutip dalam jurnal Nurhadi, menjelaskan bahwa memberikan pelayanan yang terbaik kepada sesama merupakan perbuatan yang bernilai mulia. Pelayanan yang dilakukan dengan baik tidak hanya mencerminkan sikap kepedulian, tetapi juga menjadi salah satu jalan untuk memperoleh kebaikan bagi setiap orang yang mengamalkannya.¹⁵

Sebagaimana dijelaskan dalam potongan ayat al-Qur'an surah al-Maidah/5:2 berikut:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan

¹⁴ Elsi Mersilia Hanesti dan Wahyuni, "Kepuasan Pelanggan Melalui Mutu, Pelayanan, dan Nilai Perspektif Islam," in *Pemasaran Syariah (Teori dan Aplikasi dalam Ekonomi Islam)* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020), hal. 220.

¹⁵ Nurhadi, "Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah," *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 2.2 (2018), 144.

permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.

Dalam sebuah hadis dikatakan Nabi SAW bersabda:

عَنْ أَبِي مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ, فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ (رواه: مسلم)

Artinya: Dari Abu Mas'ud r.a berkata, Rasulullah SAW bersabda: Barangsiapa menunjukkan suatu kebaikan, maka ia mendapatkan pahala seperti pahala orang yang melakukannya. (HR. Muslim)¹⁶

Hadis tersebut mengandung makna bahwa setiap orang yang mengajak, membimbing, atau memberikan kemudahan kepada orang lain dalam melakukan suatu kebaikan akan memperoleh pahala sebagaimana pahala orang yang melaksanakan kebaikan tersebut, tanpa mengurangi pahala pihak yang mengerjakannya.

Menurut penulis, dalam konteks pelayanan hadis ini menunjukkan bahwa memberikan pelayanan yang baik, membantu memenuhi kebutuhan orang lain, serta memberikan kemudahan dalam urusan yang bermanfaat merupakan bagian dari implementasi prinsip *ta'awun* (tolong-menolong) yang dianjurkan dalam Islam. Oleh karena itu, pelayanan tidak hanya

¹⁶Imam An-Nawawi, *Syarah Shahih Muslim Jilid 9* (Jakarta: Darus Sunnah, 2010), hal. 280.

dipandang sebagai bentuk hubungan antarmanusia, tetapi juga sebagai amal saleh yang bernilai ibadah dan mendatangkan pahala bagi pelakunya.

2. Prinsip Memberi Kemudahan (*At-Taysir*)

Prinsip *at-taysir* (kemudahan) dalam Islam menegaskan bahwa Allah SWT menghendaki kemudahan bagi hamba-Nya, bukan kesulitan. Oleh karena itu, syariat diturunkan untuk memudahkan manusia dalam menjalankan kewajiban agama dan menjalani kehidupan tanpa memberikan beban yang berlebihan.¹⁷

Adanya syariat Islam bertujuan mengurangi kesulitan (*masyaqah*) yang dapat memberatkan manusia, meskipun bukan berarti menghilangkan seluruh bentuk kesulitan dalam kehidupan. Dalam konteks pelayanan, prinsip ini diwujudkan dengan memberikan kemudahan kepada konsumen dalam mengakses layanan, meminimalkan hambatan, serta meningkatkan kepuasan mereka.¹⁸

Prinsip tersebut sejalan dengan firman Allah SWT dalam al-Qur'an surah al-Baqarah/2: 185 berikut:

¹⁷M. Dimas Ihza Fahriza, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Produk Pembiayaan Pada KSPPS BMT UGT Nusantara CAPEM Kediri" (IAIN Kediri, 2024), hal. 24.

¹⁸Andrian dan Nilasari.

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ ۖ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ
وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَىٰكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, agar kamu bersyukur.

Maksud dari ayat tersebut adalah bahwa Allah SWT menghendaki kemudahan bagi hamba-Nya, bukan kesulitan. Dalam konteks pelayanan, prinsip ini mengajarkan bahwa pemberi layanan hendaknya memberikan kemudahan kepada konsumen, tidak mempersulit proses pelayanan, serta menciptakan pelayanan yang efektif, ramah, dan memberikan kenyamanan. Prinsip tersebut juga diperkuat oleh hadis Rasulullah SAW yang diriwayatkan dari Anas bin Malik r.a, bahwa beliau bersabda:

بَشِّرْ وَلَا تُنْفِرْ وَلَا تُعَسِّرْ وَلَا تُعَسِّرْ (رواه: متفق عليه)

Artinya: Sampaikanlah kabar gembira, dan janganlah menakut-nakuti serta permudahlah dan janganlah mempersulit. (H.R *Muttafaq 'Alaih*).¹⁹

Berdasarkan ayat dan hadis tersebut, dapat penulis simpulkan bahwa prinsip *at-taysir* (kemudahan) merupakan salah satu nilai penting dalam pelayanan menurut Islam. Penerapan prinsip ini tercermin melalui

¹⁹Imam An-Nawawi, *Syarah Shahih Muslim Jilid 8* (Jakarta: Darus Sunnah, 2011), hal. 551.

pelayanan yang mudah diakses, tidak mempersulit, responsif terhadap kebutuhan konsumen, serta tetap berlandaskan pada nilai-nilai syariat. Dengan demikian, pelayanan yang memberikan kemudahan tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga menjadi bentuk pengamalan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

3. Prinsip Persamaan (*Musawah*)

Prinsip *al-musawah* (persamaan) dalam Islam mengajarkan bahwa semua manusia memiliki kedudukan yang sama di hadapan Allah SWT tanpa membedakan suku, keturunan, ras, status sosial, maupun kekayaan.²⁰ Menurut Nurcholish Madjid, prinsip ini merupakan konsekuensi dari ketuhanan yang menegaskan bahwa setiap manusia memiliki harkat dan martabat yang sama.²¹

Oleh karena itu, ukuran kemuliaan seseorang dalam Islam bukan ditentukan oleh status sosial atau materi, melainkan oleh ketakwaannya kepada Allah SWT.²² Seperti dijelaskan dalam al-Qur'an surah al-Hujurat/49:13 berikut ini:

²⁰Lailatul Munawaroh et al., "Konsep al-Musawah dalam al-Qur'an: Interpretasi Hermeneutika Jorge J.E Gracia," *Al-Fahmu*, 4.2 (2025), 246–47.

²¹Awad, "Islam dan Prinsip Persamaan (Equality)," *TARBAWI*, VIII.2 (2019), 48–49.

²²Nurhadi.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا
وَقَبَايِلَ لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ ۚ إِنَّ
اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: Wahai manusia! Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Mahateliti.

Dari ayat tersebut, dapat dipahami bahwa prinsip *al-musawah* menegaskan adanya persamaan derajat dan martabat setiap manusia. Perbedaan suku, bangsa, jenis kelamin, maupun latar belakang sosial bukanlah dasar untuk membedakan nilai seseorang di hadapan Allah SWT. Perbedaan tersebut justru merupakan ketetapan Allah agar manusia dapat saling mengenal, menghargai, dan membangun hubungan yang baik. Kemuliaan seseorang tidak ditentukan oleh kekayaan, jabatan, ataupun kedudukan sosial, melainkan oleh tingkat ketakwaannya kepada Allah SWT.

Dengan demikian, prinsip *al-musawah* mengajarkan agar setiap orang diperlakukan secara adil, setara, dan tanpa diskriminasi dalam kehidupan bermasyarakat, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Dalam konteks pelayanan, prinsip

ini mengajarkan bahwa setiap konsumen harus diperlakukan secara adil, setara, dan tanpa diskriminasi, sehingga setiap orang memperoleh pelayanan yang sama baiknya sesuai dengan nilai-nilai syariah.

4. Prinsip Saling Mencintai (*Muhabbah*)

Rasa saling mencintai yaitu mencintai saudara sendiri seperti mencintai diri sendiri, dimana seorang karyawan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan memperlakukan pelanggan itu dengan baik seperti memperlakukan dirinya sendiri.²³ Sebagaimana telah dijelaskan dalam al-Qur'an surah al-Imron/3:112 yang berbunyi:

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلَّةُ أَيْنَ مَا تُخَفُّوْا إِلَّا بِحَبْلِ مِنَ اللَّهِ وَحُبْلٍ
مِّنَ النَّاسِ وَبَاءُوا بِغَضَبٍ مِّنَ اللَّهِ وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ۚ
ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ النَّبِيَّيْنَ
بِغَيْرِ حَقٍّ ۚ ذَٰلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ

Artinya: Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka (berpegang) pada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia. Mereka mendapat murka dari Allah dan (selalu) diliputi kesengsaraan. Yang demikian itu karena mereka mengingkari ayat-ayat Allah dan membunuh para nabi, tanpa hak (alasan yang benar). Yang demikian itu karena mereka durhaka dan melampaui batas.

²³Nurhadi.

Prinsip persamaan dalam Islam juga tercermin dalam hadis Rasulullah SAW yang menekankan pentingnya memperlakukan orang lain dengan baik dan penuh kepedulian. Hal tersebut sebagaimana diriwayatkan oleh sahabat Anas bin Malik r.a, bahwa Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ أَبِي حَمْزَةَ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، خَادِمُ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يُحِبَّ لِإِخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ (رواه البخاري و مسلم)

Artinya: Dari Abu Hamzah, Anas bin Malik r.a, pembantu Rasulullah SAW dari Rasulullah SAW, beliau bersabda: Tidak beriman salah seorang diantara kamu hingga ia mencintai saudaranya sebagaimana ia mencintai dirinya sendiri. (H.R Bukhori dan Muslim)²⁴

Inti dari hadis di atas adalah hadis ini mengajarkan nilai persamaan, kepedulian, dan keadilan tanpa membedakan latar belakang seseorang dalam lingkup sosial. Adapun dalam konteks pelayanan, hadis ini menjadi dasar bahwa setiap konsumen harus diperlakukan dengan baik, adil, dan setara, sebagaimana seseorang menginginkan pelayanan yang baik untuk dirinya sendiri.

²⁴M. Fuad Abdul Baqi, *Shahih Bukhari Muslim (al-Lu'lu' Wal Marjan)* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017), hal. 17.

5. Prinsip Lemah Lembut (*Al-Layin*)

Sebagaimana sebuah hadis yang diriwayatkan Muslim dari Jabir bin Abdullah r.a bahwa Nabi SAW bersabda:

مَنْ يُحَرِّمِ الرَّفْقَ يُحَرِّمِ الْخَيْرَ

Artinya: Barang siapa yang tidak memiliki sifat lembut, maka tidak akan pernah mendapatkan kebaikan.²⁵

Untuk berlaku lemah lembut juga telah dijelaskan dalam al-Qur'an dalam surah al-Imron/3:159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.

²⁵Imam An-Nawawi, *Syarah Shahih Muslim Jilid 11* (Jakarta: Darus Sunnah, 2017), hal. 693.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa sikap lemah lembut merupakan salah satu akhlak yang sangat dianjurkan dalam Islam karena menjadi jalan untuk memperoleh kebaikan dan membangun hubungan yang harmonis dengan sesama. Dalam konteks pelayanan, prinsip ini mengajarkan bahwa pemberi layanan hendaknya bersikap ramah, santun, sabar, dan tidak kasar dalam melayani konsumen. Dengan demikian, pelayanan yang dilakukan dengan kelembutan akan menciptakan rasa nyaman, meningkatkan kepercayaan, serta mencerminkan nilai-nilai syariah dalam berinteraksi dengan orang lain.

6. Prinsip Kekeluargaan (*ukhuwah*)

Dalam al-Qur'an, konsep *ukhuwah* (persaudaraan) mencakup persaudaraan yang didasarkan pada ikatan keimanan maupun persaudaraan antarsesama manusia yang tidak semata-mata dilandasi oleh kesamaan agama.²⁶ Konsep tersebut ditegaskan dalam firman Allah SWT pada al-Qur'an Surah al-Hujurat/49:10 berikut ini:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ۝

²⁶Nurhadi.

Artinya: Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah antara kedua saudaramu (yang berselisih) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu mendapat rahmat.

Secara majasi kata *ukhuwah* (persaudaraan) mencakup persamaan salah satu unsur seperti suku, agama, profesi, dan perasaan. Sehingga dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa *ukhuwah* adalah persaudaraan seagama Islam, dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama.²⁷

Prinsip ini disebutkan juga dalam potongan hadis berikut:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا: أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَظْمِيهِ وَلَا يُسْلِمُهُ (رواه: البخاري)

Artinya: Dari Abdullah bin 'Umar r.a, Rasulullah SAW bersabda: Seorang muslim adalah saudara bagi muslim lainnya, dia tidak boleh menzoliminya dan tidak boleh membiarkannya (untuk disakiti atau dizalimi). (H.R al-Bukhori)²⁸

Dapat disimpulkan bahwa prinsip *ukhuwah* (persaudaraan) mengajarkan pentingnya membangun hubungan yang dilandasi rasa saling menghormati, tolong-menolong, dan menjaga sesama dari segala bentuk kezaliman. Dalam konteks pelayanan, prinsip

²⁷Nurhadi.

²⁸An-Nawawi, *Syarah Shahih Muslim Jilid 11*, hal. 625.

ini diwujudkan dengan memperlakukan setiap konsumen sebagai sesama yang harus dihormati, dilayani dengan penuh kepedulian, serta tidak dirugikan. Dengan demikian, pelayanan yang berlandaskan ukhuwah akan menciptakan hubungan yang harmonis, saling percaya, dan mencerminkan nilai-nilai Islam.

Hafihuddin & Tanjung menyatakan bahwa budaya kerja dalam Islam mengacu kepada sifat-sifat Nabi SAW adalah kesuksesan Nabi Muhammad saw berbisnis dilandasi oleh:

1. *Shiddiq* (jujur). Berarti memiliki kejujuran, dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Dalam dunia kerja dan usaha, kejujuran ditampilkan dengan kesungguhan dan ketepatan, janji, dan pelayanan.
2. *Istiqamah*. Berarti konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meskipun menghadapi berbagai godaan dan tantangan. Istiqamah dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.
3. *Fathanah*. Berarti mengerti, memahami, dan menaati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajiban.

4. *Tabligh* (kesopanan dan keramahan). Yaitu mampu berkomunikasi dengan baik, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuanketentuan ajaran Islam. *Tabligh* yang disampaikan dengan hikmah, sabar, argumentatif dan persuasif akan membutuhkan hubungan kemanusiaan yang semakin solid dan kuat.
5. *Amanah* (tanggung jawab). *Amanah* berarti memiliki rasa tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. *Amanah* ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (berbuat yang baik) dalam segala hal.²⁹

C. Kerangka Berpikir

Kualitas pelayanan adalah hal yang penting untuk diperhatikan, karena hal tersebut akan dipersepsikan oleh konsumen setelah konsumen mengkonsumsi barang/jasa. Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa atau layanan untuk selalu memanjakan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya. Bila konsumen puas

²⁹Nurhadi.

akan pengalaman mengkonsumsi barang atau jasa, itu adalah langkah awal untuk menjadikannya pelanggan yang loyal.

Penilaian konsumen pada kualitas pelayanan di Hasanah Mart merupakan hal penting sebagai acuan dalam membenahan pelayanan sehingga terciptanya suatu kepuasan pelanggan dan menciptakan suatu loyalitas dari konsumen.

Gambar 2.1:

