

BAB III

***SERVICE EXCELLENCE* DALAM PERBANKAN SYARIAH**

A. Definisi dan Prinsip-Prinsip Pelayanan Prima

1. Definisi Pelayanan Prima

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus kebutuhan orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan memiliki esensi interaksi langsung antara individu atau institusi dengan pihak yang membutuhkan, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam konteks pemasaran jasa, seperti perbankan syariah, pelayanan memainkan peran strategis karena kualitas pelayanan dapat memengaruhi minat dan loyalitas nasabah.

Definisi mengenai pelayanan prima yang sering kali diungkapkan oleh para pelaku bisnis terdapat dalam buku pelayanan prima, sebagai berikut:

- a. Layanan prima adalah melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat.
- b. Layanan prima adalah pelayanan dengan mengutamakan kepuasan nasabah.
- c. Layanan prima adalah menempatkan pelanggan sebagai mitra dan.
- d. Layanan prima adalah pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan.

Sedangkan, Pelayanan prima yaitu mengutamakan kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan berkualitas guna mempermudah pemenuhan kebutuhan mereka dan memastikan kepuasan yang maksimal adalah upaya penting untuk

mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap organisasi atau perusahaan Konsep pelayanan prima berdasarkan pendekatan A3 mencakup tiga komponen utama, yaitu *Attitude* (sikap), *Attention* (perhatian), dan *Action* (tindakan).

2. Prinsip-Prinsip Pelayanan Prima

Beberapa prinsip dasar pelayanan prima yang sering dipakai termasuk dalam konteks perbankan syariah:

a. *Responiveness* (Cepat Tanggap)

Cepat Tanggap yaitu kesedian karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara tepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen.

b. *Competence* (kompetensi)

Kompetensi secara etimologi merupakan dimensi perilaku keahlian atau keunggulan seorang pemimpin atau staf mempunyai keterampilan, pengetahuan, dan perilaku yang baik.

c. *Credibility* (dapat dipercaya)

Dalam hal ini mengembangkan perilaku yang dapat dipercaya oleh nasabah dan percaya kepada nasabah. Segala informasi yang diberikan kepada nasabah harus terpercaya sehingga nasabah pun bisa yakin untuk melakukan transaksi.

d. *Contribution* (kontribusi)

Bagi seorang *customer service*, Memberikan kontribusi yang positif berupa tindakan yang bertujuan untuk mencapai pelayanan yang terbaik untuk nasabah Bank Syariah Indonesia merupakan keharusan, karena hal ini akan menjadi penilaian untuk kemampuan *customer service* baik atau tidaknya pelayanan yang sudah diberikan untuk nasabah.

e. *Honesty* (Kejujuran)

Kejujuran dalam suatu perusahaan yang berhadapan langsung dengan masyarakat sangatlah penting, karena hal ini yang akan meyakinkan nasabah atau calon nasabah percaya atau tidaknya melaksanakan transaksi di bank tersebut.

f. *Innovation* (Perubahan)

Perubahan yaitu usaha yang dikelola dari lembaga untuk mengembangkan produk atau jasa baru. Dalam hal ini *customer service* Bank Syariah Indonesia harus mampu mengembangkan produk ke nasabah, kemudian memberikan pelayanan yang maksimal serta menunjukkan produk yang diharapkan oleh nasabah.¹⁷

B. Pelayanan Prima dalam Perspektif Syariah

1. *Service Excellence* sebagai Nilai Islam

Konsep gagasan Al-Quran dalam bidang *service excellence* terletak pada padanan metode dakwah Islam. Islam sebagai agama yang dibawa oleh nabi Muhammad mengajak pada nilai kebaikan. Pada tahapan mengajak tersebut, Islam selalu mengusahakan dengan nilai kelembutan dan kedamaian. Prinsip ini secara tidak langsung menekankan umat manusia bahwa prinsip dakwah tersebut sejalan dengan prinsip pada *service excellence*.

Dalam pandangan Islam, “*service excellence*” sangat terkait dengan nilai dakwah: memberikan layanan bukan hanya

¹⁷ Vivi Lutfiatin, Luthfi Hadi Aminuddin, ‘Strategi Costumer Service Bank Syariah Indonesia Kcp Gunung Kidul Wonosari Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima Terhadap Prinsip Syariah’ ‘Asy-Syarikah : Jurnal Lembaga Keuangan and Bisnis Islam, 4.2 (2022), pp. 132–43 (h. 137-139)

profesional tetapi juga mencerminkan ajaran Islam seperti hikmah (kebijaksanaan), *mau'izhah bil hasanah* (nasihat dengan cara baik), dan *mujadalah bil hasanah* (diskusi secara baik).¹⁸

2. Konsep Pelayanan Menurut Al-Qur'an

Pelayanan dalam perbankan sangatlah penting, karena usaha perbankan erat hubungannya dengan nasabah. Nasabah merupakan sumber utama dalam keberlangsungan usaha, sehingga hubungan bank dengan nasabah harus bisa terjalin dengan baik. Dalam menjalin hubungan dengan nasabah ada tiga konsep dasar pelayanan yang perlu diperhatikan oleh bank syariah yaitu keikhlasan, kesuaian pelayanan dengan syariat, dan berusaha melayani dengan pelayanan terbaik.

a. Keikhlasan

Keikhlasan adalah suatu yang harus dilakukan dalam melakukan amal perbuatan, begitu halnya dalam memberikan pelayanan untuk nasabah. Karyawan setiap memberikan pelayanan harus didasari dengan keikhlasan kepada Allah SWT. Pelayanan yang tidak didasari dengan keikhlasan walaupun terlihat baik tetapi tidak memiliki arti di hadapan Allah SWT.

b. Sesuai dengan Syariat

Syariat adalah aturan Allah SWT yang mengatur seluruh kehidupan manusia. Syariat berisi tentang panduan mengenai masalah ibadah dan berisi tentang panduan mengenai permasalahan kehidupan manusia. Dalam memberikan

¹⁸ Syahdara Anisa Makruf, 'Rahmatan Lil'Alamin Dalam Dunia Perbankan: *Service Excellence* Dalam Pandangan Islam', *Joumi: Jurnal Multidisiplin Indoensia*, 3.1 (2025), pp. 48–60. (h.50-51)

pelayanan terhadap nasabah juga harus sesuai dengan syariah dan termasuk produk yang dijual.

c. Melakukan yang terbaik

QS. Al-Insyiqaq [30] Ayat 6

يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ إِنَّكَ كَادِحٌ إِلَىٰ رَبِّكَ كَدْحًا فَمُلَاقِيَةٌ ﴿٦﴾

Hai manusia, Sesungguhnya kamu telah bekerja dengan sungguh-sungguh menuju Tuhanmu, Maka pasti kamu akan menemuinya.

Ayat ini menerangkan perjalanan hidup manusia dengan melakukan keras untuk mencapai kesenangan. Maka setiap melakukan aktivitas / pekerjaan harus dilakukan dengan totalitas.¹⁹

C. Inovasi Produk dan Layanan dalam Bank Syariah

1. Kualitas Layanan Digital (E-Service)

Bank syariah mengembangkan *e-banking* dan *mobile banking* yang sesuai syariah. Penelitian “*E-Service Quality, Islamic Service, and Branding*” menunjukkan bahwa kualitas e-service (layanan digital) bersama kualitas layanan Islami (Islamic service) sangat memengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah.

Inovasi teknologi seperti AI dan digitalisasi bisa memperkuat *service quality*: studi menunjukkan digitalisasi dan AI di bank syariah meningkatkan kepuasan nasabah dan pengetahuan

¹⁹ Danang Kurniawan, Bank Syariah, ‘Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam’, Tawazun: Journal of Sharia Economic Law, 3.1 (2020), pp. 63–74. (h. 68-70)

nasabah, yang kemudian meningkatkan persepsi kinerja keuangan nasabah.²⁰

2. Fitur *Mobile Banking* Syariah

Khusus untuk *mobile banking*, fitur-fitur khas syariah penting; penelitian di NTB Syariah Bank menunjukkan bahwa kualitas layanan Islami dan fitur *mobile banking* sangat berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah.²¹

Produk pembiayaan dan tabungan bisa dikemas dengan model syariah yang inovatif (misalnya rekening berdasarkan akad syariah, aplikasi *mobile* untuk akad murabahah, bagi hasil, dan sebagainya).

3. Inovasi Produk Syariah Lainnya

Inovasi produk bisa berupa pengembangan akad: misalnya *mudharabah* (bagi hasil), *musyarakah*, *ijarah*, *murabahah* digital. Di konteks lokal, penelitian pada Bank Syariah Indonesia (BSI) menunjukkan bahwa inovasi produk syariah dan layanan (*customer service*) secara signifikan memengaruhi kepuasan nasabah.²²

²⁰ Zuliana Rahma and Maltuf Fitri, 'E-Service Quality , Islamic Service , and Branding in Building Customer Loyalty of Islamic Banks', 13.4 (2025), pp. 2673–84. (h. 2675-2677)

²¹ Kistiqul Aprilianti, Sanurdi, 'The Effect of Islamic Service Quality and Mobile Banking Features on Customer Loyalty with Satisfaction as an Intervening Variable: A Study of Customers of NTB Syariah Bank', Jurnal Pendidikan Ips', 15.1 (2025), pp. 60–67. (h. 66)

²² Gusti Nadia Mahadinda and Anjur Perkasa Alam, 'JEKSya: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah', 3.2 (2024), pp. 936–51. (h. 948)

D. Hubungan antara *Service Excellence* dan Kepuasan Nasabah

1. Kualitas Layanan (*Service Quality*) Kepuasan Nasabah

Banyak penelitian empiris menunjukkan bahwa service quality di bank syariah sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Misalnya, dalam penelitian oleh Muniaty Aisyah (UIN Jakarta), kualitas layanan bank syariah berdampak signifikan pada kepuasan dan loyalitas nasabah.²³

2. Peran Kepuasan sebagai Mediator Loyalitas

Kepuasan nasabah tidak hanya sebagai hasil langsung dari layanan prima, tetapi juga sebagai mediator yang menghubungkan layanan dengan loyalitas. Dalam penelitian “*The Role of Service Quality on Customer Retention*”, ditemukan bahwa kualitas layanan syariah memengaruhi retensi nasabah, dan kepuasan menjadi variabel penting dalam hubungan ini.²⁴

Juga, dalam penelitian “*The Effect of Islamic Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty*”, layanan syariah yang berkualitas meningkatkan kepuasan, yang selanjutnya mendorong loyalitas.²⁵

²³ Muniaty Aisyah, ‘*Islamic Bank Service Quality and It ' s Impact on Indonesian Customers ' Satisfaction and Loyalty*’, *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*, 10.95 (2018), pp. 367–88. (h.374)

²⁴ Edy Sulistiyawan and others, ‘*The Role Of Islamic Banking Service Quality On Costumer Satisfaction In Increasing Customer*’, *IJEBAR: International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 8.3 (2024), pp. 885–95. (h. 892)

²⁵ Anjelisa Anjelisa, Indah Fatmawati, and Nuryakin Nuryakin, ‘*The Effect of Islamic Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Islamic Banks in Indonesia*’, *International Journal of Management Science and Information Technology*, 3.1 (2023), pp. 70–74. (h. 73)

3. *Service Excellence* sebagai Pembeda

Penerapan *service excellence* (pelayanan prima) yang juga mencerminkan nilai-nilai Islam bisa menjadi keunggulan kompetitif bagi bank syariah. Strategi pelayanan prima kepercayaan nasabah, dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan serta loyalitas.²⁶



²⁶ Dwi Syahputra and others, '*Excellence Service Strategy In Realizing Excellence Service For Sharia Banking Customer Satisfaciton*', in *Proceeding International Seminar of Islamic Studies*, 2025, pp. 1199–1207. (h. 1206)