



## **PENGEMBANGAN KONSEP KUALITAS LAYANAN BANK SYARIAH BERDASARKAN PERSPEKTIF ISLAM**

**Hamdi Agustin<sup>1</sup>, Hazwari Hasan<sup>2</sup>, Rahmat Setiawan<sup>3</sup>, & Sri Indrastuti<sup>4</sup>**

<sup>1,2&4</sup>*Prodi Magister Manajemen, Universitas Islam Riau*

<sup>3</sup>*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau*

*Email : hamdiagustin@eco.uir.ac.id, hhazwari@yahoo.com, rahmatsetiawan@eco.uir.ac.id,  
sriindrastuti@eco.uir.ac.id*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini diselenggarakan dengan tujuan untuk mengembangkan konsep kualitas layanan bank syariah berdasarkan perspektif Islam. Metode penelitian ini menggunakan studi literatur yang terkait dengan topik penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan konsep kualitas layanan bank syariah berdasarkan perspektif Islam dengan menambahkan pondasi konsep kualitas layanan merupakan keimanan dan mentalitas yang sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW yang memuat *Shidiq, Fathonah, Amanah, dan Tabligh*. Selain itu, konsep syariah juga terdiri atas dimensi *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, dan Responsiveness*. Jika seluruh aspek ini berjalan dengan baik, maka hal ini akan berdampak terhadap efektivitas dan efisiensi kegiatan pemasaran bank syariah. Hasil dari penelitian ini merupakan perkembangan terhadap pengetahuan dalam bidang ekonomi Islam pada konteks pengembangan konsep kualitas layanan bank syariah berbasis perspektif Islam. Hasil ini juga dapat dijadikan sebagai patokan kebijakan pemasaran pada perbankan syariah di Indonesia.

**Kata Kunci : Akidah, Bank Syariah, Pemasaran, Kualitas Layanan.**

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to develop the concept of Islamic bank service quality based on an Islamic perspective. This research method is literature research by searching for literature related to the research topic. The results show the development of the concept of service quality of Islamic banks based on an Islamic perspective by adding the foundation of the concept of service quality is the correct faith and the mentality of customers and bank employees by imitating the nature of the Prophet Rasulullah SAW consisting of *Shidiq, Fathonah, Amanah and Tabligh*. Furthermore, sharia consists of *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy and Responsiveness*. If all goes well it will result in effective and efficient Islamic bank marketing activities. The result of the research is the development of knowledge in the field of Islamic economics in the form of developing the concept of Islamic bank service quality based on an Islamic perspective. In addition, the research results can be used as guidelines for marketing policies in Islamic banks in Indonesia.*

**Keywords : Faith, Islamic Banking, Marketing, Service Quality.**

## PENDAHULUAN

Islam memiliki wawasan etika pemasaran yang komprehensif dan integral yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai acuan dalam segala aspek kehidupan dan bisnis (Al-Nashmi & Almamary, 2017). Islam memberikan petunjuk bahwa kegiatan pemasaran harus menciptakan hubungan yang harmonis, saling menyenangkan, dan tidak ada unsur eksploitasi dan penipuan (Aravik et al. 2022). Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, kepuasan nasabah merupakan hal utama yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan faktor yang sangat strategis dalam memenangkan persaingan, menjaga citra perusahaan di masyarakat luas. Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas produk dan pelayanan, untuk kepuasan konsumen terhadap pelayanan ada dua hal utama yang erat hubungannya yaitu harapan konsumen terhadap pelayanan dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan. Pelanggan selalu menilai suatu pelayanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkannya.

Secara empiris banyak kritik terhadap kualitas pelayanan di bank syariah. Mulai dari penerapan sistem bagi hasil, keraguan terhadap kesesuaian operasional bank syariah dengan syariah Islam, dan keluhan terhadap pelayanan *front office* yang terkesan kurang profesional (Astuti et al, 2012). Pesatnya perkembangan perbankan saat ini tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas layanannya. Banyak bank yang hanya mementingkan pelayanan pada aspek tertentu dengan mengindahkan aspek pelayanan lainnya (Marimin & Musthofa, 2018). Tempat duduk yang terbatas dan tidak memadai, antrian yang panjang, adalah beberapa contohnya (Marimin & Musthofa, 2018). Perbaikan dan peningkatan pelayanan bank syariah terkait kesesuaian produk dengan prinsip syariah hingga kualitas layanan *front office* merupakan solusi yang dapat dilakukan oleh bank syariah.

Solusi atas kritik terhadap kualitas pelayanan pada bank syariah adalah

peningkatan kualitas produk dan layanan dianggap sebagai faktor yang sangat penting. Kualitas layanan pelanggan dipandang sebagai filosofi utama para pengelola bank syariah jika ingin terus memainkan peran penting dalam pemasaran dalam perspektif Islam. Upaya peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah harus berorientasi pada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan. Hal ini berkaitan dengan harapan masyarakat, ingin mendapatkan hubungan baik dengan bank yang nyaman dan mudah dalam bertransaksi. Dalam Al-Qur'an surah Ali Imron ayat 159, telah memberikan petunjuk untuk bersikap lemah lembut terhadap seseorang:

Artinya: “*Maka karena rahmat Allah Ta'ala-lah kamu bersikap lemah lembut terhadap mereka. niscaya mereka akan menjauhkan diri dari orang-orang disekelilingmu, oleh karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun kepada mereka, dan konsultasilah dengan mereka dalam hal ini. Maka apabila kamu telah mengambil keputusan, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai mereka yang yang menaruh kepercayaannya kepada-Nya.*” (Q.S. Ali Imron ayat 159)

Skala SERVQUAL, yang digunakan dalam sebagian besar penelitian ini, dipandang sebagai metode untuk menentukan kualitas layanan dan dampak kualitas layanan di sektor perbankan (Sadek et al, 2010; Lau et al, 2013; Chochol'áková et al, 2015; Alshurideh et al, 2017; Felix, 2017; Pakurar et al, 2019). Oleh karena itu, seiring berjalannya waktu perbankan syariah mulai berkembang di dunia. Othman dan Owen (2001) mengembangkan model dengan menambahkan dimensi pada model SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman et al, (1988). Salah satu dimensi tambahannya terkait dengan sikap konsumen terhadap keyakinan agama dalam mempengaruhi keputusannya membeli suatu produk atau jasa. Dimensi ini merupakan kepatuhan yang identik dengan kepatuhan suatu badan usaha atau produk terhadap prinsip-prinsip yang ditentukan oleh agama. Kelima dimensi tersebut dikenal dengan model CARTER yang terdiri dari

*Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, dan Responsiveness.* Dengan menggunakan model CARTER, Othman dan Owen (2001) melakukan studi kasus di *Kuwait Finance House* (KFH) untuk mengukur kinerja perbankan syariah di Kuwait dalam hal kualitas layanan. Selain itu, penelitian ini juga membahas hubungan yang sangat kuat antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah pada perbankan syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model CARTER terbukti positif secara signifikan dalam membentuk kualitas layanan perbankan syariah. Kemudian diantara enam dimensi model CARTER, pelanggan KFH menekankan pada dimensi kepatuhan dimana 93% responden menyatakan sangat penting bagi KFH untuk mengikuti prinsip Islam dalam menjalankan operasional bisnisnya. Hasil penelitian juga dilakukan oleh Shafie et al, (2004), Amin dan Isa (2008) di Malaysia, dan Ramdhani et al, (2011) di Indonesia.

Menurut Othman dan Owen (2001), alasan bank syariah harus menyadari pentingnya kualitas pelayanan adalah : pertama, produk dan layanan bank syariah harus diterima sebagai produk dan layanan berkualitas tinggi oleh konsumen. Allah SWT senang melihat pekerjaan dilakukan pada tingkat *Itqan* yang berarti mempersiapkan dan memberikan hasil terbaik atau melakukan segala sesuatu dengan kualitas tinggi. Kedua, penggunaan kualitas pelayanan pada bank syariah penting karena hubungannya dengan biaya, keuntungan, kepuasan nasabah, ingatan konsumen, dan kata-kata positif dari mulut konsumen.

Penelitian ini penting untuk dilakukan selain untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan syariah yang telah dikemukakan oleh Othman dan Owen (2001). Untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada bank syariah, diperlukan landasan sebagai landasan utama untuk mencapai kualitas pelayanan yang baik. Landasan ini dapat dijadikan pedoman dalam menyusun strategi untuk mencapai kualitas layanan perbankan syariah yang optimal sesuai perspektif Islam. Penelitian ini

merupakan penelitian pertama yang memberikan tambahan landasan dasar dalam konsep peningkatan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan konsep kualitas layanan bank syariah berdasarkan perspektif Islam.

## TINJAUAN PUSTAKA

Pelayanan dalam pandangan Islam memberikan pelayanan yang terbaik kepada umat manusia merupakan pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapapun yang mau melakukannya. Sebagian kecil dari ayat-ayat Al-Qur'an dan hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada sesamanya. Namun, sebelum melangkah lebih jauh, Islam memberikan batasan-batasan yang telah ditegaskan Allah SWT dalam salah satu surat al-Maidah ayat 2 :

Artinya: “...dan menolong kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan ketakwaan, dan tidak membantu kamu dalam mengerjakan amalan.” dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat keras azabnya.” (Q.S. Al-Maidah ayat 2)

Melalui ayat di atas Allah SWT memerintahkan kita untuk saling membantu dalam koridor “berbuat baik dan bertakwa” dan Allah SWT melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah SWT maka akan diberikan hukuman dan “Sesungguhnya Allah SWT sangat keras hukumannya”. Sehingga interaksi dapat dilakukan kapan saja dan dengan siapa saja selama tidak melanggar batasan di atas.

Dalam salah satu haditsnya, Rasulullah *Sallallahu 'alaihi Wasallam* memerintahkan kita untuk berusaha menjadi manusia yang bermanfaat bagi orang lain, bahkan beliau menjadikan “bermanfaat bagi orang lain” sebagai tolak ukur baik atau tidaknya kualitas keimanan seseorang. Hal tersebut beliau sampaikan dalam hadis riwayat sahabat Jabir bin Abdillah “*Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain*”.

Dalam kitab Sahih Muslim sahabat Abu Hurairah Radhiallahu'anhu meriwayatkan sebuah hadits yang berbunyi: *“Barangsiapa menghilangkan (memberikan solusi) kesulitan orang beriman di dunia, maka Allah akan menghapus kesulitannya di hari kiamat. Barang siapa yang memudahkan orang yang sedang mengalami kesulitan, maka Allah akan memudahkan urusan dunia dan akhirat. Dan barangsiapa menutupi (aib) seorang muslim, maka Allah akan menutupi (keburukannya) di dunia dan akhirat, dan Allah akan selalu membantu hamba-Nya selama dia mau membantu saudaranya.”*

Hadits ini menceritakan tentang keutamaan yang diperoleh seseorang jika ia bersedia memberikan bantuan dan pelayanan kepada orang lain guna memenuhi kebutuhannya. Baik membantu dalam bidang materi, berbagi ilmu, bahu membahu dalam mengerjakan sesuatu, memberi nasehat dan masih banyak lagi. Dan yang perlu kita tekankan juga disini adalah hadits ini melarang kita untuk mengumbar *“aurah* (keburukan)” orang lain, sebab akibat dari mengungkap *“aurah”* orang lain adalah Allah Ta'ala akan membukakan *“aurah”* kita di depan makhluknya.

Hadits selanjutnya adalah tentang standar pelayanan yang *“wajib”* diberikan kepada orang lain.

Rasulullah *Shallallahu 'alaihi Wasallam* bersabda dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh sahabat Anas bin Malik Radhiallahu'anhu: *“Tidaklah sempurna iman seseorang sampai dia mencintai saudaranya seperti dia mencintai dirinya sendiri.”* (HR Bukhari).

Intisari hadis ini adalah *“Perlakukanlah saudaramu sebagaimana kamu memperlakukan dirimu sendiri”*. Kita pasti ingin dilayani dengan baik, kita pasti ingin dilayani dengan baik, kita pasti ingin cepat dilayani, maka terapkanlah keinginan kita saat melayani orang lain.

Hadits selanjutnya adalah tentang pentingnya tersenyum. Senyuman adalah sambutan yang paling hangat dari apa pun,

dan tidak jarang senyuman membuat interaksi menjadi lebih intim. Rasulullah *Shallallahu 'alaihi Wasallam* mengajarkan hal ini kepada kita dalam salah satu hadits yang diriwayatkan oleh sahabat Abu Dzar al-Ghifari: *“Tersenyum di hadapan saudaramu adalah sedekah”*.

Ada 6 (enam) ciri pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat dijadikan pedoman, antara lain (Arifin, 2009):

1. Jujur adalah sikap tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengarang fakta, tidak mengkhianati dan tidak pernah mengingkari janji. Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an Surat Asy-Syu'ara ayat 181-183. Artinya: *“Sempurna-kan takarannya dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus”*. (Q.S. Asy Syu'ara ayat 181-183).
2. Bertanggung jawab dan amanah (*Al-Amanah*) yaitu sikap dalam menjalankan usaha yang selalu bertanggung jawab dan amanah.
3. Tidak Curang (*Al-Kadzib*) yaitu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan usahanya, tidak pernah berbuat curang. Seperti praktik bisnis dan perdagangan yang diterapkan Nabi Muhammad SAW yang tidak pernah curang.
4. Menepati janji dan tidak berbuat curang merupakan sikap pelaku usaha yang selalu menepati janji baik kepada pembeli maupun antar sesama pelaku usaha.
5. Melayani dengan rendah hati (*khidmah*), yaitu sikap ramah, sopan, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.
6. Tidak melupakan akhirat, yaitu dalam menjalankan usahanya hendaknya tidak terlalu menyibukkan diri semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Maka ketika waktu shalat tiba, mereka harus mengerjakannya sebelum waktunya habis.

## METODE PENELITIAN

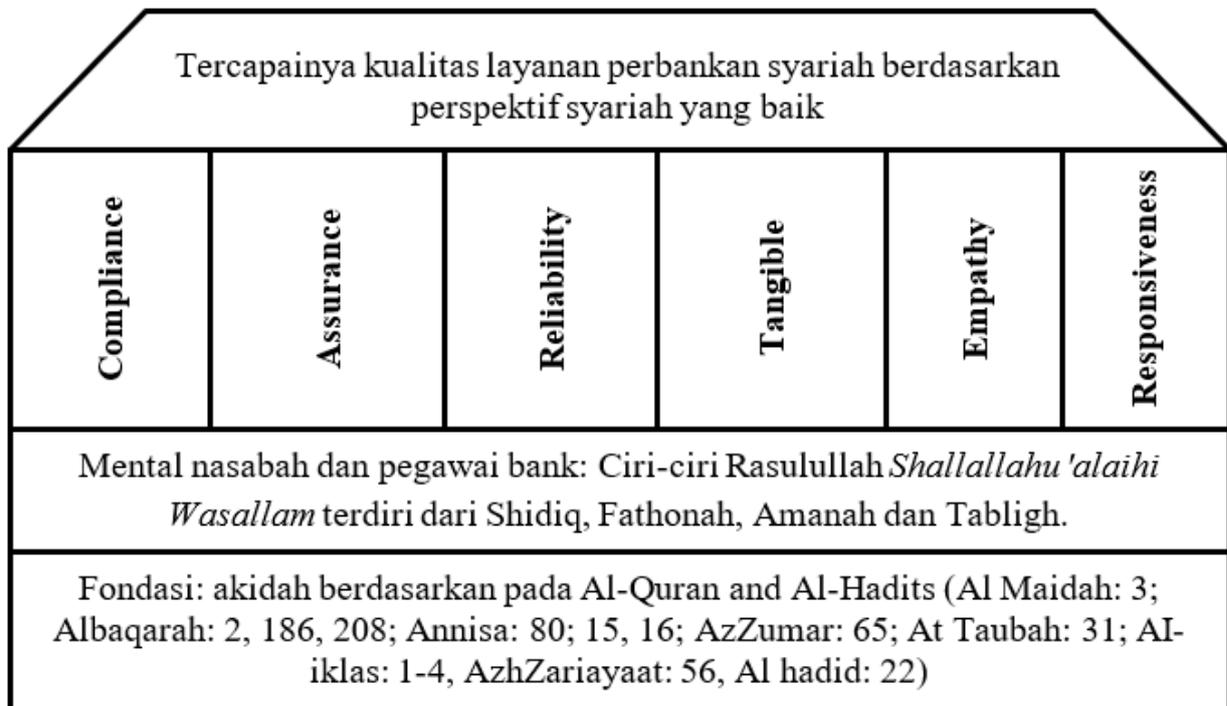
Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif. Sumber data yang diambil

dalam penelitian ini adalah data sekunder, dimana data tersebut diperoleh dari literatur kepustakaan baik itu berupa jurnal-jurnal dan buku-buku referensi dengan cara mempelajari, memahami, dan menelaah hal-

hal yang berhubungan dengan topik penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

**Gambar 1. Kualitas Pelayanan Bank Syariah Berdasarkan Prespektif Islam**



### A. Akidah

Berdasarkan Al-Quran dan Al-Hadits (Al Maidah: 3; Albaqarah: 2, 186, 208; Annisa: 80; 15, 16; AzZumar: 65; At Taubah: 31; Al-ikhlas: 1-4, AzhZariyaat: 56, Al hadid: 22) Iman secara bahasa berasal dari kata *al-aqdu* yang artinya: mengikat, memutuskan, menguatkan, beriman, dan yakin. Adapun dari segi istilah iman mempunyai arti umum dan khusus. Arti keimanan secara umum adalah keyakinan yang kuat yang tidak ada keraguan bagi orang yang mengimaninya, apakah keyakinan itu haq atau batil. Sedangkan akidah yang mempunyai arti khusus adalah akidah Islam, yaitu: asas agama dan hukum yang pasti, berupa keimanan kepada Allah Ta'ala, malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, nabi-nabi-Nya, hari akhir, dan keimanan kepada kebaikan dan keimanan. nasib buruk dan hal-hal lain yang diriwayatkan oleh Allâh Ta'ala dalam Al-

quran dan oleh Rasul-Nya dalam hadis *shahih*. Akidah Islam adalah kewajiban agama dan hukum yang pasti. Semua harus diyakini tanpa keraguan.

Dari firman Allah SWT di atas, prinsip dasar iman dalam keuangan syariah dapat dirangkum sebagai berikut (Agustin, 2021):

- 1) Percaya dan berharap hanya kepada Allah SWT.
- 2) Segala permasalahan dan kejadian dalam keuangan syariah adalah atas kehendak Allah SWT.
- 3) Batasi sumber rujukan dalam masalah keuangan syariah hanya Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad Sallallahu'alaihi Wasallam.
- 4) Merujuk pada tradisi *shahih* dalam urusan keuangan Islam, kedua tradisi tersebut bersifat *mutawatir* dan *ahad*.

- 5) Jangan menggunakan pikiran yang didorong oleh nafsu dan keinginan dunia sehingga menafsirkan keuangan syariah sesuai keinginannya.
- 6) Menolak ajaran dan pemikiran ekonomi selain ilmu ekonomi yang berdasarkan Al-Quran dan Sunnah Nabi Muhammad SAW.

Inilah keimanan lurus yang bersumber dari sumber yang murni yaitu, Al-quran dan Sunnah Nabi Muhammad *Shallallahu'alaihi Wasallam* yang jauh dari *syahwat* dan *syubhat*. Orang-orang yang beriman mengagung-agungkan teks Al-Qur'an dan Sunnah karena mereka tahu bahwa isinya benar.

Imam Al Barbahari *rahimahullah* berkata: "*Ketahuilah saudaraku semoga Allah memberkatimu, bahwa Islam itu datangnyanya dari Allah Ta'ala. agama akan terkikis dan akhirnya keluar dari Islam. Anda tidak mempunyai bukti karena Rasulullah Shallallahu'alaihi Wasallam telah menjelaskan As Sunnah kepada umatnya, dan kepada para sahabatnya. Mereka adalah (para sahabat) AsSawaadul A'zham dan As Sawaadul A'zham yang benar dan pemilik hakikat*". Beliau juga berkata: "*Umar bin Al Khattab Radhiallahu'anhu berkata: Tidak ada toleransi bagi seseorang yang sesat, karena cukup baginya petunjuk. Tidaklah seseorang meninggalkan petunjuk agama, kecuali dia, bid'ahnya. Urusan agama sudah dijelaskan, sudah ada bukti-bukti sehingga tidak ada lagi toleransi. Karena Sebagaimana Sunnah dan Al Jama'ah telah menetapkan semua hukum agama dan telah menjelaskannya kepada manusia, maka hendaknya manusia mengikuti petunjuknya*".

Landasan keimanan ini berdasarkan hasil penelitian para peneliti (Abu Farah, 2009; Abu Khalil, 2001; Fathi, 2002; Al-Khudairi, 2003; Mustafa, 2005; Maher, 2006; Al-Momani, 2007; Al-Sheikh, 2008; Furqani, 2017; Ahmad, 2020; Choudhury, 2020; Hakim et al, 2020) bahwa manajemen krisis pada umat Islam berfokus pada

pemanfaatan ilmu pengetahuan metode dalam mengembangkan ilmu pengetahuan. Landasan metode ilmiah yang benar bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah. Metode ilmiah inilah yang akan menghasilkan keimanan yang sejati. Penerapan keyakinan ini berupaya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, termasuk meningkatkan kualitas pelayanan pada bank syariah.

## **B. Mental Nasabah dan Pegawai Bank: Sifat Nabi Muhammad SAW**

### **1. Shidiq**

Pegawai dan nasabah bank syariah harus mempunyai sifat *shidiq* atau jujur. Kejujuran adalah kesamaan antara berita yang disampaikan dengan fakta atau fenomena yang ada. Selain itu perilaku kejujuran dalam pengelolaan keuangan juga sesuai dengan apa yang diamalkan Nabi Muhammad SAW. Kejujuran ini terlihat pada diri Nabi Muhammad SAW yang merupakan sosok yang selalu mengedepankan kejujuran dalam berbicara dan menyampaikan berita. Dalam perilaku pegawai bank, kejujuran tercermin dalam kejujuran dalam membuat laporan keuangan perusahaan, kejujuran dalam perhitungan yang berkaitan dengan simpanan dan pembiayaan nasabah serta segala perhitungan yang berkaitan dengan keuangan perusahaan. Sedangkan perilaku nasabah penerima pembiayaan harus jujur dalam membayar angsuran pinjaman yang diterimanya.

### **2. Fathanah**

*Fathanah* secara umum diartikan sebagai kecerdasan, kemahiran atau penguasaan suatu bidang tertentu. *Fathanah* mengacu pada dimensi mental yang sangat mendasar dan menyeluruh sehingga dapat diartikan bahwa *fathanah* adalah kecerdasan yang mencakup kecerdasan intelektual, emosional dan terutama kecerdasan spiritual. Pegawai bank yang mempunyai sikap *fathanah* tidak hanya mengendalikan operasional bank berdasarkan syariah yang benar, namun mempunyai tekad yang kuat. Keputusan-keputusannya menunjukkan

seorang profesional yang dilandasi oleh sikap-sikap akhlak seperti akhlak Nabi Muhammad SAW. Orang yang *fathanah* tidak hanya cerdas, namun juga mempunyai hikmah atau hikmah dalam berpikir dan bertindak. Selain itu, sifat *Fathanah* yang mampu menempatkan dirinya sebagai pusat perhatian kemudian menjadikan dirinya sebagai panutan karena keahlian dan kepribadiannya yang mampu menumbuhkan suasana menentramkan hati. Makna *fathanah* dalam perbankan syariah mencakup dua kegiatan yang terdiri dari pertama, *fathanah* dalam hal memperoleh modal bank yang berkaitan dengan kegiatan cara memperoleh dana sesuai dengan akad syariah Islam. kedua, kegiatan pembiayaan *fathanah* untuk usaha halal seperti tidak ada unsur *riba*, *mayshir* dan *gharar*.

### 3. Amanah

Pegawai bank dan nasabah harus mempunyai sifat *amanah* atau sejati yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Dengan sifat *shidiq* mereka akan mempertanggungjawabkan segala sesuatu yang dilakukannya dari segi muamalah. Bertanggung jawab dengan selalu menjaga hak dan kewajiban dalam muamalah di bank syariah.

### 4. Tabligh

Ciri pedagang yang baik dalam Islam yang terakhir adalah *tabligh*. Salah satu peran sikap *tabligh* yang merupakan salah satu karakter Nabi Muhammad SAW adalah menyampaikan kebenaran melalui teladan dan perasaan cinta yang mendalam. Kemampuan berkomunikasi dalam kata *Tabligh* menunjukkan proses penyampaian sesuatu untuk mempengaruhi orang lain melalui perkataan yang baik. Dalam praktiknya, pegawai bank syariah memberikan informasi yang benar mengenai produk bank syariah, sehingga nasabah mendapat kepuasan dan memahami bahwa produk bank syariah berbeda dengan produk bank konvensional.

## C. Syariah

Islam adalah agama yang mengatur seluruh dimensi kehidupan. Al-Qur'an diturunkan Allah SWT kepada manusia untuk memberikan solusi atas segala permasalahan kehidupan. Dalam Islam, setiap aktivitas kehidupan selalu terikat dengan aturan syariah. Begitu pula dalam pemberian pelayanan, setiap kegiatan yang terkait harus dilandasi oleh kepatuhan terhadap syariah yang sarat dengan nilai moral dan etika. Perkembangan organisasi layanan syariah telah memberikan dimensi baru dalam mengukur kualitas layanan.

Konsep kualitas pelayanan dalam perspektif syariah merupakan suatu bentuk evaluasi kognitif pelanggan atas pemberian layanan yang dilakukan karyawan di suatu perusahaan. Setiap kegiatan pengabdian harus berlandaskan Al-Quran dan Hadis dengan menerapkan nilai-nilai moral dan etika yang baik. Tujuan utama dari konsep kualitas pelayanan dalam perspektif adalah sebagai ketaatan dan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Pelayanan ini merupakan suatu sikap yang mempunyai hikmah dalam menciptakan kepercayaan yang merupakan nilai tambah penting dalam bagian pelayanan suatu usaha.

Othman dan Owen (2001) telah memberikan solusi enam dimensi untuk mengukur kualitas layanan di lembaga keuangan Islam. Metode ini menggunakan lima dimensi yang terdapat pada SERVQUAL dan menambahkan satu dimensi kepatuhan yang sesuai dengan perspektif Islam. Kemudian keenam dimensi tersebut dikenal dengan Model CARTER yaitu *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy* dan *Responsiveness*.

Model CARTER merupakan salah satu alternatif peningkatan SERVQUAL untuk mengukur kualitas layanan perbankan syariah. CARTER merupakan instrumen yang dapat digunakan untuk mendefinisikan dan mengukur kualitas layanan perbankan syariah serta menciptakan alat penilaian kualitas yang berguna, model ini memiliki

enam dimensi (Othman & Owen, 2001) sebagai berikut:

1. Kepatuhan yang berarti kemampuan untuk mematuhi hukum Islam dan beroperasi berdasarkan prinsip perbankan dan ekonomi Islam.
2. Jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan. Ini juga mencakup komunikasi lisan dan tertulis antara staf bank dan nasabah.
3. Keandalan untuk melakukan layanan yang dijanjikan, keandalan dan akurasi.
4. *Tangibles* yang berarti penampakan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan alat komunikasi
5. Empati merupakan perhatian individu yang diberikan bank syariah kepada nasabahnya
6. Daya tanggap adalah kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat.

CARTER pada akhirnya dapat memberikan manfaat berikut bagi bank syariah (Othman & Owen, 2001):

1. Pendekatan pertama adalah menambah dan mengintegrasikan keyakinan agama dan nilai budaya pelanggan dengan dimensi kualitas lainnya.
2. Instrumen analisis kepuasan pelanggan multi-wajah.
3. Model ini menghubungkan kualitas dengan kepuasan pelanggan dan pertemuan layanan.
4. Memberikan informasi pada beberapa tingkatan, diorganisasikan ke dalam kelompok-kelompok yang bermakna.
5. Pendekatan yang terbukti dalam menghasilkan jawaban yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
6. Memiliki dasar empiris, sistematis dan terdokumentasi dengan baik.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan pengembangan konsep kualitas pelayanan bank syariah berdasarkan perspektif Islam dengan menambahkan landasan konsep kualitas pelayanan adalah akidah dan mentalitas yang benar dari nasabah dan pegawai bank dengan meneladani sifat Nabi Muhammad SAW yang terdiri dari *Shidiq, Fathonah, Amanah* dan *Tabligh*. Selanjutnya syariah terdiri dari *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy* dan *Responsiveness*. Jika semua berjalan dengan baik maka akan menghasilkan kegiatan pemasaran bank syariah yang efektif dan efisien. Hasil penelitian adalah pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi syariah berupa pengembangan konsep kualitas layanan bank syariah berdasarkan perspektif Islam. Selain itu, hasil penelitian dapat dijadikan pedoman kebijakan pemasaran pada bank syariah di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Farah, Y. 2009. *Crisis Management, Integrated Entrance*. Athraa for Publishing and Distribution. Amman, Jordan.
- Abu Khalil, M. 2001. The Position Of Principals Of Basic Education Schools On Some Crises And Planning To Face Them. *The Future of Arab Education*, 7(21), p. 259–318.
- Agustin, Hamdi. 2021. *Manajemen Keuangan Syariah*. PT. Rajawali Press. Jakarta.
- Agustin, Hamdi. 2021. Teori bank syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), p. 67-83
- Ahmad, Zohaib., & Ahad, Arzoo. 2020. COVID-19: A Study of Islamic and Scientific Perspectives. *Theology and Science*, p. 1-10.
- Al-Khudairi, M. 2003. *Crisis Management: An Administrative Economic Approach to Resolving Crises At The Level Of*

- National Economy And Economic Unity* (2nd ed.). Madbouly Library. Cairo, Egypt.
- Al-Momani, N. 2007. *Disaster And Crisis Plans (Disaster And Crisis Management)*. The National Library. Amman, Jordan.
- Al-Nashmi, Murad Mohammad., & Almamary, Abdulkarim Abdullah. 2017. The Relationship Between Islamic Marketing Ethics And Brand Credibility: A Case Of Pharmaceutical Industry in Yemen. *Journal of Islamic Marketing*, 8(2), p. 261–288.
- Al-Sheikh, B. 2008. The Extent To Which Security And Safety Departments Are Ready To Face Crises And Disasters (*Master Thesis, Unpublished*). Naif Arab University for Security Sciences, Riyadh, Saudi Arabia.
- Alshurideh, Muhammad Turki., Al-Hawary, Sulieman Ibraheem Shelash., Mohammad, Ayat Mohammad Esam., Mohamad, Anber Ibrahim & Al Kurdi, Barween Hikmat. 2017. The Impact of Islamic Banks' Service Quality Perception on Jordanian Customers Loyalty. *Journal of Management Research*, 9(2), p.139-159.
- Amin, Muslim., & Isa, Zaidi. 2008. An Examination of The Relationship Between Service Quality Perception And Customer Satisfaction A SEM Approach Towards Malaysian Islamic Banking. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 1(3), p. 191-209.
- Aravik, Havis., Amri, Hoirul., & Febrianti, Rahma. 2022. The Marketing Ethics Of Islamic Banks: A Theoretical Study. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 7(2), p. 263-282.
- Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islami*. Walisongo Press. Semarang.
- Astuti, Septin Puji., Wilasari, Wiwik., & Utami, Datien Eriska. 2012. Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah Penelitian Dengan Fuzzy Servqual Dan Dimensi Carter. *International Research Journal of Business Studies*, 2(1), p. 47-58.
- Chochol'akova, Anna., Gab'cova, Lenka., Belas, Jaroslav., & Sipko, Juraj. 2015. Bank Customers' Satisfaction, Customers' Loyalty and Additional Purchases of Banking Products and Services. A Case Study from TheCzech Republic. *Economics & Sociology*, 8(3), p. 82-94.
- Choudhury, Masudul Alam. 2018. Tawhidi Islamic Economics In Reference To The Methodology Arising From The Qur'an And The Sunnah. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 10(2), p. 263-276.
- Fathi, M. 2002. *Getting Out Of Dilemma: The Art of Crisis Management*. Islamic Distribution and Publishing House. Cairo, Egypt.
- Felix, Rubogora. 2017. Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda. *Journal of Business & Financial Affairs*, 6(1), p. 1-11.
- Furqani, Hafas. 2017. Consumption and Morality: Principles And Behavioral Framework In Islamic Economics. *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 30, p. 89-102.
- Hakim, Rakmad., Muslikhati., & Aprilianto, Fitriani. 2020. Islamic Economics Ethics Perspective on Economic Development in The Time of Coronavirus Disease (Covid-19). *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), p. 111-127.
- Lau, Mei Mei., Cheung, Ronnie., Lam, Aries Y. C., & Chu, Yuen Ting. 2013. Measuring Service Quality in The Banking Industry: A Hong Kong Based Study. *Contemporary Management Research*, 9(3), p. 263-282.

- Maher, A. 2006. *General Rules For Dealing With Crises (Crisis Management)*. Alexandria University House. Alexandria, Egypt.
- Marimin, Agus., & Musthofa, Ulul Azmi. 2018. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Surakarta. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS*, 1(1), p. 27–40.
- Mustafa, J. 2005. *Educational Administration New Entrances To A New World*. Dar Al-Fikr Al-Arabi. Cairo, Egypt.
- Othman, Abdulqawi., & Owen, Lynn. 2001. The Multi Dimensionality of Carter Model To Measure Customer Service Quality (SQ) In Islamic Banking Industry: A Study in Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(4), p. 1–12.
- Pakurar, Miklos., Haddad, Hossam., Nagy, Janos., Popp, Jozsef., & Olah, Judit. 2019. The Service Quality Dimensions That Affect Customer Satisfaction in The Jordanian Banking Sector. *Sustainability*, 11, p. 1-24.
- Parasuraman, A., Ziethaml, Valarie., & Berry, Leonard L. 1988. SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), p. 12-40.
- Ramdhani, Muhammad Ali., Ramdhani, Abdullah., & Kurniati, Dinar Mariam. 2011. The Influence of Service Quality Toward Customer Satisfaction of Islamic Sharia Bank. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9), p. 1099-1104.
- Sadek, Daing Maruak., Zainal, Noor Saliza., Taher, Muhammad Saiful Islami Mohd., Yahya, Ahmad Fauzi., Shaharudin, Mohd Rizaimy., Noordin, Nazmi., Zakaria, Zaherawati., & Jusoff, Kamaruzaman. 2010. Service Quality Perceptions Between Cooperative and Islamic Banks of Britain. *American Journal of Economics and Business Administration*, 2(1), p. 1-5.
- Shafie, Shahril., Azmi, Wan Nursofiza Wan., & Haron, Sudin. 2004. Adopting And Measuring Customer Service Quality In Islamic Banks: A Case Study Of Bank Islam Malaysia Berhad. *Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 1(1), p. 1-12.