



Volume 2 Nomor 1, Maret 2022

DOI: <https://doi.org/10.37726/jammiah.v2i1.199>

Penerapan Pelayanan Islami Pada *Customer service* Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Purwakarta Gandanegara

Julianti Sawitri Rahayu¹, Ahmad Saepudin², Vikri Ganjar Anugrah³^{1,2,3}*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Indonesia Purwakarta**Jln. Veteran No. 150, Ciseureuh Kecamatan Purwakarta, Jawa Barat*¹purwakartaaaa5678@gmail.com²ahmadsaepudin@sties-purwakarta.ac.id³jordanalmachumi@gmail.com

ABSTRAK

Customer service salah satu garda terdepan untuk memastikan nasabah mendapatkan pelayanan yang terbaik, tidak sedikit nasabah yang tutup rekening gara-gara pelayanan *customer service* yang tidak memuaskan nasabah. Maka dari pelayanan *customer service* menjadi salah satu pendukung terhadap keberlangsungan hidup bank syariah, apalagi lembaga bank syariah harus mampu menciptakan layanan-layanan yang berbasis islami atau syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Penerapan Pelayanan Islami pada *Customer service* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Purwakarta Gandanegara. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan islami pada *Customer service* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Purwakarta Gandanegara telah memenuhi prinsip-prinsip pelayanan islami, seperti 1) *Fathonah* (profesional), *customer service* melayani nasabah menerapkan prinsip ramah, antusias, cepat memberikan solusi, empati, dan bertanggungjawab; 2) *Amanah* (Dapat dipercaya), *Customer service* melayani nasabah dengan duduk tegak, condong kedepan, tidak bersandar; menjaga sikap antusias, ramah sopan; selalu tersenyum; nada bicara harus di jaga; kesan yang ramah dan tenang; menepati janji dengan nasabah; 3) *Siddiq* (Jujur), *Customer service*

JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah), Volume 2, Nomor 1, Maret 2022

<http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/jammiah/>

ISSN: 2797-040X (Media Online) 2797-197X (Media Cetak)

menyampaikan informasi solusi, layanan, dan ketentuan dengan sebenar-benarnya; menyampaikan informasi benefit, fitur, dan persyaratan produk (call service dan brosur) dengan jujur; serta mencatat data nasabah dengan baik dan benar., 4) *Tabligh* (Dapat menyampaikan), *Customer service* memastikan bantuan yang diberikan *customer service* sudah cukup, memastikan nasabah memahami dan menerima solusi yang di berikan *customer service*, *customer service* menawarkan bantuan lain, dan *customer service* memastikan nasabah tidak keberatan untuk di interupsi.

Kata kunci— Pelayanan Islami, *Customer service*, Bank Syariah.

ABSTRACT

Customer service is one of the front lines to ensure customers get the best service, not a few customers who close accounts because of customer service that does not satisfy customers. So from customer service to be one of the supporters of the survival of Islamic banks, especially Islamic banking institutions must be able to create Islamic or sharia-based services. The purpose of this study was to determine the application of Islamic services to customer service at Bank Syariah Indonesia Purwakarta Gandanegara Branch Office. The results of this study can be concluded that Islamic service to Customer service at Bank Syariah Indonesia Purwakarta Gandanegara Branch Office has fulfilled the principles of Islamic service, such as 1) Fathonah (professional), customer service serves customers applying the principles of being friendly, enthusiastic, quick to provide solutions, empathy, and be responsible; 2) Trustworthy (trustworthy), Customer service serves customers by sitting up straight, leaning forward, not leaning; maintain an enthusiastic, friendly manner; always smiling; tone of voice must be maintained; a friendly and calm impression; keep promises with customers; 3) Siddiq (Honest), Customer service conveys information on solutions, services, and conditions truthfully; convey information on benefits, features, and product requirements (service calls and brochures) honestly; and record customer data properly and correctly. 4) Tabligh (Can convey), Customer service ensures that the assistance provided by customer service is sufficient, ensures that customers understand and accept the solutions provided by customer service, customer service offers other assistance, and customer service ensure that customers do not mind being interrupted.

Keywords— *Islamic services, customer service, Islamic banks.*

I. PENDAHULUAN

Bagi dunia perbankan pemberian pelayanan menjadi hal yang terpenting bagi perusahaan, hal tersebut dikarenakan posisi pelayanan merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa bank. Tidak terkecuali bank-bank dengan prinsip syariah harus juga dapat memberikan perhatian atas keuntungan yang dapat disumbangkan oleh proses pemberian layanan prima yang dapat

JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah), Volume 2, Nomor 1, Maret 2022

<http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/jammiah/>

ISSN: 2797-040X (Media Online) 2797-197X (Media Cetak)

diberikan oleh mereka pelayanan di sektor perbankan khususnya di *front liners*.¹ Secara umum pelayanan di bank harus memiliki enam unsur untuk membuat nasabah merasa puas dan loyal yang kemudian disebut tiga syarat pelayanan prima, yaitu: 1. *Attitude* (Sikap), 2. *Attention* (Perhatian), 3. *Action* (Tindakan)².

Salah satu aktivitas bank terutama bank syariah adalah memberikan pelayanan jasa perbankan bagi konsumennya (nasabah) yang berpedoman pada syariah Islam yaitu Al Quran dan As-Sunah. Mulai dari sistem, operasional, dan prosedur kerja pada bank syariah dan produk jasanya harus sesuai dengan konsep syariah. Seluruh aktivitas bank selalu memperhatikan service (pelayanan)³.

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Purwakarta Gandanegara adalah salah satu Bank Syariah di Indonesia yang menerapkan pelayanan islami, bagi nasabah ataupun calon nasabah. Subjek atau pelaku yang sangat berperan penting dalam memberikan pelayanan islami yaitu *Customer service*⁴. Pelayanan yang baik sangat diharapkan oleh semua nasabah lembaga keuangan, termasuk Bank Syariah Indonesia Cabang Purwakarta. Kualitas pelayanan yang baik dianggap mampu menciptakan kepuasan bagi nasabahnya, bahkan jika nasabah sudah puas, maka akan mampu menciptakan kesetiaan atau loyalitas nasabah. Dengan demikian kualitas pelayanan yang diberikan lembaga keuangan Syariah harus mampu memberikan yang terbaik, terlebih lagi Lembaga keuangan Syariah harus mampu memberikan pelayanan yang berbasis islami. Pelayanan Islami merupakan pelayanan yang dilakukan berdasarkan prinsip Islam atau syariat Islam berdasarkan Al-Qur'an dan hadits dengan mencontoh prinsip dagang Nabi Muhammad SAW.

Meningkatkan kepuasan nasabah merupakan sebuah keharusan bagi perbankan syariah, mengingat persaingan dalam bisnis jasa keuangan semakin ketat. Kepuasan nasabah dapat menjaga eksistensi perbankan syariah. Salah satu instrumen yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah adalah dengan memberikan layanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan yang diberikan Lembaga keuangan Syariah biasanya tercantum dalam buku panduan SOP masing-masing bagian, atau nama lain seperti Petunjuk Teknis Operasional (PTO) yang terdapat di Bank Syariah Indonesia Cabang Purwakarta. Petunjuk Teknis Operasional ini menjadi pedoman para pegawai dalam

¹ Mohamad Iqbal, "Strategi Pelayanan Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang : Perspektif Experiential Marketing," 2019.

² Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017), 167.

³ Yenni Octavia and Rinto Alexandro, "Efektivitas Customer Service (CS) Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Cabang Palangka Raya," *Jurnal Mediasosian: Jurnal Ilmu Sosial dan Administrasi Negara* 4, no. 1 (2020).

⁴ Kirnarata Ifandi (Nasabah), "Wawancara Tentang Pelayanan Customer Service Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Purwakarta Gandanegara" (Purwakarta: BSI, 2021).

menjalankan tugasnya masing-masing agar lembaga dapat berjalan dengan maksimal dan sesuai yang diinginkan. Dalam memberikan pelayanan yang baik, salah satu ganda terdepan dalam Bank Syariah Indonesia adalah *Customer service*. *Customer service* mempunyai tugas memberikan pelayanan terbaik dengan menjalankan tugasnya sesuai dengan Petunjuk Teknis Operasional (PTO) yang terdapat di Bank Syariah Indonesia. Tidak sedikit layanan *customer service* yang mengakibatkan nasabah tidak puas dengan layanan yang diberikan, baik dari tutur kata *customer service* yang kurang berkenan di hati nasabah, maupun layanan *customer service* yang tidak bisa memberikan solusi terhadap keluhan nasabah.

Kualitas pelayanan sangat menarik untuk dikaji atau diteliti, seperti penelitian dilakukan oleh Ryan Wahyu Perdana dan Arasy Fahrullah, dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Bukopin KCP Gresik. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang terdiri dari variable bebas kualitas pelayanan islami yang menggunakan indikator bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepatuhan syariah.

Selain penelitian di lembaga perbankan syariah, pelayanan islami juga ditemui di berbagai industri, dan lembaga sosial islam, seperti penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Abdan Syakuro dan Khusnul Fikriyah, dengan judul penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Donatur LAZISMU Kabupaten Mojokerto⁵. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan donatur di LAZISMU kabupaten mojokerto. Penelitian tersebut mengkaji pelayanan islami terhadap kepuasan donatur.

Berdasarkan latar belakang diatas, pelayanan islami menjadi sangat penting dilaksanakan oleh lembaga bank syariah, disisi lain sebagai sarana memperkuat identitas bank syariah, disisi lain juga sebagai ikhtiar lembaga bank syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah atau pengguna jasa bank syariah. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui Penerapan Pelayanan Islami pada *Customer service* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Purwakarta Gandanegara.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Kualitas Pelayanan

⁵ Ahmad Abdan Syakuro and Khusnul Fikriyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Donatur Di Lembaga Amil Zakat Muhammadiyah (Lazismu) Kabupaten Mojokerto," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2020).

Othman dan Owen memperkenalkan enam dimensi untuk mengukur kualitas jasa pada Lembaga keuangan dengan prinsip syariah, dengan menambahkan unsur “*compliance*” pada dimensi kualitas pelayanan. *Compliance with Islamic Law* (kepatuhan terhadap hukum Islam). Lima dimensi kualitas pelayanan ditambah dengan *compliance* sebagai syarat produk lebih dikenal CARTER yaitu⁶:

1. Kepatuhan pada syariat Islam (*Sharia Compliance*)

Sharia compliance dalam bank syariah adalah kemampuan sebuah bank syariah dalam mematuhi prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya. Salah satu yang mencolok adalah tidak menggunakan sistim bunga. Selain itu, dalam tujuan komersilnya tidak mengenal peminjaman uang, tetapi kemitraan atau kerjasama (mudharabah dan musyarakah) dengan sistim bagi hasil.

2. Jaminan (*Assurance*)

Tjiptono mendefinisikan jaminan adalah “mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan”⁷.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tjiptono menjelaskan daya tanggap adalah keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat dan tepat.

4. Wujud atau Bentuk (*Tangible*)

Menurut Tjiptono bukti fisik dari jasa, dapat berupa fisik gedung, peralatan yan⁸g dipergunakan, karyawan, sarana komunikasi⁹.

5. Empati (*Empathy*)

Menurut Tjiptono empati adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan¹⁰.

6. Keandalan (*Reliability*)

⁶ Dhian Tyas Untari and Budi Satria, “Konsep Etika Dan Estetika Dalam Meningkatkan Service Quality Perbankan; Sebuah Kajian Literatur,” *Jurnal Kajian Ilmiah* 20, no. 3 (2020): 231–236.

⁷ Ni Luh Ari Purnamawati, Ni Wayan Eka Mitariyani, and Ni Putu Nita Anggraini, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung,” *VALUES* 1, no. 3 (2020): 171–181.

⁸ Saiful Anwar and Juni Karichnarsi, “Evaluasi Penggunaan SLiMS Oleh Pustakawan PDDI LIPI Selama Masa Work From Home,” *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora* 3, no. 04 (2021): 140–155.

⁹ Purnamawati, Mitariyani, and Anggraini, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung.”

¹⁰ Anwar and Karichnarsi, “Evaluasi Penggunaan SLiMS Oleh Pustakawan PDDI LIPI Selama Masa Work From Home.”

Tjiptono mendefinisikan kehandalan adalah “kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan”.¹¹

B. Teori Pelayanan Islami

Kualitas pelayanan Islami adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat dan sesuai dengan nilai-nilai Islam¹². Pelayanan dalam pandangan Islam, kualitas pelayanan mempunyai nilai-nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu¹³:

1. Profesional (*Fathanaah*). Profesional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan¹⁴. Sifat profesionalisme digambarkan dalam pada Qur'an Surah Al-Isra :84

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَيَّ شَاكِلَتِهِ فَرُبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَى سَبِيلًا

“Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing. Maka Allah SWT lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya. Termasuk dalam pengertian keadaan disini ialah tabiat dan pengaruh alam sekitarnya”¹⁵.

2. Jujur (*Sidiq*). Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Jujur juga merukapan sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji. Dalam Al Qur'an, keharusan bersikap jujur dalam dunia bisnis seperti berdagang, berniaga dan atau jual beli, sudah diterangkan dengan sangat jelas dan tegas lain antara lain firman Allah SAW pada Qur'an Surah Al-Baqoroh : 283

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي اؤْتُمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

¹¹ Fandy dan Anastasia Tjiptono, Diana, *Total Quality Management (TQM)* (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), 89.

¹² Nur Muhammad, “The Effect of Service Quality on and Loyalty of Electronic Users Maal (E-Maal) Islamic Perspective at Basmalah Shops in Bondowoso Regency,” *At-Turost: Journal of Islamic Studies* 9, no. 1 (2022): 122–137.

¹³ Trisya Muliati, Faizal Nurmatias, and Khairul Azmi, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House Di Kota Dumai,” *Jurnal Al-Hisbah* 2, no. 2 (2021): 1–15.

¹⁴ Mifnatul Mukharomah and Mei Santi, “Etika Pelayanan Usaha Food Court Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Queen Resto Kelurahan Bago Tulungagung),” *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam* 8, no. 01 (2021): 41–66.

¹⁵ Kementerian Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Bogor: Lembaga Percetakan Al-Qur'an, 2010), 150.

Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan¹⁶.

Dengan menyimak ayat tersebut diatas, maka kita akan dapat mengambil satu pengertian bahwa; sesungguhnya Allah SWT telah menganjurkan kepada seluruh ummat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun.

3. Kesopanan dan Keramahan (*Tabligh*). *Tabligh* artinya komunikatif dan argumentatif. Orang memiliki sifat *tabligh* akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat. Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Hal ini ditegaskan dalam pada Qur'an Surah Thaha: 44

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

"Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lebih lembut. Mudah-mudahan ia ingat atau takut"¹⁷.

4. Amanah. Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melakukan tugas dan kewajiban. Allah Swt berfirman dalam pada Qur'an Surah An-Nisa Ayat 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya"¹⁸.

C. Pengertian dan Tugas *Customer service*

Pengertian *Customer service* (pelayanan nasabah) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan pada

¹⁶ Andi Subarkah et al., *Himpunan Al-Qur'an Dan Terjemah New Cordova* (Bandung: Syaamil Quran, 2012), 49.

¹⁷ Andi Subarkah et al., *Himpunan Al-Qur'an Dan Terjemah New Cordova* (Bandung: Syaamil Quran, 2012), 314.

¹⁸ Kementerian Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, 87.

nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah¹⁹. Kemudian tugas-tugas *Customer service* yang sesuai dengan fungsinya adalah sebagai berikut:²⁰

1. Sebagai *Receptionis*

Dalam hal ini *Customer service* berfungsi menerima tamu/ nasabah yang datang ke bank dengan ramah tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan. Dalam hal ini *Customer service* harus bersikap selalu memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam “selamat pagi / siang / sore” sesuai kondisinya selama melayani nasabah *Customer service* tidak diperkenalkan merokok, makan, atau ngobrol sesama karyawan.

2. Sebagai *Deskman*

Sebagai *deskman* tugasnya *Customer service* antara lain memberikan informasi mengenai produk-produk bank, menjelaskan manfaat, dan ciri-ciri produk bank. Kemudian menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi.

3. Sebagai *Salesman*

Sebagai *salesman* tugas *Customer service* bank adalah menjual produk perbankan, melakukan *Cross Selling*, mengadakan pendekatan, dan mencari nasabah baru. Berusaha membujuk nasabah yang lama, juga berusaha mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi nasabah, termasuk keberatan dan keluhan nasabah.

4. Sebagai *Customer Relation Office*

Dalam hal ini tugas seseorang *Customer service* harus menjaga image bank dengan cara, membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, sehingga nasabah merasa senang, puas, dan makin percaya kepada bank. Yang terpenting adalah sebagai penghubung antara bank dengan seluruh nasabah.

5. Sebagai *Komunikator*

6. Tugas *Customer service* yang terakhir sebagai *komunikator* adalah memberikan segala informasi dan kemudahan kepada nasabah. Di samping juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi.

D. Perbandingan Penelitian Terdahulu

¹⁹ Doni Marlius and Izet Putriani, “Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tapan Cabang Painan Dilihat Dari Kualitas Layanan Customer Service,” *Jurnal Pundi* 3, no. 2 (2020): 111–122.

²⁰ Isniyunisya Diah Delima and Nurul Aini Hafsah, “Strategi Komunikasi Customer Service JNE Tangerang Dalam Menangani Keluhan Pelanggan (Studi Kasus Kehilangan Barang Periode Desember 2019),” *Interaksi Peradaban* 1, no. 2 (2021).

Penelitian tentang Penerapan Pelayanan Islami sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, akan tetapi banyak perbedaan-perbedaan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Yeni Rokhilawati, Ziyadatun Ni'mah dengan judul penelitian tentang Analisis Strategi Pelayanan Islami PT. Pegadaian (Persero) Unit Pegadaian Syariah Simpang Lima Di Kabupaten Banyuwangi²¹. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan islami yang diterapkan di Pegadaian Syariah terdapat beberapa macam pelayanan diantaranya pelayanan secara syariat Islam, pelayanan dalam pandangan Islam dilihat dari hasil analisis SWOT terdiri dari matrik IFAS yakni kekuatan dan kelemahan serta matrik EFAS yakni peluang dan ancaman sehingga akan menunjukkan hasil dari analisis SWOT.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini, *pertama*, objek kajian penelitian terdahulu Strategi Pelayanan Islami bukan pada penerapan pelayanan Islaminya, juga menganalisis pelayanan dalam pandangan Islam dari hasil analisis SWOT bukan berdasarkan pada empat nilai islami yaitu: fathanaah, shidiq, tabligh, amanah. *Kedua*, lokasi penelitian terdahulu di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pegadaian Syariah Simpang Lima Di Kabupaten Banyuwangi, sedangkan penelitian saat ini berlokasi di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Purwakarta.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Rizky Pratama Putra, dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Bukopin Kcp Gresik²². Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang terdiri dari variable bebas kualitas pelayanan islami yang menggunakan indikator bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepatuhan syariah. Teknik pengambilan data menggunakan accidental sampling dengan jumlah 100 responden. Data diolah menggunakan metode regresi sederhana. Adapun hasil penelitian ini yaitu kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang berarti bahwa 21,4 % variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan islami.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini, *pertama*, objek kajian penelitian terdahulu menguji pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah, sedangkan pada penelitian saat ini hanya berfokus analisis pelayanan islami yang dilakukan oleh *customer service* dilembaga keuangan

²¹ Yeni Rokhilawati, Ziyadatun Niâ, and others, "Analisis Strategi Pelayanan Islami Pt. Pegadaian (Persero) Unit Pegadaian Syariah Simpang Lima Di Kabupaten Banyuwangi," *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* 1, no. 1 (2020): 121–136.

²² Rizky Pratama Putra and Sri Herianingrum, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 1, no. 9 (2014): 622–635.

syariah. *Kedua*, lokasi penelitian terdahulu di Bank Syariah Bukopin KCP Gresik, sedangkan penelitian saat ini berlokasi di Bank Syariah Indonesia Cabang Purwakarta. *Ketiga*, Metode yang digunakan peneliti sebelumnya menggunakan metode kuantitatif deskriptif, sedangkan pada penelitian saat menggunakan metode kualitatif deskriptif. *Keempat*, Populasi dan sampel pada penelitian terdahulu adalah seluruh nasabah Bank Syariah Bukopin KCP Gresik, sedangkan pada penelitian saat ini populasi dan sampelnya adalah nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Purwakarta.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Yudit Miranda Setya Wardani, dengan judul penelitian Penerapan Pelayanan Prima Oleh *Customer service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional²³. Hasil penelitian tersebut bahwa pelaksanaan pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah yang dilakukan oleh bank BRI Syariah Metro dan Bank Eka Metro sudah dilakukan dengan maksimal dan sebaik-baiknya, sehingga para nasabah tetap merasa puas dengan pelayanan prima yang diberikan oleh CS (*Customer service*). CS (*Customer service*) juga telah melaksanakan *standar operasional prosedur* dengan baik, meskipun dalam pelaksanaannya ditemukan nasabah yang masih merasa kurang puas dalam hal kecepatan pelayanan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini, *pertama*, objek kajian penelitian terdahulu penerapan pelayanan prima oleh *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah dan bank konvensional, sedangkan pada penelitian saat ini hanya berfokus analisis pelayanan islami yang dilakukan oleh *customer service* dilembaga Bank Syariah Indonesia. *Kedua*, lokasi penelitian terdahulu di BRI Syariah Metro Dan Bank EKA Metro, sedangkan penelitian saat ini berlokasi di Bank Syariah Indonesia Cabang Purwakarta. *Ketiga*, Populasi dan sampel pada penelitian terdahulu adalah seluruh nasabah BRI Syariah Metro Dan Bank EKA Metro, sedangkan pada penelitian saat ini populasi dan sampelnya adalah nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Purwakarta.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Tuti Hastuti, dengan judul penelitian tentang Kualitas Pelayanan Dan Pola Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Penyimpan Pada Bank Syariah²⁴. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini sejalan dengan beberapa teori yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan

²³ Yudit Miranda Setya Wardani, "Penerapan Pelayanan Prima Oleh Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Kasus Pada BRI Syariah Metro Dan Bank EKA Metro)" (IAIN Metro, 2019).

²⁴ Tuti Hastuti, "Kualitas Pelayanan Dan Pola Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Penyimpan Pada Bank Syariah," *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 2, no. 1 (2013): 58–69.

menyebabkan kepuasan yang dalam hal ini adalah nasabah. Begitu pula dengan pola bagi hasil, yang dalam penelitian ini merupakan variable bebas yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menyimpan uangnya di bank-bank syariah di Kota Malang adalah mereka yang mengerti akan syariah Islam, bahwa bunga bank adalah haram. Penelitian ini hanya mengkaji kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bukan pada penerapan pelayanan islami pada *Customer service*. Berbeda dengan peneliti sekarang tidak meneliti pola bagi hasil yang mana dapat menyebabkan kepuasan terhadap nasabah.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini, *pertama*, objek kajian penelitian terdahulu mengetahui dan menilai seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan dan pola bagi hasil terhadap kepuasan nasabah, sedangkan pada penelitian saat ini hanya berfokus analisis pelayanan islami yang dilakukan oleh *customer service* dilembaga keuangan syariah. *Kedua*, lokasi penelitian terdahulu di Bank Syariah yang ada di Kota Malang, yaitu: Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, BRI Syariah, dan BTN Syariah, sedangkan penelitian saat ini berlokasi di Bank Syariah Indonesia Cabang Purwakarta. *Ketiga*, Metode yang digunakan peneliti sebelumnya menggunakan metode kuantitatif deskriptif, sedangkan pada penelitian saat menggunakan metode kualitatif deskriptif. *Keempat*, Populasi pada penelitian terdahulu adalah semua nasabah penyimpan pada Bank Syariah yang ada di Kota Malang, yaitu: Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, BRI Syariah, dan BTN Syariah, sedangkan pada penelitian saat ini populasi adalah nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Purwakarta.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penerapan Pelayanan Islami pada *Customer service* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Purwakarta Gandanegara

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Bank Syariah Indonesia akan memiliki basis 14,9 juta nasabah setelah merger selesai. Pelayanan kepada nasabah dipastikan tetap berjalan seperti biasanya, meminimalisir gangguan layanan. Hanya

saja pasca merger, ketika datang ke kantor cabang yang sebelumnya bernama Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri sudah berganti nama dan logo baru, yakni Bank Syariah Indonesia. Tiga kantor cabang pilot terintegrasi siap melayani nasabah dari ketiga bank peserta penggabungan untuk layanan *basic servicing*. *Basic servicing* untuk nasabah dari ketiga bank peserta penggabungan diantaranya tarik tunai, setoran tunai, pemindahbukuan, akses data nasabah, cek riwayat transaksi & saldo, penutupan rekening, cetak buku tabungan, dan pembukaan rekening baru Bank Syariah Indonesia.

1. Konsep Pelayanan Bank Syariah Indonesia

Dalam melayani nasabah dengan baik, Bank Syariah Indonesia memiliki konsep pelayanan sebagai acuan yang harus dipahami oleh setiap pegawai. Di Bank Syariah Indonesia ada yang namanya konsep AKHLAK, AKHLAK ini merupakan kepanjangan dari Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaktif, dan Kolaboratif. Nilai inilah yang harus dicerminkan dalam pelayanan serta seluruh operasional. AKHLAK adalah *core value* BUMN yang selaras dengan nilai-nilai layanan yang akan dibangun, akhlak berarti perilaku budi pekerti.²⁵

Akhlak sangat penting untuk kehidupan setiap muslim, baik secara pribadi maupun masyarakat. Karena dengan akhlak seseorang dapat menyempurnakan kepribadiannya. Maka dari itu, setiap aspek ajaran islam berorientasi pada pembinaan dan pembentukan akhlak yang mulia (karimah). Akhlak yaitu tingkah laku manusia yang dilakukan dengan sengaja, diawali dari proses latihan yang menjadi kebiasaan, bersumber dari dorongan jiwa untuk melakukan perbuatan dengan mudah, tanpa melalui proses pemikiran, pertimbangan atau penelitian.

2. Penerapan Pelayanan Islami

Bank Syariah Indonesia memiliki nilai perusahaan utamanya dalam pelayanan yaitu konsep AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaktif, dan Kolaboratif) yang di implementasikan pada *FAST Service Value*. *FAST Service Value* adalah nilai-nilai layanan sebagai turunan dari *core value* AKHLAK sebagai internalisasi budaya layanan yang harus dipahami, diimplementasikan oleh seluruh insan pelayanan. FAST yang berarti cepat, tangkas, terampil solutif, untuk memenuhi kebutuhan nasabah. FAST ini merupakan kepanjangan dari *Friendly, Agile, Spritual, dan Top of Mind*. FAST juga diamalkan sebagai pengembangan diri seluruh insan pelayanan dengan mentauladani sifat Nabi Muhammad SAW yaitu: *Fathonah*

²⁵ Bank Syariah Indonesia, *Petunjuk Teknis Operasional Service Quality Cabang PT Bank Syariah Indonesia, Tbk* (Purwakarta: Bank Syariah Indonesia, 2021), III-B-1.

(Cerdas), *Amanah* (Dapat dipercaya), *Siddiq* (Jujur), dan *Tabligh* (Dapat menyampaikan)²⁶.

Fast memiliki arti cepat. Fast juga merupakan bentuk kata sifat atau *adjective* dan kata keterangannya adalah *fast* bukan *fastly*²⁷. Hal tersebut memang menjadi pengecualian dalam bahasa Inggris. Jika *quick* menyatakan kecepatan dalam hal waktu (waktu yang singkat) maka *fast* menyatakan kecepatan dalam *speed*, bagaimana suatu objek berpindah dari satu tempat ke tempat yang lainnya. Penerapan Pelayanan Islami pada *Customer service* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Purwakarta Gandanegara yaitu:

a. *Fathonah* (Profesional)

Profesional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan, gaji atau bayaran yang tinggi diperoleh seseorang sebenarnya merupakan akibat dari pekerjaan yang dilakukan dengan kesungguhan, optimal dan tidak asal-asalan. Penerapan *Fathonah* (Profesional) di bagian *Customer service* Bank Syariah Indonesia cabang purwakarta dengan cara melayani nasabah dengan sepenuh hati, berusaha mencarikan berbagai solusi layanan bank syariah Indonesia yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Selain itu, *customer service* juga menerapkan prinsip ramah, antusias, cepat memberikan solusi, empati, dan bertanggungjawab.

b. *Amanah* (Dapat dipercaya)

Pengertian amanah disini yaitu berbuat yang terbaik (ihsan). Amanah dapat ditampilkan dengan berbuat yang terbaik (ihsan) dalam segala hal. Sifat amanah harus dimiliki oleh setiap mukmin, apalagi yang memiliki pekerjaan yang berhubungan dengan pelayanan bagi masyarakat. Penerapan *Amanah* (dapat dipercaya) yang dilakukan *Customer service* yaitu Duduk tegak, condong kedepan, tidak bersandar; Menjaga sikap antusias, ramah sopan; Selalu tersenyum; Nada bicara harus di jaga; Kesan yang ramah dan tenang; Tepati janji dengan nasabah; mengucapkan salam saat opening dan closing menyapa nasabah; meminta ijin kepada nasabah yang dilayani saat meninggalkan tempat; dan membaca alhamdulillah setelah nasabah memberikan ijin telah sabar menunggu.

c. *Siddiq* (Jujur)

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi. Definisi jujur adalah : “Kesesuaian antara berita yang disampaikan dan

²⁶ Ugung Dwi Ario Wibowo, “Prophetic Softskills Untuk Bersaing Di Era Revolusi Industri 4.0,” *Insight: Jurnal Ilmiah Psikologi* 21, no. 1 (2019): 30–38.

²⁷ Anik M Indriastuti, *Buku Pintar Tenses* (Jakarta: WahyuMedia, 2009), 19.

fakta, antara fenomena dan yang diberitakan, serta bentuk dan substansi” .! Dalam dunia kerja dan usaha, kejujuran ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan untuk kemudian diperbaiki secara terus-menerus serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu (baik pada diri, teman sejawat, perusahaan maupun mitra kerja). Penerapan *Siddiq* (Jujur) yang dilakukan *Customer service* di Bank Syariah Indonesia yaitu menyampaikan berbagai informasi dengan tepat dan benar tanpa adanya informasi yang ditutup-tutupi, seperti memberikan informasi solusi, layanan, dan ketentuan dengan sebenar-benarnya; menyampaikan informasi benefit, fitur, dan persyaratan produk (call service dan brosur) dengan jujur; serta mencatat data nasabah dengan baik dan benar.

d. *Tabligh* (Menyampaikan)

Tabligh artinya menyampaikan. Orang yang memiliki sifat *tabligh*, akan menyampaikan sesuatu dengan benar (berbobot) dan dengan tutur kata yang tepat (*bi al-hikmah*). Seorang pemimpin dalam dunia bisnis haruslah menjadi seseorang yang mampu menyampaikan visi dan misinya dengan benar kepada karyawan dan stakeholder lainnya. Dalam aplikasi di dunia perbankan syariah, sifat *tabligh* utamanya harus dimiliki oleh karyawan yang berprofesi sebagai pemasar atau marketing, termasuk di Bank Syariah Indonesia Cabang Purwakarta *customer service* tidak melayani keluhan kesah nasabah, tetapi disisi lain *customer service* harus mampu menawarkan produk dan layanan bank syariah. Sebagai ujung tombak perusahaan, seorang pemasar di bank syariah harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk banknya dengan jujur dan tidak berbohong dan menipu pelanggan. Dia harus menjadi seorang komunikator yang baik yang bisa berbicara benar dan *bi al-hikmah* (bijaksana dan tepat sasaran) kepada calon nasabah atau mitra bisnisnya. Al-Quran menyebutnya dengan istilah qaulan sadidan (pembicaraan yang benar dan berbobot). Penerapan *Tabligh* yang dilakukan *Customer service* bank syariah indonesia cabang purwakarta dengan memastikan bantuan yang diberikan *customer service* sudah cukup, memastikan nasabah memahami dan menerima solusi yang diberikan *customer service*, *customer service* menawarkan bantuan lain, *customer service* memastikan nasabah tidak keberatan untuk di interupsi, Meminta izin untuk memberikan penjelasan kepada nasaba interupsi, dan semua layanan yang diawali dan diakhiri permohonan maaf walaupun *customer service* tidak

salah, supaya *customer service* terhindar perbuatan atau informasi yang kurang tepat dan berkenan di hatinya nasabah.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan islami pada *Customer service* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Purwakarta Gandanegara telah memenuhi prinsip-prinsip pelayanan islami, seperti *Fathonah* (profesional) *customer service* melayani nasabah menerapkan prinsip ramah, antusias, cepat memberikan solusi, empati, dan bertanggungjawab, *Amanah* (Dapat dipercaya) *Customer service* melayani nasabah dengan duduk tegak, condong kedepan, tidak bersandar; menjaga sikap antusias, ramah sopan; selalu tersenyum; nada bicara harus di jaga; kesan yang ramah dan tenang; menepati janji dengan nasabah; mengucapkan salam saat opening dan closing menyapa nasabah; meminta izin kepada nasabah yang dilayani saat meninggalkan tempat; dan membaca alhamdulillah setelah nasabah memberikan izin telah sabar menunggu, *Siddiq* (Jujur) *Customer service* menyampaikan informasi solusi, layanan, dan ketentuan dengan sebenar-benarnya; menyampaikan informasi benefit, fitur, dan persyaratan produk (call service dan brosur) dengan jujur; serta mencatat data nasabah dengan baik dan benar., *Tabligh* (Dapat menyampaikan) *Customer service* memastikan bantuan yang diberikan *customer service* sudah cukup, memastikan nasabah memahami dan menerima solusi yang di berikan *customer service*, *customer service* menawarkan bantuan lain, dan *customer service* memastikan nasabah tidak keberatan untuk di interupsi.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Saiful, and Juni Karichnarsi. "Evaluasi Penggunaan SLiMS Oleh Pustakawan PDDI LIPI Selama Masa Work From Home." *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora* 3, no. 04 (2021): 140–155.
- Bank Syariah Indonesia. *Petunjuk Teknis Operasional Service Quality Cabang PT Bank Syariah Indonesia, Tbk*. Purwakarta: Bank Syariah Indonesia, 2021.
- Delima, Isnisyafna Diah, and Nurul Aini Hafsa. "Strategi Komunikasi Customer Service JNE Tangerang Dalam Menangani Keluhan Pelanggan (Studi Kasus Kehilangan Barang Periode Desember 2019)." *Interaksi Peradaban* 1, no. 2 (2021).
- Hastuti, Tuti. "Kualitas Pelayanan Dan Pola Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Penyimpan Pada Bank Syariah." *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 2, no. 1 (2013): 58–69.

- Indriastuti, Anik M. *Buku Pintar Tenses*. Jakarta: WahyuMedia, 2009.
- Kementerian Agama. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Bogor: Lembaga Percetakan Al-Qur'an, 2010.
- Kirnarata Ifandi (Nasabah). "Wawancara Tentang Pelayanan Customer Service Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Purwakarta Gandanegara," 2021.
- Marlius, Doni, and Izet Putriani. "Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tapan Cabang Painan Dilihat Dari Kualitas Layanan Customer Service." *Jurnal Pundi* 3, no. 2 (2020): 111–122.
- Mohamad Iqbal. "Strategi Pelayanan Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang : Perspektif Experiential Marketing," 2019.
- Muhammad, Nur. "The Effect of Service Quality on and Loyalty of Electronic Users Maal (E-Maal) Islamic Perspective at Basmalah Shops in Bondowoso Regency." *At-Turost: Journal of Islamic Studies* 9, no. 1 (2022): 122–137.
- Mukharomah, Mifnatul, and Mei Santi. "Etika Pelayanan Usaha Food Court Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Queen Resto Kelurahan Bago Tulungagung)." *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam* 8, no. 01 (2021): 41–66.
- Muliati, Trisya, Faizal Nurmatias, and Khairul Azmi. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House Di Kota Dumai." *Jurnal Al-Hisbah* 2, no. 2 (2021): 1–15.
- Octavia, Yenni, and Rinto Alexandro. "Efektivitas Customer Service (CS) Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Cabang Palangka Raya." *Jurnal Mediasosian: Jurnal Ilmu Sosial dan Administrasi Negara* 4, no. 1 (2020).
- Purnamawati, Ni Luh Ari, Ni Wayan Eka Mitariani, and Ni Putu Nita Anggraini. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung." *VALUES* 1, no. 3 (2020): 171–181.
- Putra, Rizky Pratama, and Sri Herianingrum. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 1, no. 9 (2014): 622–635.
- Rangkuti, Freddy. *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, **JAMMIAH** (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah), **Volume 2, Nomor 1, Maret 2022**

2017.

- Rokhilawati, Yeni, Ziyadatun Niâ, and others. "Analisis Strategi Pelayanan Islami Pt. Pegadaian (Persero) Unit Pegadaian Syariah Simpang Lima Di Kabupaten Banyuwangi." *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* 1, no. 1 (2020): 121–136.
- Subarkah, Andi, Heri Tohari, Muhammad Kafiyanto, Hedi Fajar Rahadian, and Saefudin. *Himpunan Al-Qur'an Dan Terjemah New Cordova*. Bandung: Syaamil Quran, 2012.
- Syakuro, Ahmad Abdan, and Khusnul Fikriyah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Donatur Di Lembaga Amil Zakat Muhammadiyah (Lazismu) Kabupaten Mojokerto." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2020).
- Tjiptono, Diana, Fandy dan Anastasia. *Total Quality Management (TQM)*. Yogyakarta: Andi Offset, 2001.
- Untari, Dhian Tyas, and Budi Satria. "Konsep Etika Dan Estetika Dalam Meningkatkan Service Quality Perbankan; Sebuah Kajian Literatur." *Jurnal Kajian Ilmiah* 20, no. 3 (2020): 231–236.
- Wardani, Yudit Miranda Setya. "Penerapan Pelayanan Prima Oleh Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Kasus Pada BRI Syariah Metro Dan Bank EKA Metro)." IAIN Metro, 2019.
- Wibowo, Ugung Dwi Ario. "Prophetic Softskills Untuk Bersaing Di Era Revolusi Industri 4.0." *Insight: Jurnal Ilmiah Psikologi* 21, no. 1 (2019): 30–38.