



Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Andrew Hermawan Harahap¹, Lafifah Ulfah Dalimunthe², Enika Diana Batubara³, Rizky Fadhil⁴

^{1,2,3,4} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstract

Received: 14 Agustus 2023
Revised: 15 September 2023
Accepted: 22 September 2023

Customer service is the most important part in a company and can be said to be the spearhead for a company, especially in the banking sector which emphasizes Islamic economic values. Due to increasing banking competition, it is demanded that they must be active in increasing their business both to get new customers and to retain old customers. In an Islamic economic perspective, it also implements a service system that is good, honest, and profitable and not detrimental to both parties, both the company (the person offering the product) and the customer (the person buying it) so that this principle of Islamic economics makes customers loyal to something. company for the products offered. Therefore service is very important, especially customer service because it affects the overall quality of a company in satisfying stated or implied needs.

Keywords: *customer service, loyalty, quality*

(*) Corresponding Author: lafifahulfah@gmail.com

How to Cite: Harahap, A. H, Dalimunthe, L. U, Batubara, E. D, & Fadhil, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8378841>.

PENDAHULUAN

Ekonomi islam adalah ekonomi yang bersifat ilahiah, karena penerapan sistem ekonomi islam itu datangnya dari Allah, tujuannya mencari ridha Allah, dan cara caranya tidak bertentangan dengan syariat-Nya. Kegiatan ekonomi baik produksi, konsumsi, penukaran, maupun distribusi dikaitkan dengan prinsip ilahi. Prinsip ekonomi islam sebagian besar di terapkan pada lembaga keuangan seperti perbankan syariah atau dikenal sebagai bank syariah seperti BSI, dalam sistem atau prinsip utama yang digunakan dalam perusahaan menggunakan metode syariat islam seperti, akad mudharabah, musyarakah, dan murabahah.

Keberadaan suatu lembaga kuangan seperti perbankan baik bank konvensional maupun bank syariah merupakan faktor penting dalam memperlancar pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Saat ini Perkembangan keuangan syariah global diperkirakan masih akan bertumbuh, . Pertumbuhan pembiayaan syariah berbasis sukuk selama periode 2021- 2026 diperkirakan mencapai 9,8% (CAGR). Aset keuangan syariah global diperkirakan tumbuh mencapai 5.900 miliar dolar AS.

Dalam pemulihan aset harus diimbangi dengan peningkatan kualitas bank syariah dalam melayani nasabahnya. Bank-bank syariah telah mengakui pentingnya kualitas pelayanan untuk mempertahankan nasabah yang ada dan untuk menarik

nasabah baru. Abedniya dan Zaeim (2011) berpendapat bahwa kualitas pelayanan telah menjadi satu faktor yang penting untuk kesuksesan sebuah bisnis. Hal tersebut menjadi alasan bank syariah untuk meningkatkan kualitas dalam melayani nasabahnya.

Bank-bank syariah diharuskan memberikan jasa berkualitas lebih dari pesaing, secara konsisten dalam jasa pelayanan sehingga dapat menciptakan kepuasan bagi nasabah. Tujuannya adalah untuk mendapatkan nasabah yang loyal dalam situasi persaingan antar bank yang semakin ketat. Salah satu strategi yang bisa diterapkan sebagai diferensiasi dari bank konvensional adalah dengan menekankan nilai-nilai Islam dalam pelayanannya.

METODE

Adapun Tata cara yang digunakan pada metode ini merupakan metode literature (library research) ataupun biasa pula diucap dengan Literatur review. Bagi Creswell, John W (2014) mendefinisikan kajian literature ialah rangkuman tulisan menimpa postingan dari harian, dokumen, serta submer-sumber yang menarangkan teori serta data yang terjalin pada waktu yang kemudian maupun yang lagi terjalin dikala ini mengorganisasikan pustaka masuk ke dalam topik ataupun sesuatu dokumen yang dibutuhkan(CYTE). Langkah dini pada riset ini merupakan, penulis mengumpulkan informasi-informasi yang dibutuhkan dalam riset serta bermacam sumber teks semacam jurnal, harian riset, postingan yang pastinya berkaitan dengan topik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang diambil dari beberapa referensi berupa karya jurnal dan buku buku dan media online.

PEMBAHASAN

Keberadaan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu Perwujudan dari keinginan masyarakat yang membutuhkan suatu Sistem perbankan alternatif yang menyediakan jasa perbankan yang Memenuhi prinsip syariah. Pembentukan perbankan syariah dimulai dari Adanya ketentuan hukum bahwa riba merupakan sesuatu yang Diharamkan, sehinggandilarang oleh agama. Selain itu, pembentukan Perbankan syariah dalam mengamalkan prinsip-prinsip syariah ialah Untuk mengharapkan ridha Allah, juga dalam mencapai Kemaslahatan di bidang ekonomi.

Hukum perbankan syariah mempunyai hukum yang kuat di Dalam Al-Quran, seperti di jelaskan dalam firman allah SWT QS An-Nisa' (04): 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling Memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, Kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan Suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu Membunuh dirimu[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Dari ayat diatas dapat dijelaskan, bahwasanya larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, Sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan. Dari ayat tersebut terkandung jelas Bahwa kita tidak di perbolehkan mengambil harta

sesamamu dengan Jalan yang batil. Yang dimaksud dengan jalan yang batil yaitu seperti sistem bunga dalam perbankan konvensional yang mengandung riba.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang penting dalam suatu perusahaan karena berhubungan dengan produk, jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, sehingga prinsip pada kualitas pelayanan perusahaan di bangun atas dasar faktor utama persepsi masyarakat dengan layanan yang mereka terima.

Kata pelayanan secara etimologi dalam kamus besar bahasa Indonesia memiliki arti “usaha untuk melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok, atau organisasi baik dia itu secara langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Standar pelayanan terdapat baku mutu pelayanan yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi pihak yang menginginkan.kua

Kualitas pelayanan yang terbaik adalah kualitas pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan para nasabahnya, memberi informasi yang cepat dan akurat serta memberikan keramahan saat melakukan pelayanan, hal ini akan menjadikannya tolak ukur dari kesediaan nasabahnya. Pelayanan dapat dikatakan baik dan berkualitas apabila layanan yang diberikan suatu perusahaan dapat memuaskan nasabah atau pelanggan.

Citra positif perusahaan bisa dibangun dengan cara Memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dari karyawannya yang Berhubungan langsung dengan para nasabah atau pelanggannya, Karyawan yang diharapkan mampu menangani keinginan dan Kebutuhan nasabah ini yang disebut customer service. Istilah customer Service memiliki peranan yang khusus didalam dunia perbankan untuk Melayani nasabah dengan nama customer service. Customer service Memiliki suatu peranan yang sangat penting diberbagai perusahaan, dalam Dunia perbankan tugas utama customer service yaitu, memberi Pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. Customer Service bank dalam melayani para nasabah berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah yang Bersangkutan dengan berbagai cara, selain itu customer service harus Menjaga nasabah lama dan nasabah baru agar tetap menjadi nasabah Bank. Seorang customer service harus mampu mengenali karakter Semua nasabah yang datang keperusahaan. Seorang customer service Harus berusaha sebaik mungkin untuk melayani setiap nasabah yang berbeda.

Kualitas pelayanan Islam

Konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat Islam (Othman dan Owen, 2001). Menurut Saeed et al. (2001), terdapat tiga karakteristik etika pemasaran dari perspektif Islam. Pertama, etika pemasaran Islam didasarkan pada alQuran dan tidak meninggalkan ruang untuk interpretasi yang ambigu. Kedua, perbedaan utama adalah aspek transedental dari kemutlakan dan sifat non-lunak. Ketiga, pendekatan Islam yang menekankan pemaksimalan nilai dalam pandangan kebaikan di masyarakat daripada mengejar sifat egois pribadi dengan memaksimalkan keuntungan.

Pemberian pelayanan yang berkualitas dan sesuai syariat Islam yang dilakukan secara terus-menerus akan mengantarkan pada konsumen yang puas, khususnya bagi konsumen Muslim. Konsumen Muslim cenderung lebih puas apabila kebutuhan syariah yang mereka butuhkan terpenuhi. Othman dan Owen (2001) menyatakan bahwa terdapat hubungan kuat antara kualitas jasa perspektif Islam dengan kepuasan konsumen. Seorang konsumen yang puas, belum tentu akan menjadi loyal, namun apabila kepuasan yang didapatkan oleh konsumen itu berlangsung terus-menerus sehingga semua kebutuhan dan keinginannya tercapai, maka mereka akan loyal dengan sendirinya.

Pengaruh kualitas pelayanan secara Islami dapat terlihat ketika seorang konsumen, dalam hal ini nasabah perbankan syariah telah merasa yakin atas dana yang disimpannya aman bebas dari bahaya serta risiko, akad yang digunakan tidak melanggar aturan Islam, mereka merasa puas terhadap apa yang didapat dari karyawan yang memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah, melayani secara cepat dan tepat serta perbankan syariah yang menepati janjinya kepada nasabah. Pelayanan berkualitas tersebut yang mengakibatkan konsumen menjadi loyal.

Seorang customer service harus mampu bersikap akrab, Ramah, sopan, dan harus berbahasa yang baik. Sehingga nasabah Akan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan customer Service tersebut, sifat yang harus dimiliki oleh customer service ini Sama halnya dengan firman Allah SWT dalam QS.An-Nisa Ayat 36 Yang berbunyi:

وَاَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۚ وَبِأَلْوَابِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ ۚ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا

Artinya:

“Dan sembahlah Allah dan janganlah kamu Mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apapun. Dan berbuat Baiklah kepada kedua orang tua, karib kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga dekat-tetangga jauh, Teman sejawat, Ibnu sabil dan hamba sahaya yang kamu miliki. Sungguh Allah tidak menyukai orang yang Sombong dan memanggakan diri.”

Surat An-Nisa ayat 36 ini menjelaskan mengenai hubungan Antar manusia, dimana kita harus selalu berbuat baik terhadap sesama Manusia, karena sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang Yang sombong. Kaitan dengan kualitas pelayanan ini adalah sikap Maupun perilaku customer service harus baik dan sopan terhadap Pelanggannya, sehingga pelanggan akan merasa puas, serta menarik Perhatian untuk tetap setia (loyal) menggunakan jasa pelayanan yang Perusahaan berikan, dengan demikian akan menguntungkan bagi Kedua belah pihak (manusia saling membutuhkan satu sama lainnya Untuk mencapai suatu tujuan), karena perusahaan tidak akan Berkembang tanpa adanya pelanggan yang selalu setia (loyal) terhadap Produk-produk yang diberikan perusahaan

Fungsi dan Tugas Customer Servis

Seorang customer servis memegang peran yang sangat penting disamping memberikan pelayanan dan juga pembina hubungan dengan masyarakat. Customer service bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha melakukan cara-cara yang menarik seperti merayu para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang tetap dengan berbagai cara.

Sebagai customer service bank tentu sudah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus dilaksanakan dan bertanggung jawab terhadap tugas dalam pelayanan nasabahnya. Dalam praktiknya fungsi dan tugas customer service adalah sebagai berikut; Pertama, sebagai penerima tamu dengan bersikap ramah tamah dan memberikan perhatian terhadap nasabah, Kedua, sebagai orang yang menjual produk perbankan dengan melakukan pendekatan dan mencari nasabah baru, Ketiga, sebagai penghubung antara bank dengan nasabah dengan cara membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, Keempat, sebagai komunikator bertugas memberikan segala informasi kepada nasabah.

Loyalitas Nasabah

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan inti utama yang di harapkan oleh perusahaan dalam mencapai hubungan pelanggan. Menurut Ali Hasan loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang terus-menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya untuk memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Ben Meconnel dan Jackie Huba menyatakan bahwa pelanggan (customer evangelist) tidak hanya membeli produk atau jasa tetapi sangat mempercayainya sehingga mereka terdorong menyebarkan berita dan secara suka rela merekrut teman-teman dan kolega mereka untuk kepentingan perusahaan.

Loyalitas nasabah merupakan suatu kecenderungan nasabah dalam penilaian terhadap perusahaan yang menawarkan di atas alternatif tawaran pada perusahaan asing. Dengan loyalitas yang di lakukan antara perusahaan dan pelanggan yang diperkuat oleh komitmen sehingga akan meningkatkan hubungan yang lebih dekat dalam peminjaman dan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pada pelanggan.

Faktor faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah

Pada dasarnya perusahaan harus memperhatikan dalam membangun dan meningkatkan loyalitas pelanggan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor utama yang mempengaruhi yaitu, perhatian utama perusahaan harus dapat mengatasi dan melihat segala kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan. Dengan demikian, semakin suatu perusahaan itu menunjukkan perhatiannya kepada pelanggan, maka akan semakin besar loyalitas nasabah muncul.

Faktor yang kedua yaitu, kepercayaan, timbulnya suatu kepercayaan karena adanya proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai satu sama lain. Apabila kepercayaan sudah terjalin diantara pelanggan dan perusahaan, maka dalam usaha untuk membinanya akan lebih mudah. Salah satu cara dalam pembinaan hubungan pelanggan, yaitu segala jenis produk yang dihasilkan perusahaan memiliki kualitas yang bagus, sehingga tidak merasa tertipu. Sehingga pelanggan tidak menjadi loyal terhadap perusahaan dari produk yang di tawarkan.

Faktor yang ketiga yaitu, perlindungan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggannya, baik itu berupa kualitas, produk, maupun pelayanan. Dengan demikian pelanggan tidak akan khawatir terhadap perusahaan saat berhubungan dengan perusahaan, karena pelanggan merasa aman dalam perlindungan perusahaan yang mereka berikan terhadap pelanggan.

Hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah

Prinsip-prinsip manajemen pelayanan pada dasarnya mengacu pada perusahaan dalam mencari inovasi yang baru dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah. Hubungan dengan nasabah merupakan fokus tantangan yang harus semakin diperbaiki oleh banyak perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan umum.

Faktor lain yang tidak kalah pentingnya dalam unsur pelayanan adalah keterampilan dan kemampuan staf dalam berkomunikasi dengan nasabah menjadi jalan antara perusahaan dengan nasabah. Kemampuan staf dalam berkomunikasi juga merupakan bagian dari keberhasilan dari pelayanan, ketidak mampuan staf dalam menjalankan tugasnya dengan menjalin komunikasi dengan nasabah akan mempengaruhi tingkat pelayanan terhadap nasabah dan akan menimbulkan komplain dan keluhan terhadap jasa pelayanan yang diberikan perusahaan.

KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan Islami mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
3. Kualitas pelayanan Islami mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
4. ekonomi islam mengatur tata cara yang berkaitan dengan berproduksi, distribusi, dan konsumsi serta kegiatan lain dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan individu, kelompok, maupun negara, sesuai dengan ajaran islam (Al-Qur'an dan Hadist).

DAFTAR PUSTAKA

- Abedniya, A., & Zaeim, M N. (2011). *Measuring the Perceive Service Quality in the Islamic Banking System in Malaysia. International Journal of Business and Social Science*. Vol. 2, (13).
- Saeed, M., & Ahmad, Z U., & Mukhtar, SM. (2001). *International Marketing Ethics from an Islamic Perspectives: A Value Maximization Approach. Journal of Business Ethics*. Vol 32: 127- 142.
- Salesperson Selling Behaviors on Customer Satisfaction with Products.” *Journal of Retailing*, 73(2): 171-183
- Kasmir. (2004). *Etika Customer Service*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Sutari, T. (2016). *Service Is Nothing It's About Friendship*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2016). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K L. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Dapartemen Agama RI. (2011). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Cv.Toba Putra. Semarang.
- Nurlatifah, N R. (2010). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Plaza Telkom*. Kandatel. Yogyakarta