

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, pelayanan diartikan sebagai usaha untuk melayani orang lain. Artinya pelayanan berkaitan dengan tindakan atau perbuatan yang ditujukan untuk membantu atau memenuhi kebutuhan pihak lain.

Pelayanan merupakan elemen sentral dalam bisnis jasa, terutama di sektor perbankan syariah, di mana kepercayaan dan pengalaman nasabah menjadi kunci keberhasilan. Kualitas pelayanan bukan hanya sekadar memenuhi kebutuhan nasabah, tetapi juga melebihi harapan mereka agar timbul loyalitas dan rekomendasi positif. Menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry, kualitas pelayanan dapat dipandang sebagai perbedaan antara harapan nasabah dan persepsi atas layanan yang diterima.¹⁶ Dalam konteks lembaga keuangan syariah, kualitas ini harus selaras dengan prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, transparansi, dan amanah.

Sementara itu, melayani didefinisikan sebagai menyiapkan apa yang diperlukan oleh seseorang. Kegiatan ini mencakup berbagai bentuk bantuan, baik berupa barang, jasa, maupun perhatian yang diberikan sesuai dengan kebutuhan penerima layanan.

¹⁶ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15th ed. New Jersey: Pearson, 2016, hlm. 45.

Secara umum, pelayanan merupakan produk yang bersifat abstrak, karena berupa tindakan atau pengalaman. Pelayanan tidak dapat disimpan atau digunakan di waktu mendatang, sehingga memiliki karakteristik tidak berwujud dan tidak tahan lama.¹⁷

Kualitas pelayanan pada hakikatnya adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan.¹⁸ Kualitas pelayanan menjadi tolok ukur yang menentukan sejauh mana pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Jika pelayanan yang diterima lebih baik dari yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa puas; sebaliknya, apabila lebih buruk, maka pelanggan akan merasa kecewa.

Sebuah perusahaan jasa harus bisa menjaga kualitas jasa yang telah ditawarkan bisa berada diatas saingan dan bisa lebih hebat. Perusahaan juga harus bisa memahami kebutuhan seorang konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Menurut Lovelock-Wright yang diterjemahkan oleh mengemukakan bahwa “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan produk maupun jasa yang diharapkan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen” jasa akan diterima oleh konsumen apabila sesuai dengan yang diharapkan.

¹⁷ Kartika Nur Rahmawati, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Bangsawan Klaten*, (Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2017).

¹⁸ Tjiptono, Fandy. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset, 2011, hlm. 6.

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi konsumen. Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat di definisikan bahwa kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen.¹⁹

Dalam industri perbankan, terutama bank syariah, kualitas pelayanan menjadi aspek vital karena berkaitan langsung dengan tingkat kepercayaan (*trust*) dan loyalitas nasabah. Kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan syariah tidak hanya ditentukan oleh kesesuaian prinsip syariah, tetapi juga oleh mutu pelayanan yang diterima.²⁰ Oleh karena itu, bank syariah dituntut untuk memberikan pelayanan yang tidak hanya cepat dan akurat, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islami seperti amanah, jujur, dan adil. Kualitas pelayanan yang unggul menjadi pembeda utama antara bank syariah dengan lembaga keuangan konvensional.

Selain itu, kualitas pelayanan juga menjadi strategi penting dalam membangun citra positif lembaga keuangan. Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry, kualitas pelayanan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan persepsi terhadap

¹⁹ Heni Rohaeni, Nisa Marwa, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Ecodemica*, Vol.2, No.2, 2018.

²⁰ Fianto, B. A., Rahmawati, C. K., & Supriani, I. "Mobile Banking Services Quality and Its Impact on Customer Satisfaction of Indonesian Islamic Banks." *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, Vol. 7, No. 1, 2023.

pelayanan yang diterima.²¹ Dengan demikian, bank syariah perlu memahami persepsi nasabah terhadap pelayanan mereka melalui survei kepuasan pelanggan, evaluasi layanan digital, maupun umpan balik langsung agar dapat meningkatkan kinerjanya secara berkelanjutan.

Dalam konteks yang lebih luas, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai komitmen organisasi untuk memberikan nilai terbaik bagi pelanggan. Nilai tersebut tidak hanya diwujudkan melalui pelayanan fisik, tetapi juga dalam interaksi, komunikasi, dan keandalan pegawai.²² Dengan meningkatnya ekspektasi pelanggan seiring perkembangan teknologi digital, bank syariah diharapkan mampu menghadirkan pelayanan yang efisien, inovatif, dan berorientasi pada kebutuhan nasabah modern tanpa mengabaikan prinsip-prinsip syariah.

Menurut Lupiyoadi, terdapat tiga hal penting yang menjadi dasar dalam kualitas pelayanan, yaitu: (1) pelayanan harus memenuhi standar tertentu yang disepakati oleh perusahaan dan pelanggan, (2) pelayanan harus diberikan dengan cara yang ramah dan profesional, serta (3) pelayanan harus dievaluasi secara berkala agar sesuai dengan perubahan kebutuhan pelanggan.²³ Prinsip-prinsip tersebut menunjukkan bahwa

²¹ Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, 1988.

²² Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2020.

²³ Anjelisa, A., Fatmawati, I., & Nuryakin, N. "Measuring the Effect of Islamic Service Quality, Customer Relationship Management, Customer Satisfaction, and Loyalty in Indonesian Islamic Banking." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, Vol. 17, No. 5, 2023.

kualitas pelayanan bukanlah sesuatu yang statis, melainkan dinamis dan menuntut adaptasi terhadap perkembangan zaman.

Kualitas pelayanan yang baik pada akhirnya akan menciptakan kepuasan pelanggan yang berujung pada loyalitas. Dalam perbankan syariah, kepuasan pelanggan tidak hanya bernilai ekonomis, tetapi juga religius karena menjadi bagian dari *akhlaq al-karimah* dalam bermuamalah. Dengan demikian, kualitas pelayanan bukan sekadar strategi pemasaran, melainkan manifestasi dari komitmen lembaga dalam mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam seluruh aspek pelayanannya.

Kualitas pelayanan yang baik akan menentukan sikap konsumen dalam menilai, memutuskan dan juga memberikan kesan terhadap pelayanan yang diberikan. Konsumen akan cenderung memberikan penilaian positif jika merasa dilayani dengan baik. Karena biasanya konsumen yang merasa puas akan lebih loyal terhadap perusahaan tersebut. Pelayanan merupakan salah satu strategi yang sangat penting, walaupun sering kali diabaikan.

Kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap loyalitas mereka. Biasanya konsumen yang merasa puas akan lebih setia dan cenderung akan kembali menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Mereka juga berpotensi merekomendasikannya kepada orang lain.

Pelayanan merupakan salah satu strategi yang sangat penting dalam menjalankan bisnis. Meskipun demikian, strategi ini sering kali diabaikan

oleh perusahaan, padahal pelayanan yang kurang baik dapat berdampak negative terhadap citra dan keberlangsungan perusahaan.²⁴

2. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, pelayanan (*service*) tidak hanya dipahami sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk pengabdian kepada Allah SWT dan sesama manusia. Pelayanan yang berkualitas merupakan manifestasi dari akhlak mulia (*akhlaq al-karimah*) dalam bermuamalah.²⁵ Nilai-nilai seperti kejujuran (*shidq*), amanah, adil, dan tanggung jawab menjadi dasar utama dalam memberikan pelayanan yang baik kepada orang lain. Seorang muslim yang memberikan layanan kepada pelanggan atau nasabah harus mengedepankan prinsip ihsan, yaitu bekerja dengan sebaik-baiknya meskipun tidak ada yang mengawasi, karena ia yakin bahwa Allah selalu melihatnya.²⁶ Prinsip ini menjadikan pelayanan dalam Islam memiliki dimensi spiritual yang lebih tinggi dibandingkan sekadar interaksi bisnis.

Al-Qur'an telah memberikan petunjuk mengenai pentingnya memberikan pelayanan dan perlakuan terbaik kepada sesama. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Muthaffifin (83): 1–3 yang berbunyi: *“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila*

²⁴ Widya Wahab, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Pekanbaru, *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol.2, No.1, 2017.

²⁵ Aisyah, M. “Islamic Bank Service Quality and Its Impact on Indonesian Customers’ Satisfaction and Loyalty.” *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol. 14, No. 2, 2022.

²⁶ HR. Al-Baihaqi, *Syua’ab al-Iman*, Juz 4, No. 3032.

mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”

Ayat ini menunjukkan bahwa setiap bentuk pelayanan atau transaksi harus dilakukan dengan penuh kejujuran dan keadilan.²⁷ Dalam konteks pelayanan perbankan syariah, ayat ini menegaskan bahwa setiap petugas bank harus memastikan pelayanan yang diberikan tidak merugikan nasabah, baik secara materiil maupun moral.

Rasulullah SAW juga menekankan pentingnya profesionalisme dalam bekerja. Dalam sebuah hadits disebutkan: *“Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang apabila melakukan pekerjaan, ia melakukannya dengan itqan (sempurna).”* (HR. Al-Baihaqi). Hadits ini menjadi landasan moral bahwa setiap pekerjaan, termasuk memberikan pelayanan kepada nasabah, harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab dan kesungguhan.²⁸ Oleh karena itu, pelayanan yang berkualitas dalam Islam tidak hanya diukur dari kepuasan pelanggan secara duniawi, tetapi juga dari sejauh mana pelayanan tersebut dilakukan dengan niat ibadah dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Dalam literatur ekonomi Islam modern, kualitas pelayanan juga berkaitan erat dengan konsep *maslahah* (kemaslahatan) dan *adl* (keadilan).²⁹ Pelayanan yang baik akan menciptakan kemaslahatan bagi nasabah karena memberikan rasa aman, nyaman, dan kepastian dalam transaksi keuangan. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat menimbulkan

²⁷ Al-Qur'an, Surah Al-Muthaffifin [83]: 1–3.

²⁸ Al-Baihaqi, *Syu'ab al-Iman*, Juz 4.

²⁹ Qardhawi, Yusuf. *Fiqh al-Mu'amalat al-Maliyah al-Mu'asirah*. Kairo: Dar al-Shuruq, 2020.

mafsadah (kerusakan), seperti hilangnya kepercayaan dan munculnya ketidakadilan dalam hubungan bisnis. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dalam perbankan syariah harus dipahami sebagai upaya untuk menciptakan kemaslahatan bersama, bukan hanya mengejar keuntungan finansial semata.

Dalam konteks operasional perbankan syariah, prinsip-prinsip pelayanan Islami diwujudkan melalui perilaku karyawan yang sopan, transparan, dan jujur kepada nasabah. Karyawan bank syariah juga dituntut untuk menghindari perilaku *gharar* (ketidakjelasan), *riba* (bunga), dan *zulm* (kezaliman) dalam menjalankan aktivitas pelayanan.³⁰ Dengan demikian, pelayanan yang dilakukan bukan sekadar memenuhi target perusahaan, tetapi juga bagian dari implementasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan profesional. Pelayanan yang dilandasi dengan etika Islam akan memperkuat kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan syariah.

Lebih lanjut, Adiwarman Karim menjelaskan bahwa keberhasilan bisnis dalam perspektif Islam sangat dipengaruhi oleh moralitas pelaku bisnisnya.³¹ Jika seorang pelaku usaha, termasuk penyedia jasa keuangan, menjalankan aktivitasnya dengan adil dan jujur, maka Allah akan memberikan keberkahan dalam rezekinya. Sebaliknya, apabila pelayanan dilakukan dengan niat buruk, manipulatif, atau merugikan orang lain, maka keberkahannya akan dicabut. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan yang berlandaskan nilai-nilai Islam bukan hanya menciptakan kepuasan nasabah,

³⁰ Antonio, M. Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2021.

³¹ Karim, Adiwarman A. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2020.

tetapi juga membawa keberkahan bagi lembaga dan seluruh pihak yang terlibat di dalamnya.

Kualitas pelayanan dalam Islam pada akhirnya bermuara pada prinsip *rahmatan lil 'alamin* (rahmat bagi seluruh alam).³² Pelayanan yang baik harus mampu memberikan manfaat bagi semua pihak, tidak hanya untuk kepentingan pribadi atau perusahaan. Prinsip ini mengajarkan bahwa dalam setiap aktivitas pelayanan terdapat nilai ibadah, karena seseorang yang melayani dengan niat tulus dan penuh tanggung jawab sesungguhnya sedang beramal di jalan Allah. Dalam konteks perbankan syariah, hal ini menegaskan bahwa pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang tidak hanya memenuhi standar profesional, tetapi juga berorientasi pada nilai spiritual dan moral yang diajarkan oleh Islam.

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sekedar mengantarkan atau melayani. Service juga berarti mengerti, memahami dan merasakan, sehingga penyampaian akan mengenai *heartshare* konsumen dan akan memperkuat posisi dalam *mind share* konsumen.³³

3. Indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan konsep multidimensional yang terdiri dari beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur sejauh mana

³² Lubis, M. "Integrating Islamic Ethics in Service Excellence at Islamic Financial Institutions." *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, Vol. 6, No. 3, 2023.

³³ Erza Rizky Achmad, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020), 26.

pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen. Model yang paling banyak digunakan dalam penelitian manajemen jasa adalah model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry.³⁴ Model ini mengidentifikasi lima dimensi utama yang menjadi tolok ukur kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kelima dimensi ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling berkaitan untuk membentuk persepsi pelanggan terhadap mutu layanan suatu organisasi. Dalam konteks perbankan syariah, penerapan kelima indikator tersebut harus selaras dengan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, amanah, dan profesionalisme.

Menurut Zeithaml dan Bitner didalam bukunya Handi Irawan kualitas pelayanan merupakan ketidak sesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi konsumen. Dimensi kualitas menurut Parasuraman, Zeithal, dan Berry terdapat lima unsur untuk mengukur suatu pelayanan, yaitu:

a. Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti fisik merupakan unsur pertama dalam penilaian kualitas pelayanan yang berkaitan dengan segala bentuk fasilitas nyata yang dapat dilihat, disentuh, dan dirasakan oleh nasabah. Fasilitas fisik meliputi kondisi gedung, ruang tunggu, peralatan teknologi informasi,

³⁴ Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

serta penampilan karyawan.³⁵ Dalam bank syariah, aspek ini mencerminkan komitmen lembaga dalam memberikan kenyamanan kepada nasabah serta menunjukkan profesionalitas lembaga. Penelitian yang dilakukan oleh Firdaus dan Amalia (2024) menunjukkan bahwa tampilan fisik dan kenyamanan fasilitas bank memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas layanan dan kepuasan nasabah.³⁶ Hal ini menegaskan pentingnya desain layanan yang modern dan ramah nasabah sebagai salah satu bentuk daya saing lembaga keuangan syariah.

b. Keandalan (*Realibility*)

Keandalan merujuk pada kemampuan lembaga dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara tepat waktu, akurat, dan konsisten. Dalam praktiknya, keandalan mencakup kemampuan pegawai dalam menyelesaikan transaksi tanpa kesalahan, memberikan informasi yang benar, serta menjaga keakuratan sistem administrasi.³⁷ Bagi bank syariah, reliabilitas juga mencakup kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam setiap transaksi. Pelayanan yang andal akan menumbuhkan rasa percaya nasabah karena mereka merasa bahwa lembaga tersebut memiliki kredibilitas dan tanggung jawab

³⁵ Fianto, B. A., Rahmawati, C. K., & Supriani, I. (2023). "Mobile Banking Services Quality and Its Impact on Customer Satisfaction of Indonesian Islamic Banks." *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 7(1).

³⁶ Firdaus, A., & Amalia, H. K. (2024). "The Role of Perceived Service Quality and Islamic Financial Literacy on Customer Loyalty in NTB Syariah Bank." *International Journal of Islamic Business and Economics*, 8(1), 78-99.

³⁷ Tjiptono, Fandy. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.

moral yang tinggi. Oleh sebab itu, bank syariah perlu memastikan bahwa setiap layanan diberikan dengan transparan dan dapat dipertanggungjawabkan.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Dalam kualitas pelayanan harus memperhatikan bahwa daya tanggap terhadap pelayanan juga sangat penting. Daya tanggap mencerminkan kemampuan lembaga dalam menangani permintaan, keluhan, dan pertanyaan nasabah secara efisien. Dalam konteks pelayanan digital seperti *mobile banking* dan *internet banking*, daya tanggap juga berkaitan dengan kecepatan sistem dan keakuratan informasi yang disampaikan. Responsivitas yang tinggi menciptakan kepuasan karena nasabah merasa dihargai dan diperhatikan kebutuhannya. Dalam pandangan Islam, cepat tanggap terhadap kebutuhan orang lain juga mencerminkan sikap *ihsan* dan semangat pelayanan sosial yang tinggi.

d. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)

Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah dapat ditentukan oleh performance atau kinerja pelayanan, sehingga dapat diyakini bahwa karyawan tersebut mampu memberikan pelayanan yang handal, mandiri dan juga professional. Selain dari performance tersebut jaminan dari suatu pelayanan juga dapat ditentukan dari komitmen organisasi yang kuat, yang menganjurkan agar setiap karyawan bisa memberikan pelayanan yang benar untuk

memuaskan nasabah. Di bank syariah, dimensi jaminan mencakup aspek kepastian hukum dan kepatuhan terhadap fatwa Dewan Syariah Nasional–MUI. Nasabah akan merasa aman apabila yakin bahwa dana mereka dikelola sesuai dengan prinsip syariah dan diawasi oleh otoritas syariah yang kredibel. Selain itu, pelatihan rutin bagi karyawan mengenai etika pelayanan Islami dan prinsip syariah merupakan bagian dari implementasi dimensi ini. Penelitian Nasrullah menunjukkan bahwa assurance memiliki kontribusi terbesar terhadap pembentukan loyalitas nasabah bank syariah.³⁸

e. Empati (*Empathy*)

Empati dalam suatu pelayanan merupakan suatu perhatian, keseriusan, dan simpatik. Empati dalam dunia pekerjaan menjadi sangat penting dalam memberikan suatu kualitas pelayanan sesuai prestasi kerja yang ditunjukkan oleh seorang karyawan. Empati mempunyai inti yaitu mampu memahami orang yang dilayani dengan penuh perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan adanya keterlibatan dalam berbagai permasalahan yang dihadapi oleh nasabah.³⁹

Dalam pelayanan Islami, empati identik dengan sikap *ta'awun* (tolong-menolong) dan *rahmah* (kasih sayang) yang menjadi nilai dasar dalam interaksi sosial. Pegawai bank syariah harus mampu menempatkan diri sebagai mitra nasabah, bukan sekadar petugas

³⁸ Nasrullah, M., Asmuni, & Siregar, S. (2022). "SERVQUAL Analysis of Customers in Choosing Islamic Bank." *INSIS Journal*, 3(2).

³⁹ *Ibid*, 31.

layanan. Misalnya, dalam menghadapi nasabah lanjut usia yang sedang menabung haji, karyawan harus melayani dengan sabar dan penuh perhatian. Empati yang tinggi menciptakan ikatan emosional antara nasabah dan lembaga, sehingga meningkatkan loyalitas dan kepercayaan terhadap bank syariah.

Selain kelima indikator utama dalam model SERVQUAL, penelitian modern menambahkan dimensi tambahan seperti keadilan pelayanan (*service fairness*), kejelasan informasi (*service transparency*), dan inovasi digital.⁴⁰ Dimensi tambahan ini relevan dengan perkembangan perbankan modern, terutama dalam sistem syariah yang menuntut keterbukaan dan keadilan. Dengan demikian, kualitas pelayanan bank syariah harus mencakup keseimbangan antara aspek material dan spiritual, antara pelayanan profesional dan pelayanan yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Upaya menjaga konsistensi terhadap seluruh indikator ini menjadi kunci untuk mempertahankan kepercayaan dan loyalitas nasabah di tengah kompetisi yang semakin ketat.

Secara keseluruhan, indikator-indikator kualitas pelayanan menjadi alat ukur bagi lembaga untuk menilai efektivitas strategi pelayanan yang diterapkan. Semakin baik pengelolaan terhadap lima dimensi utama tersebut, semakin besar kemungkinan lembaga untuk

⁴⁰ Aisyah, M. (2022). "Islamic Bank Service Quality and Its Impact on Indonesian Customers' Satisfaction and Loyalty." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 14(2).

meningkatkan kepuasan nasabah dan memperkuat posisinya di pasar.⁴¹

Bagi bank syariah, penerapan indikator ini bukan hanya bertujuan mencapai keunggulan kompetitif, tetapi juga mencerminkan pelaksanaan nilai-nilai Islam yang menekankan profesionalisme, kejujuran, dan tanggung jawab dalam setiap aspek pelayanan.

B. Tabungan Haji

1. Pengertian Tabungan Haji

Dalam UU perbankan syariah No.21 Tahun 2008, tabungan merupakan simpanan yang berdasarkan wadiah, investasi dana berdasarkan akad mudharabah dan akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya bisa dilakukan sesuai dengan syarat dan ketentuan tertentu yang telah disepakati, namun tidak bisa ditarik dengan cek, bilyet giro, dan sejenisnya.⁴²

tentang Tabungan, tabungan haji merupakan bentuk tabungan yang diatur dengan menggunakan prinsip *wadiah* (titipan) atau *mudharabah* (bagi hasil).⁴³ Dalam akad *wadiah*, nasabah menitipkan uangnya kepada bank untuk dijaga dan dikelola dengan aman, tanpa adanya kewajiban bagi bank untuk memberikan imbal hasil. Sedangkan dalam akad *mudharabah*, nasabah mempercayakan dananya kepada bank untuk diusahakan, dan hasil keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati bersama. Kedua akad tersebut

⁴¹ Karim, Adiwarman A. (2020). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.

⁴² *Ibid*, Ismail, 74.

⁴³ DSN-MUI. (2000). *Fatwa DSN-MUI Nomor 2 Tahun 2000 tentang Tabungan Berdasarkan Akad Wadiah dan Mudharabah*.

menjamin bahwa tabungan haji terhindar dari unsur riba, gharar, dan maisir, serta mencerminkan prinsip dasar ekonomi Islam yaitu keadilan, transparansi, dan saling menguntungkan antara pihak bank dan nasabah.

Tabungan haji juga memiliki dimensi spiritual yang membedakannya dari jenis tabungan lainnya. Tujuan utama dari produk ini bukan semata-mata investasi finansial, tetapi sebagai bentuk ikhtiar religius untuk menunaikan rukun Islam kelima, yaitu haji bagi yang mampu.⁴⁴ Oleh karena itu, tabungan haji memiliki nilai *ta'abbudi* (ibadah) karena menjadi sarana umat Islam menyiapkan diri untuk melaksanakan perintah Allah SWT. Hal ini menjadikan tabungan haji tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga sebagai media spiritual untuk mendekatkan diri kepada Allah melalui perencanaan keuangan yang halal dan berkah.

Secara operasional, bank syariah seperti Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Indonesia (BSI), dan Bank Mega Syariah menyediakan layanan tabungan haji dengan fitur yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.⁴⁵ Beberapa fitur tersebut antara lain setoran awal yang ringan, pembebasan biaya administrasi bulanan, serta integrasi langsung dengan Sistem Informasi dan Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) Kementerian Agama. Melalui sistem ini, calon jamaah yang telah mencapai batas saldo tertentu dapat langsung memperoleh nomor porsi keberangkatan tanpa perlu melalui proses tambahan. Integrasi tersebut menunjukkan sinergi antara lembaga keuangan

⁴⁴ Huda, Nurul, dkk. (2021). *Keuangan Publik Islam: Pendekatan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana.

⁴⁵ Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Laporan Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2023*. Jakarta: OJK.

syariah dan pemerintah dalam mempermudah masyarakat menjalankan ibadah haji.

Selain kemudahan administratif, bank syariah juga berupaya memberikan jaminan keamanan dana nasabah. Dana tabungan haji dikelola secara hati-hati (*prudential principle*) dan diinvestasikan pada instrumen yang halal seperti pembiayaan usaha mikro syariah, sukuk, atau proyek sosial berorientasi umat.⁴⁶ Pengelolaan yang transparan ini memberikan rasa aman kepada nasabah bahwa dana mereka tidak disalahgunakan untuk aktivitas yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, tabungan haji tidak hanya mendorong disiplin menabung, tetapi juga berkontribusi pada perkembangan sektor riil dan kesejahteraan masyarakat luas.

Dalam perspektif syariah, tabungan haji juga merupakan bentuk aktualisasi dari prinsip *istitho'ah* (kemampuan), yaitu syarat wajib dalam pelaksanaan ibadah haji.⁴⁷ Rasulullah SAW bersabda: “*Barang siapa memiliki bekal dan kendaraan yang dapat mengantarkannya ke Baitullah namun tidak berhaji, maka tidak ada alasan baginya untuk menunda-nunda.*” (HR. Tirmidzi). Hadits ini menjelaskan pentingnya perencanaan finansial sebelum berangkat haji. Dengan menabung melalui bank syariah, umat Islam dapat mempersiapkan diri secara bertahap hingga mencapai kemampuan yang memadai tanpa melanggar prinsip syariah. Oleh sebab itu, tabungan haji

⁴⁶ Bank Indonesia. (2022). *Outlook Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia 2022*. Jakarta: BI.

⁴⁷ Al-Tirmidzi. *Sunan al-Tirmidzi*, Kitab al-Hajj, No. 813.

menjadi sarana efektif bagi umat Islam modern untuk memenuhi syarat wajib haji.

Dari perspektif ekonomi Islam, tabungan haji juga memiliki dampak sosial yang positif.⁴⁸ Melalui penghimpunan dana masyarakat dalam jumlah besar, bank syariah memiliki kemampuan untuk menyalurkan pembiayaan ke sektor produktif yang halal dan bermanfaat. Dengan demikian, tabungan haji tidak hanya membantu individu mencapai tujuan spiritualnya, tetapi juga memperkuat sistem ekonomi syariah melalui peningkatan perputaran dana di sektor riil. Hal ini sejalan dengan prinsip *maslahah 'ammah* (kemaslahatan umum) yang menjadi fondasi utama sistem ekonomi Islam.

Selain aspek spiritual dan ekonomi, tabungan haji juga mengandung nilai edukatif bagi masyarakat.⁴⁹ Program tabungan haji mendorong masyarakat untuk lebih sadar akan pentingnya perencanaan keuangan, kedisiplinan, serta tanggung jawab terhadap pengelolaan harta. Bank syariah secara tidak langsung memberikan edukasi kepada nasabah tentang bagaimana mengelola keuangan secara islami, memahami akad, dan menjauhi praktik-praktik keuangan yang haram. Dengan demikian, tabungan haji menjadi sarana pemberdayaan umat dalam bidang literasi keuangan syariah.

Dari sisi sosial, tabungan haji juga memperkuat solidaritas antar umat Islam.⁵⁰ Ketika banyak individu berpartisipasi dalam tabungan haji, dana yang

⁴⁸ Karim, Adiwarman A. (2020). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.

⁴⁹ Aini, N., & Maulida, R. (2023). "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung Haji." *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia*, 12(3), 167–178.

⁵⁰ Wibowo, S., & Siregar, T. (2022). "Peran Tabungan Haji terhadap Penguatan Ekonomi Umat di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Syariah dan Keuangan Islam*, 8(4), 201–213.

terkumpul menjadi bagian dari pembangunan ekonomi umat. Bank syariah dapat menyalurkan dana ini untuk mendukung proyek sosial, seperti pembiayaan usaha kecil berbasis syariah, pembangunan fasilitas pendidikan, dan bantuan sosial keagamaan. Dengan cara ini, tabungan haji memiliki nilai ganda: membantu individu melaksanakan ibadah sekaligus memperkuat solidaritas ekonomi umat.

Lebih lanjut, tabungan haji juga mencerminkan prinsip keadilan (*al-'adl*) dan kejujuran (*ash-shidq*) dalam bermuamalah.⁵¹ Bank syariah harus memberikan informasi yang jelas dan tidak menyesatkan mengenai mekanisme bagi hasil, setoran minimum, serta waktu pemberangkatan. Keterbukaan ini penting agar tidak menimbulkan *gharar* (ketidakjelasan) yang dapat merugikan salah satu pihak. Dalam Islam, pelayanan keuangan harus dilandasi dengan prinsip transparansi dan kejujuran agar tercipta rasa saling percaya antara bank dan nasabah.

Di era digital, layanan tabungan haji juga mengalami inovasi melalui teknologi finansial syariah (*Islamic fintech*).⁵² Beberapa bank dan lembaga keuangan telah menyediakan fasilitas pembukaan rekening dan pengecekan saldo secara daring. Digitalisasi ini meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan layanan, dan mempermudah calon jamaah dari berbagai daerah untuk menabung. Namun, inovasi ini tetap harus memperhatikan prinsip-prinsip

⁵¹ Antonio, M. Syafi'i. (2021). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani

⁵² Zahra, H., & Rahman, F. (2024). "Digitalisasi Produk Tabungan Haji di Era Fintech Syariah." *Jurnal Keuangan dan Perbankan Islam*, 10(1), 55–70.

syariah, seperti perlindungan data nasabah, transparansi akad, dan larangan praktik spekulatif.

Dengan mempertimbangkan berbagai aspek di atas, dapat disimpulkan bahwa tabungan haji bukan sekadar produk simpanan biasa, tetapi sistem terpadu yang menggabungkan aspek spiritual, sosial, dan ekonomi dalam bingkai syariah.⁵³ Melalui tabungan ini, masyarakat dapat beribadah dengan cara yang lebih terencana, lembaga keuangan dapat meningkatkan kepercayaan publik, dan negara dapat memperkuat tata kelola keuangan haji secara profesional. Maka, keberadaan tabungan haji memiliki peran strategis dalam mewujudkan keuangan inklusif yang berlandaskan nilai-nilai Islam.

Tujuan utama tabungan haji adalah mempermudah umat Islam dalam mempersiapkan biaya pelaksanaan ibadah haji secara bertahap dan sesuai syariat. Dalam konteks keuangan syariah, tabungan haji merupakan implementasi dari prinsip *istitho'ah* atau kemampuan, sebagaimana menjadi syarat wajib bagi seseorang untuk melaksanakan haji.⁵⁴ Dengan adanya produk ini, masyarakat dapat menabung secara terencana tanpa harus merasa terbebani untuk menyediakan dana besar sekaligus. Layanan ini menumbuhkan semangat umat Islam untuk lebih disiplin dalam mengatur keuangan serta memperkuat kesadaran religius dalam menyiapkan rukun Islam kelima.

⁵³ Widyasari, Q., & Sukaris, S. (2024). "Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Produk Tabungan Haji RTJH." *MASTER: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 2(2).

⁵⁴ Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*.

Selain sebagai sarana mempermudah ibadah, tabungan haji bertujuan meningkatkan inklusi keuangan syariah di Indonesia. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan, sekitar 60% nasabah tabungan haji berasal dari masyarakat kelas menengah ke bawah yang sebelumnya belum tersentuh layanan keuangan formal.⁵⁵ Hal ini menunjukkan bahwa produk tabungan haji menjadi pintu masuk bagi masyarakat untuk mengenal sistem keuangan syariah. Dengan demikian, tabungan haji bukan hanya instrumen peribadatan, tetapi juga bagian dari strategi nasional dalam meningkatkan literasi dan partisipasi keuangan syariah.

Dari sisi kebijakan publik, tabungan haji memiliki tujuan strategis dalam mendukung sistem penyelenggaraan haji yang transparan dan terintegrasi. Melalui kerja sama antara perbankan syariah dan Kementerian Agama, tabungan haji dihubungkan langsung dengan *Sistem Informasi dan Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT)*.⁵⁶ Dengan mekanisme ini, nasabah yang telah memenuhi saldo minimum dapat memperoleh nomor porsi keberangkatan secara otomatis. Proses ini mempercepat pendaftaran jamaah sekaligus memastikan akuntabilitas dana haji. Inovasi sistem ini memperlihatkan bahwa tabungan haji tidak hanya berfungsi sebagai produk keuangan, tetapi juga bagian dari tata kelola ibadah haji nasional.

Dari perspektif ekonomi makro, tabungan haji juga memiliki peran penting dalam menghimpun dana masyarakat yang dapat dimanfaatkan untuk

⁵⁵ Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). *Laporan Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2023*.

⁵⁶ Kementerian Agama RI. (2023). *Sistem Informasi dan Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT)*. Jakarta: Ditjen Penyelenggaraan Haji dan Umrah.

pembiayaan sektor produktif yang halal. Dana tabungan haji yang dikelola secara amanah dapat diinvestasikan ke instrumen keuangan syariah seperti *sukuk*, *mudharabah interbank investment*, atau pembiayaan usaha kecil berbasis halal.⁵⁷ Aktivitas ini menciptakan *multiplier effect* yang positif terhadap perekonomian nasional. Dengan kata lain, tabungan haji tidak hanya mendorong pertumbuhan sektor keuangan syariah, tetapi juga memperkuat ketahanan ekonomi umat melalui distribusi dana ke sektor riil yang berkeadilan.

Manfaat tabungan haji juga tampak dalam dimensi spiritual. Aktivitas menabung untuk tujuan ibadah mendorong individu untuk memperkuat niat, kesabaran, dan keikhlasan. Rasulullah SAW bersabda, “*Sesungguhnya amal itu tergantung pada niatnya.*” (HR. Bukhari dan Muslim).⁵⁸ Setiap rupiah yang ditabung untuk haji menjadi amal bernilai ibadah karena dilakukan dengan niat mendekatkan diri kepada Allah SWT. Dengan demikian, tabungan haji bukan sekadar aktivitas finansial, tetapi juga latihan spiritual yang menumbuhkan rasa syukur dan komitmen religius.

Selain nilai spiritual, tabungan haji memberikan manfaat psikologis yang besar bagi nasabah.⁵⁹ Proses menabung secara rutin menciptakan rasa tenang, harapan, dan motivasi untuk mencapai impian ke Tanah Suci. Banyak penelitian menunjukkan bahwa tujuan menabung yang bersifat religius dapat meningkatkan kesejahteraan psikologis seseorang.⁶⁰ Misalnya, studi oleh

⁵⁷ Bank Indonesia. (2022). *Outlook Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia*. Jakarta: BI.

⁵⁸ HR. Bukhari & Muslim. *Shahihain*, Kitab al-Niyyah.

⁵⁹ Aini, N., & Maulida, R. (2023). “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung Haji.” *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia*, 12(3), 167–178.

⁶⁰ Sulaiman, F., & Hidayat, R. (2023). “Spiritual Motivation and Saving Behavior in Islamic Banks.” *Journal of Islamic Economics Studies*, 9(1), 55–69.

Sulaiman & Hidayat menemukan bahwa nasabah yang menabung untuk ibadah memiliki tingkat kepuasan dan kebahagiaan spiritual lebih tinggi dibandingkan nasabah tabungan biasa. Hal ini menunjukkan bahwa tabungan haji berperan dalam membangun keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan ukhrawi.

Dari perspektif sosial, tabungan haji juga memiliki manfaat dalam memperkuat solidaritas antarumat Islam. Program ini memberikan kesempatan yang sama bagi seluruh lapisan masyarakat untuk merencanakan ibadah haji, tanpa memandang status ekonomi.⁶¹ Skema setoran awal yang ringan dan cicilan fleksibel memungkinkan masyarakat menengah ke bawah untuk turut serta. Prinsip inklusivitas ini sejalan dengan nilai keadilan sosial dalam Islam, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Hujurat (49): 13, bahwa manusia diciptakan berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar saling mengenal dan tolong-menolong.

Tabungan haji juga memberikan manfaat edukatif bagi masyarakat.⁶² Melalui produk ini, nasabah diajarkan untuk memahami konsep perencanaan keuangan, pengelolaan harta yang halal, serta pentingnya menghindari riba. Lembaga keuangan syariah secara tidak langsung berperan dalam meningkatkan literasi keuangan syariah nasional. Bank syariah sering mengadakan sosialisasi, seminar, dan pendampingan kepada calon jamaah agar memahami akad yang digunakan dan mekanisme investasi dana haji. Dengan

⁶¹ Wibowo, S., & Siregar, T. (2022). "Peran Tabungan Haji terhadap Penguatan Ekonomi Umat di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Syariah dan Keuangan Islam*, 8(4), 201–213.

⁶² Huda, Nurul, & Nasution, M. E. (2021). *Keuangan Publik Islam: Pendekatan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana.

cara ini, tabungan haji menjadi wadah pembelajaran ekonomi Islam yang aplikatif.

Bagi lembaga keuangan, tabungan haji memberikan manfaat besar dalam memperkuat loyalitas nasabah.⁶³ Produk ini cenderung memiliki jangka waktu panjang, karena nasabah menabung dalam kurun waktu bertahun-tahun hingga masa keberangkatan. Hubungan jangka panjang ini menciptakan kedekatan emosional antara bank dan nasabah, meningkatkan reputasi lembaga, serta memperkuat kepercayaan publik terhadap sistem keuangan syariah. Loyalitas ini dapat berkembang menjadi minat nasabah untuk menggunakan produk syariah lainnya seperti deposito, pembiayaan rumah, atau asuransi syariah.

Selain itu, tabungan haji memberikan manfaat ekonomi bagi lembaga perbankan dalam bentuk dana pihak ketiga yang stabil.⁶⁴ Dana tabungan haji bersifat jangka panjang dan cenderung tidak mudah ditarik, sehingga memperkuat likuiditas bank. Dana ini dapat digunakan untuk memperluas pembiayaan produktif bagi masyarakat, terutama usaha mikro dan kecil. Dengan demikian, tabungan haji berfungsi sebagai sumber pendanaan syariah yang aman, stabil, dan berkelanjutan.

Dari sudut pandang masyarakat luas, tabungan haji juga memiliki efek pengganda terhadap perekonomian lokal.⁶⁵ Setiap kali masyarakat menabung,

⁶³ Widyasari, Q., & Sukaris, S. (2024). "Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Produk Tabungan Haji RTJH." *MASTER: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 2(2).

⁶⁴ Antonio, M. Syafi'i. (2021). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.

⁶⁵ Rahman, A., & Zulkarnain, M. (2023). "The Economic Impact of Hajj Savings on Regional Development." *Asian Journal of Islamic Finance*, 11(2), 115–132.

dana tersebut berputar dalam sistem ekonomi syariah dan membantu kegiatan bisnis halal di berbagai sektor. Bahkan, penelitian oleh Wibowo & Siregar menunjukkan bahwa peningkatan jumlah nasabah tabungan haji berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi daerah, terutama di sektor jasa dan perdagangan yang berkaitan dengan kebutuhan calon jamaah.

Di samping manfaat ekonomi, tabungan haji juga memperkuat posisi Indonesia sebagai negara dengan sistem keuangan syariah terbesar di dunia.⁶⁶ Indonesia menempati peringkat pertama *Global Islamic Finance Development Indicator* tahun 2022, dan tabungan haji menjadi salah satu faktor pendukungnya. Pengelolaan dana haji melalui bank syariah dan Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH) membuktikan bahwa keuangan syariah dapat berfungsi secara profesional, akuntabel, dan produktif. Dengan demikian, tabungan haji bukan hanya berkontribusi bagi individu, tetapi juga bagi citra internasional Indonesia sebagai pusat keuangan Islam.

Dari segi keadilan dan etika, tabungan haji menegakkan prinsip transparansi dan tanggung jawab.⁶⁷ Bank syariah wajib memberikan informasi terbuka kepada nasabah mengenai akad, nisbah bagi hasil, serta pemanfaatan dana. Transparansi ini penting untuk menjaga kepercayaan publik sekaligus mencegah praktik gharar atau penyimpangan. Dengan penerapan prinsip *amanah* dan *mas'uliyah* (tanggung jawab), tabungan haji menjadi contoh nyata implementasi etika bisnis Islam dalam sektor keuangan.

⁶⁶ Islamic Development Bank. (2022). *Global Islamic Finance Development Report 2022*. Jeddah: IDB.

⁶⁷ Karim, Adiwarman A. (2020). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.

Tabungan haji juga memperkuat ekosistem digital keuangan syariah melalui inovasi layanan berbasis teknologi.⁶⁸ Saat ini, banyak bank syariah menyediakan fasilitas pembukaan rekening tabungan haji secara online, monitoring saldo melalui aplikasi, serta integrasi dengan sistem *e-hajj* Kementerian Agama. Inovasi ini tidak hanya mempermudah nasabah, tetapi juga mendukung efisiensi dan transparansi pengelolaan dana haji. Digitalisasi produk tabungan haji juga menjangkau generasi muda muslim yang lebih melek teknologi, sehingga memperluas basis nasabah syariah di masa depan.

Lebih jauh lagi, manfaat tabungan haji juga mencakup kontribusi terhadap kesejahteraan sosial dan pengentasan kemiskinan.⁶⁹ Dana tabungan yang dihimpun secara kolektif dapat dioptimalkan melalui kerja sama antara bank syariah dan lembaga sosial Islam seperti BAZNAS atau LAZ. Sebagian hasil pengelolaan dapat disalurkan untuk kegiatan sosial, pendidikan, dan pemberdayaan ekonomi umat. Dengan demikian, tabungan haji tidak hanya berfungsi sebagai sarana ibadah individu, tetapi juga sebagai instrumen sosial-ekonomi umat Islam.

Melalui kegiatan menabung, seseorang tidak hanya merencanakan perjalanan fisik menuju Baitullah, tetapi juga menempuh perjalanan spiritual menuju kedekatan dengan Allah SWT. Nilai kejujuran, kesabaran, tanggung jawab, dan keikhlasan yang terkandung dalam proses menabung mencerminkan esensi ajaran Islam yang menyatukan aspek duniawi dan ukhrawi. Oleh karena

⁶⁸ Zahra, H., & Rahman, F. (2024). "Digitalisasi Produk Tabungan Haji di Era Fintech Syariah." *Jurnal Keuangan dan Perbankan Islam*, 10(1), 55–70.

⁶⁹ BAZNAS. (2023). *Laporan Sinergi Ekonomi dan Sosial Dana Keagamaan Nasional*. Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional.

itu, tabungan haji bukan hanya produk finansial, melainkan juga refleksi kehidupan islami yang menyeluruh.

2. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sekedar mengantarkan atau melayani. Service juga berarti mengerti, memahami dan merasakan, sehingga penyampaian akan mengenai *heartshare* konsumen dan akan memperkuat posisi dalam *mind share* konsumen.

Dalam islam juga dijelaskan apabila ingin memberikan hasil usaha yang baik, baik berupa barang maupun pelayanan atau jasa seharusnya bisa memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain. Hal ini juga mencerminkan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam bermuamalah.

Rasulullah SAW juga memberikan teladan dalam hal profesionalisme dan kesempurnaan dalam bekerja. Dalam sebuah hadits disebutkan bahwa Allah mencintai hamba yang ketika bekerja melakukannya dengan sebaik-baiknya. Hal tersebut menjadi prinsip penting bagi setiap muslim dalam memberikan pelayanan atau menjual barang, itu selalu mengedepankan kualitas, kejujuran, serta tidak menyembunyikan cacat atau kekurangan yang ada.

Oleh karena itu, dalam islam memberikan barang atau jasa yang berkualitas bukan hanya soal etika bisnis, tetapi juga merupakan bagian dari ibadah dan bentuk ketaatan kepada Allah SWT.

Adiwarman Karim juga menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha untuk menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan. Allah SWT berfirman dalam QS. Ali Imran [3]: 159:

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

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut kepada mereka. Sekira kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai prang-orang yang bertawakal kepada-Nya”.

Menurut Ibn Katsir di dalam tafsir Al-Qur’an al-Azhim juz 4, hlm. 245-252, sikap lemah lembut yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW itu tiada lain disebabkan karena ramhat Allah yang dianugerahkan kepadanya, sehingga beliau bersikap lemah lembut terhadap mereka. Demikian juha Al-Hasan Al-Basri mengatakan bahwa begitulah akhlak Nabi Muhammad SAW yang diutus oleh Allah. Kemudian ayat selanjutnya mengatakan “Dan jika kamu bersikap keras dan berhatu kasar tentulah mereka akan menjauh darimu”. Artinya yaitu sekiranya kamu kasar dalam bertutur kata dank eras hati dalam menghadapi mereka, niscaya mereka bubar darimu dan juga menjauhimu.⁷⁰

3. Indikator Kualitas Pelayanan

⁷⁰ Erza Rizky Achmad, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020), 26.

Menurut Zeithaml dan Bitner didalam bukunya Handi Irawan kualitas pelayanan merupakan ketidak sesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi konsumen. Dimensi kualitas menurut Parasuraman, Zeithal, dan Berry terdapat lima unsur untuk mengukur suatu pelayanan, yaitu:

a. Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti fisik dalam kualitas pelayanan yaitu bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh karyawan sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan untuk membantu pelayanan yang diterima oleh nasabah, sehingga nasabah tersebut merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan.

b. Kehandalan (*Realibility*)

Kehandalan merupakan setiap karyawan harus memiliki kemampuan yang handal, mengetahui semua prosedur kerja, dapat memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan juga memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh setiap nasabah, sehingga dapat memberikan dampak positif atas pelayanan tersebut.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Dalam kualitas pelayanan harus memperhatikan bahwa daya tanggap terhadap pelayanan juga sangat penting. Setiap nasabah yang

mendapat pelayanan sangat membutuhkan penjelasan atas pelayanan yang telah diberikan agar pelayanan tersebut jelas dan bisa dimengerti. Oleh karena itu kualitas pelayanan daya tanggap mempunyai peranan penting untuk penjelasan ketika melayani nasabah.

d. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)

Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah dapat ditentukan oleh performance atau kinerja pelayanan, sehingga dapat diyakini bahwa karyawan tersebut mampu memberikan pelayanan yang handal, mandiri dan juga professional. Selain dari performance tersebut jaminan dari suatu pelayanan juga dapat ditentukan dari komitmen organisasi yang kuat, yang menganjurkan agar setiap karyawan bisa memberikan pelayanan yang benar untuk memuaskan nasabah.

e. Empati (*Empathy*)

Empati dalam suatu pelayanan merupakan suatu perhatian, keseriusan, dan simpatik. Empati dalam dunia pekerjaan menjadi sangat penting dalam memberikan suatu kualitas pelayanan sesuai prestasi kerja yang ditunjukkan oleh seorang karyawan. Empati mempunyai inti yaitu mampu memahami orang yang dilayani dengan penuh perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan adanya keterlibatan dalam berbagai permasalahan yang dihadapi oleh nasabah.⁷¹

⁷¹ *Ibid*, 31.

C. Tabungan Haji

1. Pengertian Tabungan Haji

Dalam UU perbankan syariah No.21 Tahun 2008, tabungan merupakan simpanan yang berdasarkan wadiah, investasi dana berdasarkan akad mudharabah dan akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya bisa dilakukan sesuai dengan syarat dan ketentuan tertentu yang telah disepakati, namun tidak bisa ditarik dengan cek, bilyet giro, dan sejenisnya.⁷²

Menurut Fatwa DSN-MUI No.2 Tahun 2000 tentang tabungan, mekanisme tabungan yang dibenarkan bagi perbankan syariah didasarkan pada prinsip mudharabah dan wadiah. Fatwa DSN_MUI tentang tabungan haji tertuang dalam Fatwa No.2 Tahun 2000 tabungan ini khusus untuk paket haji, karena tabungan haji sama dengan tabungan regular lainnya dengan menggunakan akad mudharabah dan wadiah (DSN_MUI, 2002).⁷³

Tabungan haji merupakan suatu bentuk layanan perbankan yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam merencanakan tabungan guna menunaikan ibadah haji. Layanan ini memberikan kemudahan bagi calon jama'ah haji agar dapat mempersiapkan dana secara teratur dan terencana.

⁷² *Ibid*, Ismail, 74.

⁷³ Yeyen Priyanti, Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wai'ah Pada BSI KCP Palembang Merdeka, *Jimpa: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, Vol.1 N0.2, 2021.

Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang berbasis prinsip-prinsip syariah, memiliki peran penting dalam menghimpun dana dari masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji. Bank ini menyediakan berbagai fasilitas tabungan haji yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan nasabah.

Pelayanan yang diberikan oleh bank syariah dilakukan sesuai dengan ketentuan syariah, baik dari segi akad maupun aspek operasional lainnya. Hal ini dilakukan agar proses tabungan haji tidak hanya praktis dan aman, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam.⁷⁴

Menurut Dzulfikar, tabungan haji merupakan tabungan yang digunakan untuk Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH), persyaratan untuk pembukaan tabungan ini sangat mudah, cukup melampirkan KTP dan menyerahkan setoran awal minimal sesuai ketentuan bank masing-masing.⁷⁵

D. Keputusan Menabung Nasabah

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen sebagai respon terhadap kebutuhan atau keinginan tertentu. Tindakan ini biasanya terjadi setelah konsumen melalui proses pertimbangan terhadap berbagai pilihan yang tersedia, melainkan diawali

⁷⁴ Nuryadi Akbar, Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji Dalam Akad Mudharabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman, Bogor, *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, Vol. 3 N0.1, 2019.

⁷⁵ Tri Bayu Bayu, Husna Ni'matul Ulya, Minat Nasabah Pasar Banaran Terhadap Produk Tabungan Haji Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen, *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol.4, No.1, 2023.

oleh kesadaran konsumen akan adanya kebutuhan yang harus dipenuhi, baik dalam bentuk barang maupun jasa.

Sebelum membuat keputusan akhir, konsumen akan melalui proses pertimbangan yang meliputi pencarian informasi evaluasi terhadap berbagai alternatif, serta perbandingan antara satu produk dengan produk yang lainnya. Konsumen akan menilai aspek-aspek seperti kualitas, harga, merek, reputasi, hingga ulasan dari pengguna lain untuk membantu menentukan pilihan terbaik.

Proses pengambilan keputusan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal seperti motivasi dan persepsi, maupun eksternal seperti lingkungan sosial dan strategi pemasaran. Oleh karena itu, keputusan pembelian merupakan hasil dari perpaduan antara pertimbangan rasional dan emosional yang dilakukan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya secara optimal.

Keputusan tersebut muncul karena adanya dorongan atau motif yang dirasakan oleh konsumen. Motif ini bisa berasal dari faktor internal seperti kebutuhan pribadi, maupun faktor eksternal seperti pengaruh lingkungan atau promosi. Dorongan inilah yang kemudian menimbulkan minat untuk membeli, sebagai upaya konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Proses ini menjadi bagian penting dalam perilaku konsumen yang dapat memengaruhi strategi pemasaran suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler keputusan pembelian merupakan suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan

kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternative pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.

2. Indikator Keputusan Pembelian

a. Pengenalan kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Jika kebutuhan diketahui, maka konsumen akan tahu kebutuhan mana yang belum terpenuhi, dan perlu untuk segera dipenuhi.

b. Pencarian informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari lebih banyak informasi mengenai apa yang dibutuhkan.

c. Evaluasi alternatif

Setelah melakukan pencarian informasi, konsumen akan mengolah informasi tersebut dan melakukan pilihan akhir (keputusan pembelian).

d. Keputusan pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen membuat peringkat merek dan membentuk niat untuk membeli. Konsumen akan membentuk minat untuk membeli produk yang paling disukai. Tapi dua faktor bisa saja muncul diantara minat untuk membeli dan juga keputusan pembelian. Faktor yang pertama yaitu pendapat orang lain mengenai produk tersebut, faktor yang kedua yaitu faktor situasi yang tidak diharapkan.

e. Perilaku pasca pembelian

Tahap ini dimana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut berdasarkan rasa puas atau tidak puas terhadap produk yang dibelinya.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, antara lain yaitu:

a. Faktor budaya

Faktor budaya sangat penting bagi perilaku pembelian. Faktor budaya merupakan penentu keinginan dan juga perilaku paling dasar. Anak-anak yang sedang tumbuh akan mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarga dan juga lembaga-lembaga penting lainnya, masing-masing sub budaya terdiri dari sejumlah sub budaya yang lebih menampakkan identifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya seperti kebangsaan, agama, kelompok, ras dan wilayah geografis.

b. Faktor sosial.

Selain faktor budaya, perilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial diantaranya sebagai berikut:

- 1.) Kelompok acuan, dalam perilaku pembelian konsumen dapat diartikan sebagai kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap siapa maupun

perilaku seseorang tersebut. Kelompok ini biasana disebut dengan kelompok keanggotaan, yaitu sebuah kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung terhadap seseorang.

- 2.) Keluarga, keluarga dibedakan menjadi dua bagian dalam sebuah organisasi pembelian konsumen. Pertama, keluarga yang dikenal dengan istilah orientasi. Keluarga jenis ini terdiri dari orang tua dan saudara kandung. Kedua, keluarga yang terdiri dari pasangan dan jumlah anak yang dimiliki.
- 3.) Peran dan status. Dalam hal ini juga dapat mempengaruhi perilaku pembelian. Semakin tinggi status mereka dalam organisasi maka dapat berdampak pada perilaku pembeliannya.

c. Faktor pribadi (*personal*).

Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, diantaranya yaitu usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

- 1.) Usia dan siklus hidup keluarga orang yang membeli barang dan jasa berbeda-beda sepanjang hidupnya yang dimana setiap kegiatan konsumsi ini dipengaruhi oleh siklus hidup keluarga.
- 2.) Pekerjaan, dalam hal tersebut juga sangat berpengaruh terhadap pola konsumsi seseorang.
- 3.) Gaya hidup, hal tersebut dapat diartikan sebagai sebuah pola hidup seseorang yang terungkap dalam aktivitas, minat dan opininya yang terbentuk melalui sebuah kelas sosial dan pekerjaan. Meskipun kelas

sosial dan pekerjaan yang sama tidak menjamin munculnya sebuah gaya hidup yang sama.

- 4.) Keadaan ekonomi, hal tersebut sangat berpengaruh terhadap pemilihan produk yang akan dibeli menyesuaikan besar kecilnya penghasilan yang dimiliki, jumlah tabungan, utang dan sikap terhadap belanja atau menabung.
- 5.) Kepribadian, setiap orang pasti memiliki berbagai macam karakteristik kepribadian yang berbeda-beda yang dapat mempengaruhi aktivitas kegiatan pembelinya.

d. Faktor psikologis

Faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu faktor psikologis. Faktor ini dipengaruhi oleh empat faktor utama diantaranya yaitu:

- 1.) Beberapa dari kebutuhan ada yang muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus dan rasa ketidak nyamanan. Sedangkan beberapa kebutuhan yang lainnya bersifat psikogenesis yaitu kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa keanggotaan kelompok.
- 2.) Persepsi seseorang yangy tyermotivasi untuk segera melakukan tindakan. Bagaimana tindakan seseorang yang termotivasi akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi dapat diartikan sebuah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambaran.

3.) Pembelajaran, banyak ahli pemasaran yang yakin bahwa pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja antara pendorong, rangsangan, isyarat bertindak, tanggapan dan penguatan. Pembelajaran juga mengajarkan kepada pemasar bahwa mereka dapat membangun permintaan atas suatu produk dengan mengaitkan pada pendorong yang kuat, menggunakan penguatan positif karena pada dasarnya konsumen akan melakukan generalisasi terhadap suatu merek.

4.) Emosional

Tidak semua respon konsumen bersifat kognitif dan rasional. Banyak hal yang dapat menimbulkan emosi dan menimbulkan perasaan yang berbeda-beda. Merek atau produk dapat membuat konsumen merasa bangga, gembira atau percaya diri. Iklan terkadang membuat perasaan kita menjadi senang, muak atau terkagum-kagum.

5.) Memori

Pemrograman memori menggambarkan bagaimana dan dimana informasi masuk ke dalam memori. Secara umum, semakin banyak perhatian yang diberikan pada arti informasi sepanjang pemrograman, semakin kuat asosiasi dalam memori yang digunakan.⁷⁶

E. Hipotesis Penelitian

⁷⁶ Asrul, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan nasabah Dalam menabung Di Bank BPR Rokan Hilir Cabang Kubu Babussalam*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Sayrif Kasim Riau Pekanbaru, 2021)

Hipotesis merupakan suatu penjelasan sementara untuk beberapa peristiwa yang akan diamati. Disebut sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori dan bukan pada fakta. Berdasarkan rumusan masalah diatas, hipotesis yang diajukan adalah:

1. Ho: Kualitas pelayanan tabungan haji tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Muamalat KCP Mojokerto
2. Ha: Kualitas pelayanan tabungan haji berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Muamalat KCP Mojokerto