

Analisis Kualitas Pelayanan Bank Konvensional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di BRI Unit Dukuhwaluh

Kharismatul Umaha *¹
Rizka Ayu Okty Odilien ²
Umdah Aulia Rohmah ³

^{1,2,3} Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Indonesia

*e-mail: 224110202109@mhs.uinsaizu.ac.id¹, 224110202121@mhs.uinsaizu.ac.id², umdahaulia@uinsaizu.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis kualitas pelayanan bank konvensional dalam perspektif etika bisnis Islam pada BRI Unit Dukuhwaluh. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara dan observasi terhadap Customer Service. Hasil penelitian menunjukkan bahwa standar pelayanan yang diterapkan telah mengikuti SOP perusahaan melalui prinsip 3S (Senyum, Salam, Sapa), pelayanan profesional, transparansi biaya, serta perlindungan data nasabah. Dalam perspektif etika bisnis Islam, praktik pelayanan tersebut mencerminkan nilai kejujuran (ṣidq), amanah, keadilan ('adl), tanggung jawab (mas'uliyah), dan ihsan (pelayanan terbaik). Transparansi informasi biaya, perlakuan adil tanpa diskriminasi, serta perlindungan kerahasiaan data nasabah menunjukkan kesesuaian dengan prinsip etika Islam. Tantangan utama terletak pada tingginya volume nasabah pada jam ramai, namun upaya peningkatan dilakukan melalui pelatihan dan evaluasi rutin. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan BRI Unit Dukuhwaluh secara umum selaras dengan nilai-nilai etika bisnis Islam, meskipun tetap terdapat ruang penguatan terutama dalam optimalisasi efisiensi layanan pada kondisi padat.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Etika Bisnis Islam, Bank Konvensional, Customer Service.

Abstract

This study aims to analyze the service quality of a conventional bank from the perspective of Islamic business ethics at BRI Unit Dukuhwaluh. The research employed a qualitative approach using interviews and observations of Customer Service officers. The findings reveal that service standards follow the company's SOP through the 3S principle (Smile, Greet, Salute), professional conduct, cost transparency, and customer data protection. From the Islamic business ethics perspective, these practices reflect values of honesty (ṣidq), trustworthiness (amanah), justice ('adl), responsibility (mas'uliyah), and excellence (ihsan). Transparent cost disclosure, fair treatment without discrimination, and confidentiality protection indicate alignment with Islamic ethical principles. The main challenge arises during peak hours with high customer traffic; however, continuous training and evaluation are implemented to maintain service quality. The study concludes that the service quality at BRI Unit Dukuhwaluh generally aligns with Islamic business ethics values, although improvements are needed to enhance efficiency during busy periods.

Keywords: Service Quality, Islamic Business Ethics, Conventional Bank, Customer Service.

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan faktor strategis dalam mempertahankan kepercayaan nasabah di industri perbankan. Dalam konteks persaingan yang ketat, bank tidak hanya dituntut memberikan layanan cepat dan akurat, tetapi juga menjunjung tinggi etika dalam setiap interaksi. Konsep kualitas pelayanan sering dikaitkan dengan dimensi reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible (Parasuraman et al., 2020). Dalam perspektif Islam, pelayanan tidak sekadar aktivitas bisnis, melainkan bagian dari tanggung jawab moral dan spiritual. Etika bisnis Islam menekankan prinsip kejujuran (ṣidq), amanah, keadilan ('adl), tanggung jawab (mas'uliyah), dan ihsan (Beekun & Badawi, 2020). Penerapan nilai-nilai tersebut relevan tidak hanya pada lembaga keuangan syariah, tetapi juga bank konvensional yang beroperasi di lingkungan masyarakat mayoritas Muslim. Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia memiliki standar pelayanan yang terstruktur melalui SOP yang ketat. Unit

Dukuhwaluh sebagai bagian dari jaringan operasional BRI menjadi menarik untuk dikaji dalam konteks implementasi pelayanan dan kesesuaiannya dengan etika bisnis Islam.

Secara teoritis, kualitas pelayanan sering diukur melalui lima dimensi utama yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam model SERVQUAL, yaitu reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati), dan tangible (bukti fisik) (Parasuraman et al., 2020). Reliability berkaitan dengan kemampuan memberikan layanan secara konsisten dan akurat sesuai janji. Responsiveness mencerminkan kesiapan membantu nasabah dengan cepat. Assurance berkaitan dengan kompetensi, kesopanan, dan kemampuan menumbuhkan rasa percaya. Empathy menunjukkan perhatian individual terhadap kebutuhan nasabah, sedangkan tangible mencakup penampilan fisik, fasilitas, dan kelengkapan sarana pendukung.

Namun demikian, pengukuran kualitas pelayanan tidak dapat berhenti pada aspek teknis dan prosedural semata. Dalam masyarakat yang religius, dimensi etis dan moral turut membentuk persepsi kualitas. Di sinilah perspektif etika bisnis Islam menjadi relevan. Dalam pandangan Islam, aktivitas bisnis bukan sekadar aktivitas ekonomi, tetapi juga bagian dari ibadah dan manifestasi tanggung jawab moral kepada Allah dan sesama manusia. Oleh karena itu, pelayanan harus dilandasi oleh nilai kejujuran (ʿsidq), amanah (dapat dipercaya), keadilan (ʿadl), tanggung jawab (masʿuliyah), serta ihsan (memberikan yang terbaik) (Beekun & Badawi, 2020).

Bank Rakyat Indonesia sebagai salah satu bank terbesar dan tertua di Indonesia memiliki jaringan operasional luas hingga tingkat unit kerja. Standar operasional prosedur (SOP) pelayanan diterapkan secara sistematis untuk menjaga konsistensi kualitas di seluruh cabang dan unit. BRI Unit Dukuhwaluh sebagai bagian dari struktur tersebut menjadi objek yang menarik untuk dikaji, khususnya dalam melihat bagaimana standar pelayanan yang bersifat korporatif diimplementasikan pada level operasional, serta bagaimana praktik tersebut jika dianalisis melalui perspektif etika bisnis Islam.

Kajian ini penting karena bank konvensional pada dasarnya tidak secara eksplisit mendasarkan operasionalnya pada prinsip syariah. Namun, dalam praktik pelayanan sehari-hari, nilai-nilai etika universal dapat saja selaras dengan prinsip Islam. Oleh sebab itu, analisis kritis diperlukan untuk menilai apakah kualitas pelayanan yang diterapkan benar-benar mencerminkan nilai kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, dan ihsan, atau hanya sebatas kepatuhan administratif terhadap SOP.

Meskipun penelitian tentang kualitas pelayanan perbankan telah banyak dilakukan dengan pendekatan SERVQUAL, dan kajian etika bisnis Islam berkembang pesat dalam konteks perbankan syariah, masih terdapat keterbatasan penelitian yang mengintegrasikan kedua pendekatan tersebut dalam konteks bank konvensional. Selain itu, studi pada level unit operasional dengan pendekatan kualitatif yang menilai kesesuaian praktik pelayanan terhadap nilai-nilai etika Islam masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis kualitas pelayanan BRI Unit Dukuhwaluh serta mengevaluasinya dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini memiliki beberapa tujuan utama:

1. Menganalisis implementasi kualitas pelayanan di BRI Unit Dukuhwaluh berdasarkan hasil wawancara dan observasi terhadap Customer Service.
2. Mengidentifikasi kesesuaian praktik pelayanan dengan dimensi kualitas pelayanan (reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible).
3. Menilai praktik pelayanan tersebut dalam perspektif etika bisnis Islam, khususnya terkait prinsip ʿsidq, amanah, ʿadl, masʿuliyah, dan ihsan.
4. Mengidentifikasi tantangan serta peluang peningkatan kualitas pelayanan agar lebih selaras dengan nilai etika bisnis Islam.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan praktik pelayanan, tetapi juga melakukan evaluasi normatif berdasarkan kerangka etika Islam, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kualitas pelayanan bank konvensional dalam konteks masyarakat Muslim.

Selain itu, kajian ini memiliki relevansi akademik dan praktis. Secara akademik, penelitian ini memperluas diskursus mengenai integrasi antara teori kualitas pelayanan modern dengan prinsip etika bisnis Islam pada lembaga keuangan non-syariah. Selama ini, analisis etika Islam lebih banyak difokuskan pada bank syariah, sehingga studi terhadap bank konvensional memberikan perspektif yang lebih objektif mengenai universalitas nilai-nilai etika Islam dalam praktik bisnis. Penelitian ini juga berkontribusi dalam menunjukkan bahwa standar profesionalisme modern tidak bertentangan dengan prinsip moral Islam, bahkan dapat saling menguatkan apabila diinternalisasi secara substansial.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen unit kerja dalam memperkuat budaya pelayanan berbasis nilai. Identifikasi kesenjangan antara standar prosedural dan implementasi etis memungkinkan perumusan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang tidak hanya berorientasi pada kepuasan nasabah, tetapi juga pada integritas moral institusi. Dengan demikian, penelitian ini mendorong transformasi pelayanan dari sekadar kepatuhan administratif menuju internalisasi nilai-nilai etika yang berkelanjutan dalam operasional perbankan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus yang berfokus pada analisis kualitas pelayanan di BRI Unit Dukuhwaluh dalam perspektif etika bisnis Islam. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami secara mendalam praktik pelayanan yang dilakukan oleh Customer Service serta makna etis yang terkandung di dalamnya, bukan mengukur variabel secara kuantitatif. Studi kasus digunakan untuk memperoleh gambaran kontekstual dan komprehensif mengenai implementasi pelayanan pada satu unit kerja tertentu.

Subjek penelitian adalah Customer Service di Bank Rakyat Indonesia Unit Dukuhwaluh. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap proses pelayanan nasabah. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali informasi terkait tugas dan tanggung jawab, standar pelayanan, mekanisme penanganan keluhan, transparansi biaya, perlindungan data nasabah, prinsip keadilan dalam pelayanan, serta upaya peningkatan kualitas layanan. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung interaksi antara petugas dan nasabah guna memastikan kesesuaian antara pernyataan dan praktik di lapangan. Selain itu, dokumentasi terkait standar operasional prosedur (SOP) turut menjadi data pendukung.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2020). Data yang diperoleh diklasifikasikan berdasarkan tema-tema yang relevan dengan dimensi kualitas pelayanan (reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible) serta prinsip etika bisnis Islam (sidq, amanah, 'adl, mas'uliyah, ihsan). Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan temuan observasi serta dokumen pendukung. Dengan pendekatan ini, analisis diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif dan mendalam mengenai kualitas pelayanan BRI Unit Dukuhwaluh dalam perspektif etika bisnis Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Implementasi Standar Pelayanan dan Dimensi Reliability

Berdasarkan hasil wawancara, Customer Service (CS) bertanggung jawab atas pembukaan rekening, perubahan data nasabah, pembuatan kartu ATM, aktivasi e-banking, serta pemberian informasi terkait produk simpanan dan pinjaman. Pelaksanaan tugas tersebut mengacu pada SOP yang ditetapkan oleh Bank Rakyat Indonesia dan diwujudkan melalui prinsip 3S (Senyum, Salam, Sapa), kerapian penampilan, serta penyampaian informasi yang jelas dan lengkap.

Dalam perspektif kualitas pelayanan, praktik ini mencerminkan dimensi reliability, yaitu kemampuan memberikan layanan secara konsisten, tepat, dan sesuai

prosedur. Keandalan tidak hanya terlihat dari ketepatan administrasi, tetapi juga dari konsistensi penerapan prosedur verifikasi, kelengkapan dokumen, dan penggunaan sistem terintegrasi. Sistem yang sudah terdigitalisasi memungkinkan proses lebih akurat dan meminimalkan kesalahan manual.

Namun, reliability tidak hanya berbicara tentang kepatuhan terhadap prosedur, melainkan juga konsistensi dalam menjaga standar meskipun dalam kondisi ramai. Tantangan muncul saat jam sibuk, di mana potensi kesalahan meningkat akibat tekanan waktu. Oleh karena itu, kualitas reliability harus diuji bukan pada kondisi normal, tetapi pada situasi tekanan operasional. Dalam perspektif etika bisnis Islam, reliability berkaitan erat dengan prinsip amanah dan mas'uliyah (tanggung jawab). Ketepatan prosedur dan akurasi data mencerminkan kesadaran bahwa setiap tindakan pelayanan memiliki konsekuensi hukum dan moral.

b. Responsiveness dan Tanggung Jawab terhadap Nasabah

Responsiveness terlihat dari kesiapan CS dalam membantu nasabah, memastikan dokumen lengkap sebelum proses dimulai, serta memberikan solusi atas keluhan. Saat terjadi komplain, CS mendengarkan tanpa memotong pembicaraan dan memberikan solusi sesuai kebijakan bank, bahkan berkoordinasi dengan kepala unit jika diperlukan. Dimensi ini menunjukkan bahwa pelayanan tidak sekadar reaktif, tetapi juga solutif. Respons cepat mengurangi ketidakpastian nasabah dan memperkuat persepsi profesionalitas. Dalam teori pelayanan, responsiveness berperan besar dalam membentuk kepuasan karena nasabah cenderung menilai kualitas dari kecepatan dan kesiapan.

Dalam perspektif Islam, responsiveness mencerminkan prinsip mas'uliyah (akuntabilitas). Setiap keluhan diperlakukan sebagai amanah yang harus diselesaikan, bukan dihindari. Namun, efektivitas responsiveness bergantung pada kewenangan dan kecepatan pengambilan keputusan di level unit. Jika koordinasi internal lambat, maka kualitas persepsi nasabah dapat menurun meskipun niat pelayanan sudah baik.

Responsiveness juga berkaitan dengan kemampuan mengantisipasi kebutuhan nasabah sebelum masalah berkembang menjadi keluhan formal. Misalnya, dengan memastikan kelengkapan dokumen sejak awal, Customer Service dapat mencegah proses berulang yang berpotensi menimbulkan ketidakpuasan. Pendekatan proaktif ini menunjukkan bahwa daya tanggap tidak hanya diukur dari kecepatan merespons masalah, tetapi juga dari kemampuan mencegah terjadinya hambatan pelayanan. Dalam praktik perbankan, kejelasan alur informasi dan kepastian waktu penyelesaian menjadi faktor penting dalam menjaga persepsi efisiensi.

Namun demikian, daya tanggap yang optimal memerlukan dukungan struktural, bukan hanya inisiatif individu. Ketersediaan sistem yang stabil, pembagian tugas yang jelas, serta jalur eskalasi yang cepat ketika masalah membutuhkan keputusan atasan menjadi elemen penentu efektivitas responsiveness. Tanpa dukungan tersebut, petugas di garis depan dapat mengalami keterbatasan kewenangan yang menghambat penyelesaian keluhan secara cepat. Oleh karena itu, peningkatan responsiveness harus dipahami sebagai tanggung jawab institusional yang melibatkan koordinasi manajerial dan kesiapan sistem, bukan semata-mata kualitas personal Customer Service.

c. Assurance dan Kepercayaan (Trust Building)

Assurance tercermin dari kemampuan CS memberikan penjelasan rinci tentang produk, biaya administrasi, denda, serta risiko. Informasi disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami agar nasabah benar-benar mengerti sebelum mengambil keputusan. Dimensi assurance mencakup kompetensi, kredibilitas, dan rasa aman yang dirasakan nasabah. Dalam praktiknya, jaminan ini terlihat dari:

1. Penjelasan produk sesuai ketentuan resmi.
2. Tidak adanya manipulasi informasi.
3. Penegasan bahwa semua biaya disampaikan sebelum persetujuan.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, assurance berhubungan langsung dengan prinsip *ṣidq* (kejujuran). Transparansi biaya dan risiko menunjukkan tidak adanya unsur *gharar* (ketidakjelasan) dalam transaksi. Kejujuran ini bukan hanya kewajiban hukum, tetapi juga kewajiban moral. Namun, perlu dicermati bahwa assurance sejati tidak hanya bergantung pada komunikasi verbal, tetapi juga pada konsistensi pengalaman nasabah di tahap berikutnya. Jika janji awal tidak sesuai realisasi (misalnya proses lebih lama dari yang dijelaskan), maka trust dapat tergerus.

Selain itu, assurance juga berkaitan dengan kompetensi dan integritas petugas dalam menyampaikan informasi. Kejelasan penjelasan mengenai produk, biaya administrasi, risiko, serta hak dan kewajiban nasabah harus didasarkan pada pemahaman yang memadai terhadap ketentuan internal bank. Ketika Customer Service mampu menjawab pertanyaan secara tepat dan tidak ragu-ragu, hal tersebut memperkuat persepsi profesionalitas dan kredibilitas institusi. Dalam konteks etika Islam, kompetensi yang baik merupakan bagian dari amanah, karena memberikan informasi yang keliru atau setengah benar dapat menimbulkan kerugian bagi pihak lain.

Di sisi lain, assurance juga menuntut konsistensi antara kebijakan tertulis dan praktik di lapangan. Jika terdapat perbedaan antara informasi yang disampaikan dengan pengalaman aktual nasabah, maka potensi ketidakpuasan akan meningkat dan dapat merusak reputasi bank. Oleh karena itu, pengawasan internal, pembaruan informasi produk secara berkala, serta koordinasi antarbagian menjadi faktor penting dalam menjaga kesinambungan antara komunikasi awal dan realisasi pelayanan. Assurance yang kuat pada akhirnya tidak hanya membangun kepercayaan sesaat, tetapi menciptakan hubungan yang berkelanjutan berbasis integritas dan kepastian.

d. Empathy dan Implementasi Ihsan

Empathy terlihat jelas dalam pelayanan terhadap nasabah lansia atau yang kurang memahami prosedur. CS memberikan penjelasan secara perlahan, membantu pengisian formulir, dan memastikan pemahaman sebelum nasabah meninggalkan meja pelayanan. Dalam teori kualitas pelayanan, empathy merupakan kemampuan memberikan perhatian personal dan memahami kondisi unik setiap nasabah. Dimensi ini penting karena jasa perbankan sering kali melibatkan keputusan finansial yang sensitif.

Dalam perspektif Islam, praktik ini mencerminkan nilai ihsan, yaitu memberikan pelayanan terbaik melebihi standar minimal. Ihsan berarti bekerja dengan kesungguhan dan kepedulian, bukan sekadar menjalankan kewajiban formal. Pelayanan terhadap lansia yang dilakukan dengan sabar menunjukkan adanya kesadaran moral, bukan hanya kepatuhan prosedural. Namun demikian, empati harus tetap diimbangi dengan profesionalitas agar tidak menimbulkan ketergantungan atau pelanggaran prosedur.

Selain itu, penerapan empati juga berkontribusi langsung terhadap peningkatan kepercayaan dan loyalitas nasabah. Ketika nasabah merasa dipahami dan dihargai secara personal, persepsi terhadap kualitas pelayanan tidak hanya dinilai dari aspek teknis, tetapi juga dari pengalaman emosional yang diperoleh. Dalam konteks perbankan, di mana keputusan yang diambil sering berkaitan dengan keamanan dana dan perencanaan keuangan, pendekatan yang humanis dapat mengurangi kecemasan serta meningkatkan rasa aman. Dengan demikian, empati berfungsi sebagai penguat hubungan jangka panjang antara nasabah dan institusi.

Namun, empati yang tidak terkontrol juga berpotensi menimbulkan risiko jika tidak disertai batasan profesional. Customer Service tetap harus menjaga objektivitas, mematuhi standar verifikasi, serta menghindari tindakan yang dapat melanggar kebijakan, meskipun dengan alasan membantu. Oleh karena itu, keseimbangan antara kepedulian dan kepatuhan prosedural menjadi kunci. Empati yang ideal adalah empati yang terstruktur—memberikan perhatian personal tanpa mengabaikan prinsip kehati-hatian, akuntabilitas, dan keamanan transaksi.

e. Tangible dan Profesionalitas Institusional

Dimensi tangible dalam pelayanan di BRI Unit Dukuwaluh tercermin dari penampilan petugas yang rapi dan profesional, penggunaan seragam sesuai standar perusahaan, serta sikap tubuh dan bahasa nonverbal yang menunjukkan kesiapan melayani. Selain itu, fasilitas fisik seperti ruang tunggu yang bersih dan tertata, sistem antrian yang terorganisir, meja pelayanan yang tertib, serta ketersediaan sarana pendukung (formulir, brosur produk, mesin antrian, dan perangkat komputer yang memadai) turut membentuk persepsi awal nasabah. Dalam industri jasa, kesan pertama sangat menentukan tingkat kepercayaan; lingkungan yang teratur dan modern memberi sinyal bahwa lembaga memiliki manajemen yang baik dan sistem yang dapat diandalkan.

Penggunaan sistem digital terintegrasi juga merupakan bagian dari aspek tangible karena mencerminkan kesiapan infrastruktur teknologi dalam mendukung pelayanan cepat dan akurat. Sistem yang stabil dan minim gangguan teknis membantu mempercepat proses transaksi serta mengurangi risiko kesalahan administratif. Sebaliknya, gangguan sistem atau fasilitas yang kurang memadai dapat langsung menurunkan persepsi profesionalitas, meskipun kualitas komunikasi petugas sudah baik.

Dalam perspektif etika Islam, aspek tangible dapat dikaitkan dengan prinsip menjaga kemaslahatan dan menghindarkan kesulitan (*raf' al-haraj*). Penyediaan fasilitas yang nyaman dan tertata bukan hanya soal estetika, tetapi bagian dari tanggung jawab moral untuk memudahkan urusan orang lain. Lingkungan yang bersih dan teratur juga mencerminkan nilai kedisiplinan dan kesungguhan dalam bekerja. Namun demikian, tangible tetap merupakan dimensi pendukung. Fasilitas fisik yang baik tidak akan memiliki nilai strategis jika tidak disertai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam pelayanan. Loyalitas jangka panjang lebih ditentukan oleh integritas etis daripada sekadar kemegahan fasilitas.

f. Keadilan ('Adl) dan Non-Diskriminasi

Pelayanan di BRI Unit Dukuwaluh dilaksanakan berdasarkan sistem antrian yang berlaku umum, tanpa membedakan latar belakang sosial, tingkat ekonomi, usia, maupun profesi nasabah. Setiap nasabah dilayani sesuai urutan kedatangan dan prosedur yang telah ditetapkan. Standar informasi, persyaratan dokumen, serta proses verifikasi diterapkan secara sama, sehingga tidak terdapat perlakuan khusus yang bersifat personal atau subjektif. Pola ini menunjukkan adanya sistem pelayanan yang berbasis aturan (*rule-based service*), bukan berbasis kedekatan atau preferensi individu petugas.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, prinsip 'adl (keadilan) menuntut perlakuan yang proporsional dan tidak diskriminatif. Keadilan bukan berarti menyamaratakan semua kondisi, tetapi memastikan bahwa setiap keputusan didasarkan pada ketentuan yang sah dan rasional. Memberikan perlakuan istimewa tanpa dasar kebijakan resmi dapat merusak kepercayaan publik dan mencederai integritas institusi. Oleh karena itu, konsistensi dalam menerapkan sistem antrian mencerminkan komitmen terhadap keadilan prosedural (*procedural justice*).

Namun, dalam praktik industri perbankan modern, segmentasi nasabah seperti layanan prioritas atau reguler merupakan hal yang umum. Segmentasi tersebut pada dasarnya sah selama didasarkan pada kebijakan resmi perusahaan dan dikomunikasikan secara terbuka kepada nasabah. Dalam kerangka etika Islam, segmentasi dapat dibenarkan apabila transparan, tidak melanggar hak nasabah lain, dan tetap menjaga standar pelayanan minimum bagi seluruh kategori. Yang menjadi persoalan etis adalah ketika perlakuan berbeda muncul karena faktor subjektif, kedekatan personal, atau pertimbangan nonformal. Oleh karena itu, keadilan dalam pelayanan bukan hanya soal sistem antrian, tetapi juga konsistensi dalam menegakkan kebijakan tanpa penyimpangan.

g. Amanah dan Perlindungan Data Nasabah

Data nasabah di BRI Unit Dukuwaluh dijaga secara ketat melalui mekanisme verifikasi identitas sebelum informasi apa pun diberikan. Informasi saldo, mutasi rekening, maupun perubahan data pribadi hanya dapat diakses setelah proses konfirmasi

sesuai prosedur, seperti pencocokan identitas dan validasi data pada sistem. Customer Service tidak diperkenankan menyampaikan informasi kepada pihak lain tanpa persetujuan resmi nasabah. Praktik ini menunjukkan adanya pembatasan akses informasi serta kepatuhan terhadap standar operasional yang mengatur perlindungan kerahasiaan data.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, perlindungan data merupakan bentuk nyata dari prinsip amanah, yakni menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh nasabah. Kepercayaan tersebut tidak hanya terkait keamanan dana, tetapi juga keamanan informasi pribadi yang bersifat sensitif. Penyalahgunaan atau kebocoran data bukan hanya melanggar ketentuan hukum dan regulasi perbankan, tetapi juga bertentangan dengan nilai moral Islam karena merusak kepercayaan (trust) yang menjadi fondasi transaksi. Dalam konteks digitalisasi perbankan yang semakin kompleks, implementasi amanah tidak cukup bergantung pada integritas individu Customer Service, melainkan harus didukung oleh sistem keamanan teknologi informasi yang kuat, pengawasan internal, serta pembaruan prosedur secara berkala untuk meminimalkan risiko kebocoran data dan penyalahgunaan informasi.

h. Tantangan Operasional dan Konsistensi Etika

Tantangan utama dalam implementasi kualitas pelayanan di BRI Unit Dukuhwaluh muncul pada saat terjadi lonjakan jumlah nasabah, terutama pada jam-jam sibuk seperti awal bulan atau menjelang batas waktu transaksi tertentu. Kondisi ini meningkatkan tekanan waktu bagi Customer Service karena harus melayani lebih banyak nasabah dalam durasi yang terbatas. Dampaknya tidak hanya pada lamanya antrean, tetapi juga berpotensi memengaruhi kualitas interaksi, seperti penjelasan produk yang menjadi lebih singkat, berkurangnya intensitas komunikasi dua arah, serta menurunnya tingkat empati akibat fokus pada percepatan penyelesaian transaksi. Jika tidak dikelola dengan baik, situasi ini dapat menggeser orientasi pelayanan dari kualitas ke sekadar kuantitas.

Dalam kondisi tersebut, konsistensi etika menjadi aspek yang paling diuji. Nilai kejujuran, kesabaran, dan tanggung jawab tidak boleh bersifat situasional, melainkan harus tetap diterapkan meskipun dalam tekanan operasional. Upaya peningkatan melalui pelatihan berkala, briefing rutin sebelum pelayanan, serta evaluasi kinerja menunjukkan adanya kesadaran manajerial terhadap pentingnya perbaikan berkelanjutan (continuous improvement). Namun secara strategis, peningkatan volume nasabah tanpa diimbangi penyesuaian kapasitas sumber daya manusia, pembagian tugas yang proporsional, atau optimalisasi sistem antrean digital dapat menimbulkan beban kerja berlebih (work overload). Oleh karena itu, efisiensi sistem harus berjalan seiring dengan manajemen beban kerja dan perencanaan SDM yang adaptif agar kualitas pelayanan dan standar etika tetap terjaga secara konsisten dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di BRI Unit Dukuhwaluh telah dilaksanakan sesuai standar operasional yang ditetapkan dan menunjukkan kesesuaian dengan dimensi kualitas pelayanan, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible. Keandalan terlihat dari ketepatan prosedur dan penggunaan sistem terintegrasi; daya tanggap tercermin dalam penanganan keluhan dan kesiapan membantu nasabah; jaminan diwujudkan melalui transparansi informasi produk dan biaya; empati tampak dalam pelayanan terhadap nasabah lansia; serta aspek fisik (tangible) tercermin dari profesionalitas penampilan dan fasilitas yang tertata.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, praktik pelayanan tersebut secara umum selaras dengan prinsip *ṣiḍq* (kejujuran), amanah (menjaga kepercayaan dan kerahasiaan data), *‘adl* (keadilan dalam pelayanan tanpa diskriminasi), *mas’uliyah* (tanggung jawab dalam menyelesaikan keluhan), dan *ihsan* (memberikan pelayanan terbaik). Meskipun demikian, tantangan operasional seperti lonjakan nasabah pada jam sibuk berpotensi memengaruhi konsistensi kualitas dan penerapan nilai etis. Oleh karena itu, diperlukan penguatan manajemen

beban kerja, peningkatan kapasitas SDM, serta internalisasi nilai etika sebagai budaya kerja agar kualitas pelayanan tidak hanya memenuhi standar administratif, tetapi juga mencerminkan integritas moral secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak Bank Rakyat Indonesia Unit Dukuwaluh yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian, serta kepada Customer Service yang telah bersedia menjadi informan dan memberikan informasi secara terbuka.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, kritik, dan saran dalam penyusunan penelitian ini. Tidak lupa kepada keluarga dan seluruh pihak yang telah memberikan dukungan moral maupun motivasi selama proses penyusunan karya ilmiah ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian kualitas pelayanan dan etika bisnis Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, T., Gustina, G., & Yuanita, I. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BNI Cabang Kota Solok. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 10(2), 85–96. <https://doi.org/10.52333/kompetitif.v10i2.1174>
- Anisa, M. N. (2024). Customer satisfaction in Islamic banking: The role of service quality. *M-IEC Journal*, 3(2), 112–125. <https://doi.org/10.18860/miec.v3i2.28815>
- Aprianti, V., & Mu'arrif, Z. I. (2025). Assessing sharia-based service quality for sustainable banking management in Islamic financial institutions. *Banco: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.35905/banco.v7i1.14704>
- Beekun, R. I., & Badawi, J. A. (2020). *Islamic Business Ethics*. International Institute of Islamic Thought.
- Chapra, M. U. (2021). *Islam and the Economic Challenge*. Islamic Foundation.
- Customer Service Bank Rakyat Indonesia Unit Dukuwaluh. (2026, 12 Februari). *Wawancara mengenai implementasi kualitas pelayanan dan etika pelayanan perbankan* [Wawancara pribadi].
- Hassan, A. (2021). Islamic ethical principles in banking practices. *Journal of Islamic Business Research*, 13(2), 155–170.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). Sage Publications.
- Nurudin, M., Muyassarrah, Z. R. A., Rahma, Z., & Fitri, M. (2025). E-service quality, Islamic service, and branding in building customer loyalty of Islamic banks. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(1), 45–60. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i1.3472>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101–110.
- Sulistiyawan, E., Suharyanto, S., Zuhroh, R. S., & Putri, Z. R. A. (2024). The role of Islamic banking service quality on customer satisfaction in increasing customer retention. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 8(1), 210–225. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v8i1.15472>
- Wijaya, E. (2023). Trust, satisfaction, and loyalty of Islamic bank customers. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 623–635. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2023.021.03.10>