



Makna Nilai-Nilai Syariah dalam Pelayanan Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI): Studi Fenomenologi

Ishma Nurhasanah¹, Juliana Putri²

Universitas Islam Negeri Sultanah Nahrasiyah Lhokseumawe

Email:¹ishmanurhasanah05@gmail.com

²julianaputri@uinsuna.ac.id

Abstract

This study aims to explore the meaning and implementation of Islamic values in customer service at Bank Syariah Indonesia (BSI). The focus is on how employees internalize Islamic principles such as amanah (trustworthiness), sidq (honesty), adl (justice), ta'awun (mutual help), and ihsan (excellence) in their daily work practices. The research employed a qualitative phenomenological approach to understand employees' subjective experiences in applying Sharia-based values in customer service. Data were collected through in-depth interviews, field observations, and documentation of service activities at selected BSI branches. The findings reveal that Islamic values serve as both moral and spiritual foundations shaping Islamic work ethics within BSI. The values of amanah and sidq promote transparency and trust between employees and customers, while adl ensures fairness in every service process. Furthermore, ta'awun and ihsan are reflected in the spirit of teamwork, empathy, and a sincere commitment to providing the best service as an act of worship to Allah SWT. However, several challenges were identified, including business target pressures and limited continuity in spiritual development programs. Therefore, strengthening Islamic values through regular training, moral coaching, and spiritually oriented leadership is essential. The application of these values not only enhances service quality but also reinforces BSI's image as an Islamic financial institution grounded in justice, trust, and divine blessings.

Keywords: Bank Syariah Indonesia, Islamic Values, Customer Service, Phenomenology, Islamic Work Ethics



Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami makna penerapan nilai-nilai syariah dalam pelayanan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI). Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana pegawai menginternalisasi nilai-nilai Islam seperti amanah (kepercayaan), sidq (kejujuran), adl (keadilan), ta'awun (tolong-menolong), dan ihsan (pelayanan terbaik) dalam praktik kerja sehari-hari. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif fenomenologi, yang bertujuan menggali pengalaman subjektif pegawai dalam memberikan pelayanan berbasis nilai-nilai syariah. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, serta dokumentasi terhadap kegiatan pelayanan di kantor cabang BSI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai syariah telah menjadi pedoman moral dan spiritual dalam membentuk etika kerja Islami di lingkungan BSI. Nilai amanah dan sidq menciptakan transparansi serta kepercayaan antara pegawai dan nasabah, sedangkan nilai adl memperkuat prinsip keadilan dalam pelayanan. Selain itu, nilai ta'awun dan ihsan tercermin melalui budaya kerja sama, empati, dan semangat memberikan pelayanan terbaik sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT. Meskipun demikian, ditemukan beberapa tantangan seperti tekanan target bisnis dan kurangnya pembinaan spiritual yang berkesinambungan. Oleh karena itu, diperlukan upaya penguatan nilai-nilai syariah melalui pelatihan, pembinaan moral, serta kepemimpinan yang berorientasi pada spiritualitas kerja. Penerapan nilai-nilai tersebut tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan, tetapi juga memperkuat citra BSI sebagai lembaga keuangan yang berlandaskan prinsip keadilan dan keberkahan dalam Islam.

Kata Kunci: *Bank Syariah Indonesia, Nilai Syariah, Pelayanan Nasabah, Fenomenologi, Etika Islam*

A. PENDAHULUAN

Sistem perbankan syariah di Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap prinsip keuangan yang beretika dan bebas riba. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023), total aset perbankan syariah nasional mencapai lebih dari Rp 740 triliun dengan tingkat pertumbuhan tahunan sekitar 15%. Meskipun demikian, pangsa pasar perbankan syariah masih berada di bawah 10% dari total aset perbankan nasional, menunjukkan bahwa penguatan nilai dan kualitas layanan menjadi



kebutuhan utama untuk menarik minat masyarakat (OJK, 2023).

Bank Syariah Indonesia (BSI) yang berdiri pada tahun 2021 merupakan hasil merger tiga bank syariah besar: BNI Syariah, BRI Syariah, dan Mandiri Syariah. Keberadaan Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi tonggak penting bagi perkembangan ekonomi syariah di Indonesia karena diharapkan mampu menghadirkan layanan keuangan modern yang berlandaskan nilai-nilai Islam (Antonio, 2021).

Dalam Islam, keberhasilan lembaga keuangan tidak hanya diukur dari aspek keuntungan finansial, tetapi juga dari sejauh mana nilai-nilai moral dan spiritual Islam diimplementasikan dalam kegiatan operasionalnya. Prinsip-prinsip seperti *amanah* (kepercayaan), *adl* (keadilan), *sidq* (kejujuran), *ihsan* (pelayanan terbaik), dan *ta'awun* (tolong-menolong) menjadi dasar etika kerja Islami yang harus diinternalisasi dalam budaya organisasi (Chapra, 2019).

Namun, dalam praktiknya, nilai-nilai tersebut belum sepenuhnya diimplementasikan secara konsisten. Penelitian oleh Lestari dan Afifah (2024) menunjukkan bahwa sebagian nasabah masih menilai pelayanan bank syariah tidak berbeda secara signifikan dengan bank konvensional. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara nilai ideal yang diharapkan dengan praktik pelayanan yang diterapkan di lapangan. Dalam realitas kerja, pegawai perbankan syariah dihadapkan pada tekanan target dan tuntutan produktivitas tinggi yang dapat memengaruhi orientasi pelayanan. Jika tidak diimbangi dengan kesadaran spiritual dan budaya nilai yang kuat, pelayanan berpotensi kehilangan makna syariahnya. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menggali bagaimana nilai-nilai syariah dimaknai, diinternalisasi, dan diterapkan dalam praktik pelayanan di Bank Syariah Indonesia (BSI).

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi karena berfokus pada pengalaman subjektif manusia. Menurut Creswell dan Poth (2018), fenomenologi bertujuan untuk memahami esensi dari pengalaman hidup seseorang terhadap suatu fenomena. Dalam konteks penelitian ini, fenomenologi digunakan untuk memahami pengalaman pegawai dan nasabah dalam memaknai nilai-nilai syariah di lingkungan kerja Bank Syariah Indonesia (BSI). Dengan memahami makna nilai-nilai syariah dari perspektif pelaku langsung, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan teori manajemen berbasis nilai Islam dan menjadi masukan praktis bagi lembaga keuangan syariah.



dalam memperkuat etika pelayanan yang sejalan dengan syariah.

B. LANDASAN TEORI

1. Nilai-nilai Syariah dalam Pelayanan Perbankan.

Konsep nilai dalam Islam bersumber dari Al-Qur'an dan hadis yang menjadi pedoman moral bagi seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan pelayanan. Menurut Chapra (2019), nilai-nilai Islam seperti amanah (kepercayaan), *adl* (keadilan), *sidq* (kejujuran), *ta'awun* (tolong-menolong), dan *ihsan* (pelayanan terbaik) merupakan fondasi moral dalam sistem ekonomi Islam. Nilai-nilai tersebut menjadi acuan dalam membangun interaksi yang beretika, adil, dan penuh keberkahan antara lembaga keuangan dan nasabahnya. Nilai amanah memiliki dasar kuat dalam Al-Qur'an. Allah SWT berfirman: *"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya..."* (QS. An-Nisa [4]: 58). Ayat tersebut menegaskan bahwa menjaga amanah bukan hanya kewajiban sosial, tetapi juga tanggung jawab spiritual. Dalam konteks pelayanan di perbankan syariah amanah berarti menjaga kepercayaan nasabah dalam pengelolaan dana dan informasi secara profesional dan transparan (Nasution, 2022).

Nilai *sidq* (kejujuran) merupakan karakter utama seorang Muslim, sebagaimana sabda Nabi Muhammad SAW: *"Sesungguhnya kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan membawa ke surga."* (HR. Bukhari dan Muslim). Dalam pelayanan di perbankan syariah, kejujuran diwujudkan melalui penyampaian informasi produk secara jelas, tanpa manipulasi maupun tekanan kepada nasabah (Aisyah, 2018). Nilai *adl* (keadilan) menjadi prinsip pokok dalam ekonomi Islam, sebagaimana ditegaskan dalam firman Allah SWT: *"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan..."* (QS. An-Nahl [16]: 90). Keadilan dalam pelayanan di perbankan syariah berarti memperlakukan seluruh nasabah secara setara, tanpa mendiskriminasi berdasarkan status sosial, ekonomi, atau latar belakang agama. Nilai *ta'awun* (tolong-menolong) juga merupakan prinsip penting dalam hubungan sosial ekonomi. Allah SWT berfirman: *"Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan."* (QS. Al-Ma'idah [5]: 2). Dalam konteks pelayanan di perbankan syariah, *ta'awun* dapat diartikan sebagai semangat kolaborasi antara pegawai dan nasabah untuk mencapai kemaslahatan bersama (Hassan & Harahap, 2020).

Nilai *ihsan* berarti memberikan pelayanan terbaik dengan niat ibadah kepada Allah SWT. Dalam hadis disebutkan: *"Sesungguhnya Allah mewajibkan berlaku ihsan atas segala sesuatu."* (HR. Muslim). Nilai *ihsan* mengarahkan pegawai bank syariah untuk tidak hanya



profesional secara teknis, tetapi juga ikhlas dalam memberikan layanan yang bermanfaat dan penuh empati (Rifqi & Rahman, 2023).

Demikian, penerapan nilai-nilai syariah dalam pelayanan bukan sekadar etika kerja, melainkan manifestasi dari perintah agama yang menyatukan dimensi spiritual dan profesional.

2. Kualitas Layanan Syariah (*Islamic Service Quality*).

Konsep *Islamic Service Quality* merupakan pengembangan dari teori kualitas layanan (*service quality*) yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Menurut Ahmed, Islam, dan Mohiuddin (2017), kualitas layanan syariah mencakup enam dimensi utama yang dikenal dengan model CARTER: *Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, dan Responsiveness*. Di antara dimensi tersebut, *compliance* atau kepatuhan terhadap prinsip syariah menjadi pembeda utama bank syariah dari bank konvensional. Aisyah (2018) menegaskan bahwa tingkat kepatuhan terhadap prinsip syariah dan penerapan nilai Islam yang konsisten memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya menekankan aspek kecepatan dan kenyamanan, tetapi juga kejujuran, keadilan, dan keberkahan dalam setiap interaksi. Secara normatif, prinsip kualitas layanan dalam Islam juga ditegaskan dalam Al-Qur'an, "*Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil.*" (QS. Al-An'am [6]: 152). Ayat ini menegaskan pentingnya kejujuran dan keadilan dalam transaksi ekonomi sebagai wujud dari kualitas layanan yang diridhai Allah SWT.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi yang bertujuan untuk memahami pengalaman dan pemaknaan individu terhadap penerapan nilai-nilai syariah dalam praktik pelayanan perbankan. Pendekatan ini dipilih karena dianggap paling tepat untuk menggali makna subjektif dan pengalaman spiritual yang tidak dapat dijelaskan melalui data kuantitatif. Fenomenologi memungkinkan peneliti mendalami bagaimana partisipan menghayati nilai-nilai Islam dalam konteks pelayanan serta bagaimana makna tersebut membentuk perilaku mereka dalam bekerja dan berinteraksi dengan nasabah (Creswell & Poth, 2018).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Guba & Lincoln, 2013). Pendekatan kualitatif digunakan untuk meneliti suatu fenomena dalam situasi alami secara mendalam dan



rasional sehingga dapat dijangkau oleh penalaran manusia. Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen kunci yang terlibat langsung dalam proses pengumpulan dan interpretasi data.

D. PEMBAHASAN DAN HASIL

1. Penerapan Nilai Amanah, Sidq, dan Adl dalam Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI)

Nilai *amanah* (kepercayaan) menjadi inti dalam budaya kerja pegawai BSI. Berdasarkan hasil observasi, pegawai berupaya menjaga kepercayaan nasabah dengan melaksanakan setiap tugas secara hati-hati, jujur, dan bertanggung jawab. Mereka memastikan bahwa seluruh informasi produk dan akad disampaikan secara terbuka, sesuai prinsip *sidq* (kejujuran). Keterbukaan ini memperkuat kepercayaan nasabah terhadap sistem perbankan syariah karena mencerminkan integritas lembaga dalam menjaga prinsip keadilan (*adl*) dalam transaksi (Chapra, 2019; Nasution, 2022).

Nilai-nilai tersebut tampak dalam penerapan prinsip pelayanan yang adil bagi semua nasabah, tanpa memandang latar belakang sosial dan ekonomi. Pegawai BSI memperlakukan seluruh nasabah dengan sikap yang sama, baik dalam kecepatan pelayanan maupun dalam pemberian solusi atas kendala transaksi. Prinsip *adl* di sini menjadi pedoman moral agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Temuan ini memperkuat pandangan Aisyah (2018) bahwa keadilan dan kejujuran merupakan kunci utama dalam membangun loyalitas dan kepuasan nasabah di bank syariah.

2. Implementasi Nilai Ta'awun dan Ihsan dalam Hubungan Nasabah dan Pegawai

Nilai *ta'awun* (tolong-menolong) terlihat dari semangat kebersamaan antarpegawai serta kepedulian terhadap kebutuhan nasabah. Pegawai BSI bekerja dengan koordinasi yang baik, saling membantu ketika beban kerja meningkat, dan memberikan dukungan bagi nasabah yang menghadapi kendala keuangan. Sikap ini menunjukkan penerapan nilai sosial Islam dalam konteks profesional, di mana kerja sama dilakukan bukan semata-mata untuk efisiensi, tetapi juga sebagai bentuk ibadah (Hassan & Harahap, 2020).

Selain itu, nilai *ihsan* (pelayanan terbaik) menjadi prinsip dasar dalam membangun kualitas layanan. Pegawai berupaya memberikan pelayanan yang sopan, ramah, cepat, dan penuh empati. Observasi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pegawai menampilkan etika pelayanan Islami seperti menyapa nasabah dengan salam, menggunakan bahasa yang santun, dan menunjukkan kepedulian terhadap kenyamanan nasabah. Hal ini sejalan dengan pandangan Rifqi dan Rahman (2023) bahwa *ihsan* merupakan wujud



profesionalitas spiritual yang menumbuhkan kesadaran bahwa setiap pelayanan adalah bagian dari ibadah kepada Allah SWT.

3. Tantangan dalam Penerapan Nilai Syariah di Lingkungan Kerja BSI

Meskipun nilai-nilai syariah telah diimplementasikan dalam berbagai aspek pelayanan, penelitian ini menemukan beberapa kendala yang masih perlu mendapat perhatian. Tekanan pencapaian target bisnis membuat sebagian pegawai cenderung berorientasi pada hasil kuantitatif dibandingkan kualitas spiritual pelayanan. Kondisi ini menunjukkan perlunya keseimbangan antara aspek profesional dan moral dalam sistem kerja BSI (Antonio, 2021; Rifqi & Rahman, 2023).

Selain itu, kegiatan pelatihan tentang nilai-nilai syariah dan etika pelayanan belum dilaksanakan secara rutin di seluruh cabang. Sebagian pegawai baru masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai nilai-nilai Islam dalam konteks pelayanan profesional. Temuan ini menunjukkan perlunya pembinaan spiritual yang berkelanjutan melalui pelatihan, kajian keislaman, dan penguatan budaya organisasi berbasis nilai syariah (OJK, 2023).

Secara keseluruhan, penerapan nilai *amanah*, *sidq*, *adl*, *ta'awun*, dan *ihsan* telah memberikan dampak positif terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah. Nilai-nilai tersebut menjadikan BSI tidak hanya sebagai lembaga keuangan, tetapi juga sebagai institusi dakwah yang menanamkan prinsip Islam dalam praktik ekonomi modern. Dengan penguatan pelatihan spiritual dan pengawasan etika kerja, penerapan nilai-nilai syariah diharapkan dapat menjadi budaya organisasi yang berkelanjutan.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa penerapan nilai-nilai syariah dalam pelayanan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki peran penting dalam membentuk budaya kerja Islami yang berlandaskan etika dan spiritualitas. Nilai-nilai seperti *amanah*, *sidq*, *adl*, *ta'awun*, dan *ihsan* tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga menjadi landasan perilaku pegawai dalam menjalankan tanggung jawab profesional mereka.

Penerapan nilai *amanah* dan *sidq* memperkuat kepercayaan serta transparansi dalam hubungan antara pegawai dan nasabah, sedangkan nilai *adl* menumbuhkan keadilan dan kesetaraan dalam pelayanan. Nilai *ta'awun* mendorong kerja sama dan empati dalam menyelesaikan masalah nasabah, sementara *ihsan* mencerminkan semangat pelayanan terbaik yang didasari niat ibadah kepada Allah SWT. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa penerapan nilai-nilai syariah di BSI masih menghadapi beberapa kendala, seperti tekanan target bisnis dan keterbatasan pembinaan spiritual yang berkelanjutan. Oleh



karena itu, dibutuhkan strategi penguatan nilai-nilai keislaman melalui pelatihan rutin, pembinaan akhlak kerja, dan kepemimpinan berbasis spiritual agar nilai-nilai syariah dapat terinternalisasi secara konsisten dalam budaya organisasi. Dengan demikian, penerapan nilai-nilai syariah yang menyatu dalam praktik pelayanan bukan hanya akan meningkatkan kualitas hubungan dengan nasabah, tetapi juga memperkuat citra BSI sebagai lembaga keuangan yang berorientasi pada keberkahan dan keadilan sosial sesuai prinsip Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S., Islam, R., & Mohiuddin, M. (2017). *Service Quality, Shariah Compliance and Customer Satisfaction of Islamic Banking Services in Malaysia*. *Turkish Journal of Islamic Economics*, 4(2), 71–82.
- Aisyah, M. (2018). *Islamic Bank Service Quality and Its Impact on Indonesian Customers' Satisfaction and Loyalty*. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 10(2), 367–388.
- Ali, A. J., & Al-Owaihian, A. (2008). *Islamic Work Ethic: A Critical Review*. *Cross Cultural Management*, 15(1), 5–19.
- Antonio, M. S. (2021). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). *Thematic Analysis: A Practical Guide*. London: SAGE Publications.
- Chapra, M. U. (2019). *Islamic Economics: What It Is and How It Developed*. Jeddah: Islamic Research and Training Institute.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (2013). *Competing Paradigms in Qualitative Research*. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Landscape of Qualitative Research* (pp. 105–117). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Hassan, A., & Harahap, S. S. (2020). *Etika dan Nilai dalam Perbankan Syariah*. *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia*, 7(2), 143–157.
- Lestari, S., & Afifah, L. N. (2024). *Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Syariah dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BSI KCP Sumberrejo)*. *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 4(1), 42–51.
- Nasution, A. (2022). *Transparansi Informasi sebagai Implementasi Nilai Amanah pada Bank Syariah*. *Jurnal Keuangan Syariah Indonesia*, 9(3), 227–239.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). *Laporan Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia 2023*. Jakarta: OJK.
- Rifqi, M., & Rahman, F. (2023). *Integrasi Nilai Spiritual dalam Sistem Manajemen Kinerja Bank Syariah*. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 15(1), 55–68.



- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yetti, F. D. (2025). Efektivitas Strategi Pemasaran Bank Syariah dalam Menarik Nasabah (Studi Kasus di Bank Syariah Indonesia KC Pekanbaru Harapan Raya). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(1), 2123-2138.
- Widuri, A. F., & Saripudin, U. (2024). Penerapan Etika Ekonomi Islam dalam Pembiayaan Mudharabah: Studi Kualitatif pada BSI KCP Samarinda Seberang. *Tijarah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2).