

Kualiti Perkhidmatan Menurut Perspektif Islam

Muhamad Faisal Bahari,
Kolej Universiti Islam Sultan Azlan Shah,
Kuala Kangsar, Perak, Malaysia. emel:faisal@kuisas.edu.my

Mohd Rizal Muwazir
Jabatan Syariah dan Pengurusan, Akademi Pengajian Islam,
Universiti Malaya, Kuala Lumpur, Malaysia.
emel: mrmkl@um.edu.my

Abstrak: Kualiti perkhidmatan memainkan peranan yang penting dalam memastikan sesebuah organisasi mampu bersaing dan mengekalkan prestasi yang cemerlang. Kertas kerja ini cuba melihat teori kualiti perkhidmatan dari sudut pandangan dan perspektif syariat Islam. Penulis akan menghuraikan konsep kualiti dalam perkhidmatan serta teori-teori kualiti perkhidmatan yang telah dibina oleh para sarjana terdahulu. Seterusnya, penulisan ini membincangkan kualiti perkhidmatan menurut perspektif Islam dengan mengambil lima dimensi kualiti perkhidmatan iaitu kepatuhan, kebolehpercayaan, kecekapan, ketara dan empati sebagai ukuran. Hasilnya, kelima-lima dimensi ini menepati saranan dan galakan yang dianjurkan oleh syariat Islam.

Kata kunci: Kualiti perkhidmatan, Islam

1.0 Pendahuluan

Kualiti perkhidmatan memainkan peranan yang penting dalam industri perkhidmatan seperti perkhidmatan perbankan. Ini adalah kerana kualiti perkhidmatan yang baik merupakan salah satu strategi persaingan yang dapat meningkatkan pendapatan syarikat [1]. Perkhidmatan yang berkualiti menjadi sebahagian daripada perkara asas kepada organisasi untuk berjaya dalam industri ini. Kesedaran untuk meningkatkan kualiti dalam setiap perkhidmatan yang disediakan kini bukan lagi menjadi perkara mudah malah ia menjadi satu tanggungjawab

yang berat untuk dilaksanakan kepada organisasi yang menawarkan perkhidmatan tersebut [2].

Dalam menghasilkan perkhidmatan yang berkualiti, Islam telah meletakkan asas yang kukuh bersandarkan dalil naqli. Ini berdasarkan hadis Nabi Muhammad S.A.W. yang bermaksud :

“Sesungguhnya Allah menyukai seseorang jika apabila kamu melakukan sesuatu tugas, maka kamu akan melakukannya dengan ‘itqan’”. [3].

Berdasarkan hadis di atas, maka kita dapat melihat bahawa suruhan dari Nabi Muhammad sendiri amat menggalakkan tuntutan *itqan*. Konsep *itqan* ini amat berkait rapat dengan pembudayaan kualiti diri. Istiqamah dan tekun dalam melaksanakan sesuatu tugas yang diberikan akan memberikan impak positif iaitu akan diredhai dan disukai oleh Allah S.W.T.

Kualiti perkhidmatan yang baik merupakan antara perkara yang penting menurut perspektif Islam. Ini sejajar dengan firman Allah yang bermaksud :

“Kamu (umat Muhammad S.A.W.) adalah sebaik-baik umat yang dilahirkan bagi umat manusia, kamu menyuruh berbuat baik dan melarang daripada segala perkara yang salah (mungkar) serta kamu pula beriman kepada Allah.” [4].

Agama Islam menyuruh umatnya sentiasa melakukan kebaikan kepada manusia yang lain. Ini termasuklah memberi perkhidmatan yang berkualiti kepada para pelanggan. Kualiti perkhidmatan yang terbaik akan terhasil apabila wujud satu keyakinan bahawa Allah sentiasa mengawasi pekerjaan dan melihatnya walau di mana jua. Firman Allah SWT yang bermaksud :

"Dan katakanlah bekerjalah kamu, maka Allah dan RasulNya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu ... [5]

Hassan berpendapat bahawa pandangan Islam terhadap kualiti adalah menyeluruh iaitu kualiti adalah proses yang membawa natijah positif untuk kecemerlangan prestasi dalam kesemua aspek kehidupan manusia. Usaha serius hendaklah dilakukan untuk mencapai bukan sahaja standard kualiti yang memuaskan hati pelanggan, tetapi juga individu, organisasi dan masyarakat [6].

Kertas kerja ini cuba untuk melihat keperluan kepada kualiti perkhidmatan yang cemerlang menurut perspektif Islam dengan penekanan tertumpu kepada lima dimensi kualiti perkhidmatan iaitu kepatuhan, kebolehpercayaan, kecekapan, ketara dan empati. Dimensi-dimensi kualiti perkhidmatan ini telah diambil daripada kajian oleh Parasuraman dan Othman dan Owen [7,8].

2.0 Konsep Kualiti Dalam Perkhidmatan

Bermula pada akhir abad ke-20 sehingga abad ke-21 pada hari ini, industri perkhidmatan mula diberi penekanan dan tumpuan yang lebih ketara. Bagi memastikan perkhidmatan yang ditawarkan dapat mempamerkan kualiti yang memuaskan, pihak pengurusan syarikat mula mengaplikasikan konsep-konsep kualiti, analisis proses, rekabentuk kerja, lokasi kemudahan dan sebagainya dalam organisasi mereka [2].

Banyak kajian telah mentakrifkan maksud kualiti perkhidmatan. Kualiti perkhidmatan adalah '*as the gap between customers' expectation of service and their perception of the service experience*'. Kualiti perkhidmatan turut merujuk kepada perbezaan antara persepsi pelanggan tentang apa yang harus firma berikan dengan prestasi perkhidmatan yang dilihat oleh pelanggan [9]. Asubonteng mendefinisikan kualiti perkhidmatan sebagai perbezaan antara persepsi pelanggan terhadap prestasi perkhidmatan sebelum menerima perkhidmatan

tersebut dengan persepsi mereka selepas menerima perkhidmatan itu [10]. Kualiti perkhidmatan dilihat sebagai aset organisasi dan pengukur utama terhadap pemasaran korporat dan prestasi kewangan [11]. Spreng dan Mackoy menegaskan bahawa kualiti perkhidmatan adalah satu dimensi yang penting untuk kepuasan pelanggan [12]. Zeithmal pula menegaskan bahawa dengan mengekalkan kualiti perkhidmatan, kelebihan persaingan boleh diperolehi yang mana ianya akan membawa kepada hubungan jangka panjang dengan pelanggan [13].

Revolusi kualiti merupakan fenomena yang mempunyai pengaruh besar dalam sistem pengurusan sesebuah organisasi. Pengurusan kualiti, sebagai konsep teori dan pengurusan praktikal, telah dibangunkan dalam sektor industri pembuatan pada awal abad yang lalu dan kemudiannya barulah bidang kualiti perkhidmatan mula diberikan perhatian [14]. Kualiti dan produktiviti sesebuah perkhidmatan bukan sahaja dilihat berdasarkan prestasi pembekal perkhidmatan tersebut, malahan juga berdasarkan prestasi yang ditunjukkan oleh pelanggan-pelanggannya.

Kualiti perkhidmatan adalah suatu fenomena yang kompleks jika dibandingkan dengan kualiti produk fizikal [15]. Perkara penting yang perlu dipertimbangkan dalam mengukur kualiti perkhidmatan adalah sifat sesebuah perkhidmatan itu sendiri. Ini kerana setiap perkhidmatan mempunyai sifatnya yang tersendiri dan pengukuran kualiti perkhidmatan perlu mengambil kira sifat-sifat tersebut [9,15].

3.0 Teori Kualiti Perkhidmatan

Salah satu model kualiti perkhidmatan yang selalu digunakan dalam bidang penyelidikan ialah model SERVQUAL yang dibangunkan oleh Parasuraman [9]. Penyelidikan Parasuraman tersebut berkaitan dengan pembinaan model kualiti perkhidmatan telah

dimulakan pada 1985, dengan objektif penyelidikan untuk mengukur tanggapan pengguna terhadap kualiti perkhidmatan di syarikat-syarikat perkhidmatan dan jualan. SERVQUAL terbentuk melalui penyelidikan yang dilakukan pada 1988 dan dimensi dalam SERVQUAL diperhalusi pada 1991.

SERVQUAL digunakan sebagai pendekatan untuk mengukur kualiti perkhidmatan melalui perbandingan antara pengalaman pelanggan terhadap perkhidmatan yang diperolehi dengan jangkaan pelanggan terhadap perkhidmatan yang disediakan. Ringkasnya, model ini menjelaskan bahawa tahap kualiti perkhidmatan boleh diukur melalui perbezaan yang terdapat antara skor pengalaman dengan skor jangkaan pelanggan terhadap perkhidmatan. Semakin besar skor positif yang diperolehi menunjukkan semakin berkualiti sesuatu perkhidmatan, sebaliknya semakin besar skor negatif yang diperolehi menunjukkan semakin rendah kualiti sesuatu perkhidmatan. Model SERVQUAL muncul dari Model Jurang Kualiti Perkhidmatan yang dikemukakan juga oleh Parasuraman di mana model ini menjelaskan terdapat tujuh jurang dalam kualiti perkhidmatan dan salah satunya adalah jurang antara jangkaan kualiti perkhidmatan dan pengalaman kualiti perkhidmatan dan di sinilah wujudnya model SERVQUAL tersebut.

Seterusnya, Parasuraman mengenal pasti 10 dimensi kualiti perkhidmatan iaitu kebolehpercayaan, responsif, kecekapan, akses, ehsan, komunikasi, kredibiliti, keselamatan, memahami pelanggan dan ketara (*tangibles*) [15]. Model SERVQUAL Parasuraman telah mengecilkan dimensi-dimensi kualiti perkhidmatan ini kepada hanya lima dimensi sahaja kerana dimensi tersebut ada yang berulang dan berkait. Lima dimensi tersebut ialah kebolehpercayaan, jaminan, ketara, empati dan kepekaan [16].

Othman dan Owen menggunakan dimensi SERVQUAL Parasuraman untuk menilai kualiti perkhidmatan dalam perbankan Islam [8,16]. Sebagai usaha penambahbaikan terhadap kualiti perkhidmatan, mereka telah membangunkan model alternatif, iaitu CARTER. Kajian

tersebut menambah faktor pematuhan sebagai dimensi kualiti perkhidmatan. Ini menjadikan model CARTER mempunyai enam dimensi sebagai pembolehubah. Hasilnya menunjukkan bahawa pelanggan perbankan Islam memberi penekanan yang lebih kepada dimensi pematuhan dengan 93 peratus daripada mereka berkata bahawa adalah penting bagi bank-bank Islam mengaplikasikan prinsip undang-undang Islam.

4.0 Kepentingan Kualiti Perkhidmatan Menurut Perspektif Islam

Persoalan kualiti dalam Islam ini berkait rapat dengan mencapai kecemerlangan. Dalam Islam, kecemerlangan ini merujuk kepada keredhaan Allah. Ianya bukanlah hanya diukur mengikut pertimbangan *utilitarian* semata-mata yang berasaskan konsep sekular bahkan meliputi nilai-nilai Islam yang bersifat subjektif [17]. *Utilitarian* ini merujuk kepada aspek-aspek yang dilihat secara kuantitatif seperti pengurangan kos, peratusan produktiviti, peratusan kadar pulangan dan sebagainya. Teras kepada kualiti dan kecemerlangan ini adalah pembinaan sahsiah yang unggul [18]. Oleh itu segala amal dan ibadah termasuklah kerja seseorang Muslim itu mestilah memenuhi kod etika keagamaan selain daripada memenuhi etika kerja yang telah ditetapkan oleh majikannya agar diterima oleh Allah [19,20].

Kualiti kerja dalam Islam adalah jelas berdasarkan perintah Allah SWT. dalam firman-Nya yang bermaksud:

“Sebaik-baik umat yang dikeluarkan di kalangan manusia di mana mereka mengajak manusia berbuat baik dan mencegah perbuatan mungkar serta beribadat kepada Allah...”[21].

Kualiti yang dimaksudkan di sini merujuk kepada kepuasan hati pelanggan dan keperluan yang ditetapkan. Kerja berkualiti yang menjadi amalan kerja bersama apabila diperkukuhkan dengan sistem, proses, prosedur dan peraturan yang jelas akan membentuk budaya kerja murni dan cemerlang [22]. Ia juga merujuk kepada tatacara dan etika kerja yang baik di

kalangan kakitangan pengurusan atasan dan pekerja bawahan [23]. Di antara tatacara yang baik itu termasuklah rajin, gigih, berdaya cipta, kreatif, inovatif, semangat kerjasama, kerja berpasukan, integriti, berdisiplin dan bersikap berusaha untuk meningkatkan prestasi diri dan kerja. Namun, ia perlulah dimulakan oleh peringkat atas pentadbiran organisasi seterusnya diturun dan diimplementasikan di kalangan pengurusan eksekutif atau pertengahan dan seterusnya diamalkan dan dihayati oleh para pekerja (*subordinates*). Budaya kerja yang cemerlang inilah yang diharapkan sebagai manifestasi dari pengurusan kualiti kerja [20].

Untuk menjadikan sesuatu kerja itu berkualiti, konsep dan nilai yang dianjurkan dalam ajaran Islam perlu disemai dan dipraktikkan dalam urusan seharian supaya akhirnya ia dapat diserap dan diaplikasikan sebagai budaya kerja yang berkualiti dalam pengurusan.

Nilai-nilai tersebut ialah:

- i. Setiap perbuatan yang baik hendaklah disertakan dengan niat yang suci dan ikhlas kerana Allah SWT.
- ii. Islam mengehendaki penganutnya melakukan sesuatu lebih daripada apa yang dikehendaki mengikut peraturan yang telah ditentukan oleh Allah SWT. melalui konsep ihsan.
- iii. Nabi Muhammad s.a.w. adalah *qudwah hasanah* yang *par-excellence*. Justeru itu, tanggungjawab setiap orang Muslim adalah melakukan tugas secara cemerlang, cekap dan mahir.
- iv. Seseorang Muslim hendaklah bermuhasabah tentang kerja yang telah dilakukan dan sentiasa berusaha untuk memperbaiki kelemahan diri serta melakukan yang terbaik pada masa akan datang [18].

Apabila kita membicarakan tentang kualiti perkhidmatan menurut Islam, seharusnya kita melihat dahulu konsep kerja di dalam Islam. Konsep kerja di dalam Islam boleh di dasarkan kepada konsep manusia dijadikan oleh Allah sebagai khalifah yang

dipertanggungjawabkan untuk memakmurkan muka bumi ini. Termasuk di dalam konsep ini adalah dengan bekerja untuk mencari nafkah dan kelangsungan hidup di muka bumi ini. Konsep ini dapat dilihat di dalam ayat suci Al-Quran seperti mana firman Allah s.w.t yang bermaksud :

“Dan tuntutanlah dengan kurniaan yang telah dilimpahkan Allah kepadamu itu kebahagiaan hari akhirat dan janganlah engkau melupakan bahagianmu (keperluan dan bekalan) dari dunia.” [24].

Dari maksud ayat di atas boleh kita simpulkan bahawa bekerja di dunia bukan hanya sekadar untuk mencari nafkah dan kesenangan di dunia tetapi boleh dijadikan sebagai ibadah untuk mendapat pahala dan keredhaan dari Allah swt. Dalam erti kata lain, Islam tidak hanya mementingkan akhirat, kerana sebelum menuju ke akhirat, manusia bermula dengan penghidupan di dunia, di mana dunia ini adalah sebagai sebuah ladang untuk bercucuk tanam di mana hasilnya akan di pungut atau dirasakan di akhirat.

Kepentingan bekerja sebagai satu ibadah boleh dilihat dalam hadis Rasulullah yang di riwayatkan oleh at-Thabarani seperti berikut:

Sedang Rasulullah berbual-bual dengan para sahabat, seorang lelaki berbadan tegap dan kuat lalu di hadapan mereka, lalu salah seorang sahabat pun berkata: “Ya Rasulullah, alangkah baiknya jika orang itu berjuang untuk membela agama Allah”. Lalu Rasulullah pun menjawab dengan sabdanya: “Jika lelaki itu keluar dari rumahnya untuk mencari nafkah untuk anak-anaknya yang masih kecil, itu juga fisabilillah namanya. Mencari rezeki untuk kedua orang tuanya yang sudah tua, juga dinamakan fisabilillah. Mencari rezeki untuk dirinya supaya tidak meminta-minta juga dikira fisabilillah. Tetapi jika dilakukan kerana niat bongkak dan menunjuk-nunjuk, ia dikira sebagai fisabililisyaitan” (mengikut jalan syaitan)”. [25]

Oleh itu, kaitan antara konsep kerja ini dan perkhidmatan berkualiti boleh dilihat dari sudut bahawa setiap pekerjaan itu boleh dijadikan sebagai ibadat seandainya ia mematuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh Islam. Maka dengan itu, sekiranya kakitangan yang berurusan dengan pelanggan mempunyai pegangan bahawa perkhidmatan yang diberikan adalah landasan untuk mereka mendapat pahala dan keredhaan Allah, maka mereka akan memberikan perkhidmatan yang terbaik kepada pelanggan yang mengunjungi tempat mereka. Apabila ini berlaku, maka pelanggan akan sentiasa suka untuk mengunjungi premis perniagaan tersebut. Hasilnya, bukan sahaja perniagaan untuk mendapat untung yang banyak tetapi juga akan mendapat keredhaan dari Ilahi.

Dalam urusan khidmat pelanggan yang berkualiti ianya berpunca daripada kualiti diri pelayan atau pegawai yang terlibat dengan para pelanggan. Dari sudut pandangan Islam, kualiti diri berpunca dari rasa takut kepada Allah SWT. Ini adalah kerana mereka tidak akan mengambil ringan tugas yang diamanahkan kepada mereka lantaran kesedaran bahawa setiap gerak-geri mereka adalah dalam pemerhatian Allah yang maha kuasa. Amalan ini secara tidak langsung akan membina akhlak yang terpuji yang berlandaskan nilai-nilai Islam yang telah di tunjukkan oleh Rasulullah SAW.

Dalam aspek pengorganisasian pula, kualiti perkhidmatan adalah strategi yang penting untuk mencapai kejayaan dalam setiap organisasi termasuk institusi perbankan Islam [8,26]. Mewujudkan strategi dalam organisasi merupakan satu saranan Islam seperti yang telah dijelaskan oleh Allah S.W.T. melalui satu peristiwa yang berlaku pada zaman Nabi Yusuf a.s.. Ia dinukilkan melalui firman Allah S.W.T. di dalam al-Quran yang bermaksud :

“Raja berkata (kepada orang-orang terkemuka dari kaumnya): Sesungguhnya aku bermimpi melihat tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk dimakan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh butir gandum yang hijau dan tujuh butir

lainnya yang kering. Hai orang-orang yang terkemuka: Terangkanlah kepadaku tentang mimpiku itu jika kamu memang orang yang pandai mentafsir mimpi” [27].

Kisah yang dirakamkan oleh Allah ini telah memberikan satu konotasi yang amat menarik iaitu Nabi Yusuf a.s. telah meminta supaya pemerintah kerajaan perlu bersiap sedia dengan bekalan dan sumber makanan yang mencukupi untuk menghadapi satu musim nanti yang akan menyebabkan sumber pertanian dan ekonomi setempat beroleh kerugian. Ini menunjukkan bahawa perancangan dan strategi dalam menentukan halatuju dan persiapan adalah amat penting. Maka kesimpulannya, perancangan dalam pengorganisasian adalah amat perlu dan sebenarnya ia telah dibahaskan oleh Allah S.W.T. melalui al-Quran dan kisah para anbiya’. Perancangan ini termasuklah menawarkan kualiti perkhidmatan yang cemerlang agar ianya dapat meningkatkan lagi imej dan kepercayaan kepada organisasi. Seterusnya, kertas kerja ini akan melihat pula lima dimensi kualiti perkhidmatan menurut perspektif Islam.

4.1 Kepatuhan (Compliance)

Kepatuhan bermaksud keupayaan untuk memenuhi atau menjalankan operasi mengikut undang-undang dan prinsip-prinsip perniagaan Islam dalam sistem perbankan Islam [8]. Para pelanggan pastinya berpuas hati apabila dapat berurusan dan menggunakan perkhidmatan yang terhindar dari perkara-perkara yang haram seperti riba, gharar, maisir dan sebagainya. Ini sesuai dengan firman Allah S.W.T. yang bermaksud :

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda, bertaqwalah kepada Allah agar kamu memperoleh keberuntungan.”

[28].

Selain memastikan urusan jual beli bebas dari sebarang unsur riba, produk dan perkhidmatan yang ditawarkan juga hendaklah sentiasa dalam keadaan baik serta tiada unsur penipuan. Hal ini telah ditegaskan dalam hadis berikut :

“Menurut Abdullah bin Umar r.a., seorang lelaki telah memaklumkan kepada Rasulullah S.A.W. bahawa dia ditipu dalam jual beli. Maka sabda Baginda: “Apabila engkau berjual beli, maka katakanlah tidak boleh ada penipuan.” [29].

4.2 Kebolehpercayaan (Realibility)

Kebolehpercayaan pula adalah kemampuan dalam menyediakan perkhidmatan yang dijanjikan, boleh diharapkan serta tepat memenuhi keperluan dan kehendak pelanggan. Salah satu cara untuk menilai kualiti perkhidmatan yang diberikan adalah dengan mendapatkan maklum balas daripada para pelanggan. Oleh itu, Islam sentiasa menggalakkan umatnya agar bercampur dengan orang ramai serta berfikir sebagaimana mereka berfikir. Prinsip Islam menyarankan agar sentiasa bergaul dan menerima maklum balas walaupun pedih dan penuh dengan kritikan demi penambahbaikan dan konsisten dalam mengamalkan kualiti perkhidmatan yang cemerlang. Nabi S.A.W. bersabda yang bermaksud :

“Seorang Mukmin yang bercampur gaul dengan masyarakat dan sabar atas kepedihan dan kepayahan yang ditimbulkan oleh masyarakatnya, adalah lebih besar ganjarannya daripada Mukmin yang tidak bergaul dengan masyarakat dan tidak sabar atas kepedihan, kepayahan dan kejahatan masyarakatnya.” [30].

4.3 Kecekapan (Competence)

Kecekapan bermaksud kemampuan dan kebolehan melakukan sesuatu dengan cepat dan sempurna. Perkhidmatan yang berkualiti sering dikaitkan dengan kepakaran dan kecekapan dalam menyelesaikan urusan dan permasalahan pelanggan. Ini sesuai dengan satu prinsip asas

dalam kehidupan yang telah disebut oleh Allah S.W.T. iaitu ‘serahkan urusan kepada yang pakar’. Firman Allah S.W.T. yang bermaksud :

“Maka tanyakanlah olehmu kepada orang yang berilmu, jika kamu tidak mengetahui.” [31].

Oleh itu, menjadi suatu kemestian kepada sesebuah organisasi untuk melahirkan individu yang pakar dan cekap dalam menjalankan sesuatu pekerjaan. Ini boleh dilakukan sama ada melalui proses latihan dan pendidikan kakitangan sedia ada atau proses lantikan kakitangan baru. Baginda Nabi S.A.W. sendiri telah mewujudkan dan mengamalkan prinsip individu pakar dalam sesuatu bidang khusus. Baginda S.A.W. menyebut :

“Yang paling belas di kalangan umatku adalah Abu Bakar, yang paling tegas adalah Umar, yang paling malu adalah Usman, yang paling kemas bacaan al-Qurannya Ubay binn Ka’ab, yang paling mengerti urusan faraid Zaid bin Thabit, yang paling memahami halal dan haram adalah Mu’az bin Jabal, dan ketahuilah bagi setiap umat itu seorang pemegang amanah, dan yang paling amanah bagi umat ini adalah Abu Ubaidah al-Jarrah.” [32].

Oleh yang demikian, perlu difahami bahawa kursus kemahiran dan latihan kepada kakitangan mempunyai kesan yang besar terhadap jaminan kualiti sesebuah produk dan perkhidmatan yang ditawarkan oleh organisasi. Para majikan harus menyedari bahawa peruntukan kewangan yang diberi bagi tujuan ini merupakan suatu pelaburan yang cukup penting. Kemahiran dan ilmu ini tidak lain seperti akar yang sihat, mampu menumbuhkan hasil-hasil yang enak lagi lazat. Ini berdasarkan firman Allah S.W.T. yang bermaksud :

“Tidakkah kamu perhatikan bagaimana Allah telah membuat perumpamaan kalimat yang baik seperti pohon yang baik, akarnya teguh dan cabangnya (menjulang) ke langit. Pohon itu memberikan buahnya pada setiap musim dengan izin Tuhannya. Allah membuat perumpamaan-perumpamaan itu untuk manusia supaya mereka selalu ingat.” [33].

4.4 Ketara (Tangibles)

Ketara berkaitan dengan keadaan kemudahan fizikal, peralatan, personaliti dan bahan komunikasi. Ia berkait rapat dengan kewujudan kemudahan, peralatan, pekerja dan juga alat untuk berkomunikasi yang diterima oleh pelanggan. Dimensi ketara turut melibatkan kemudahan-kemudahan yang boleh didapati di dalam organisasi yang dapat membantu pelanggan semasa menerima perkhidmatan. Suasana yang selesa dan cantik dalam persekitaran organisasi juga akan memuaskan hati pelanggan yang datang. Islam sememangnya mementingkan soal kecantikan. Ini berdasarkan hadis Nabi S.A.W. :

“Sesungguhnya Allah itu cantik, dan Allah suka kepada yang cantik.” [34].

4.5 Empati (Empathy)

Empati pula bermaksud prihatin serta perhatian secara terus kepada pelanggan yang disediakan oleh perbankan Islam. Sikap penyayang dan perhatian yang ditunjukkan oleh pekerja terhadap pelanggan akan mempengaruhi penilaian pelanggan terhadap kualiti yang diberikan oleh pekerja. Allah S.W.T. berfirman di dalam al-Quran yang bermaksud :

“...Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan janganlah tolong menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat seksaNya.” [35].

5.0 Kesimpulan

Perbincangan dalam penulisan ini menunjukkan bahawa Islam turut mementingkan kualiti perkhidmatan yang cemerlang. Segala teori kualiti perkhidmatan yang dibina oleh para pengkaji terdahulu sebenarnya selari dengan konsep yang disarankan oleh agama Islam. Lebih daripada itu, umat Islam seharusnya memberi penekanan kepada kualiti perkhidmatan yang cemerlang kerana yakin bahawa adanya pembalasan hari kiamat terhadap apa yang

dilakukan di dunia. Orang Islam yang bekerja percaya bahawa bekerja itu adalah ibadah dan dengan kualiti perkhidmatan yang ditawarkan akan menambah lagi amal kebajikan dan pahala. Oleh itu, seharusnya orang Islam yang bekerja mampu menawarkan kualiti perkhidmatan yang cemerlang kerana mengetahui bekerja itu adalah ibadah dan satu amanah. Ini sesuai dengan firman Allah S.W.T. yang bermaksud :

“*Sesungguhnya solatku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.*” [36].

Rujukan

1. Angur, M., Natarajan, R., & Jahera, J. (1999). Service quality in the banking industry: An assessment in a developing economy. *International Journal of Bank Marketing*, 17(3), 116-123.
2. Mamat, K. (2003). *Kualiti Perkhidmatan Perbankan Islam dan Kepuasan Pelanggan*. Universiti Utara Malaysia.
3. Hadis
4. Surah al-Imran, ayat 110
5. Surah at-Taubah, ayat 105
6. Hassan, M. (1996). An Islamic Approach to Quality and Productivity. In A. Sadeq, & A. Ahmad, *Quality Management from Islamic Perspective* (pp. 188-206). Leeds Publications.
7. Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1994). Reassessment of Expectations As a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of Marketing*, 58, 111-124.
8. Othman, A., & Owen, L. (2001). Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Bank: A Case Study in Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Service*, 3(1).
9. Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: a Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Services Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

10. Asubonteng, P., McCleary, K., & Swan, J. (1996). SERVQUAL revisited: a critical review of service quality. *Journal of Services Marketing*, 10(6), 62-81.
11. Mahmoud Yasin, Elisabete Correia, & Joao Lisboa. (2004). The Profitability of Customer-targeted Quality Improvement Efforts: An Empirical Examination. *The TQM Magazine*, 16(1), 45-49.
12. Spreng, R., & Mackoy, R. (1996). An Empirical Examination of A Model Of Perceived Service Quality and Satisfaction. *Journal of Retailing*, 72(2), 201-214.
13. Zeithmal, V., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service Quality Delivery Through Websites: A Critical Review of Extant Knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362-375.
14. Lagrosen, S., & Lagrosen, Y. (2003). Management of Service Quality - Differences in Values, Practices and Outcomes. *Managing Service Quality*, 13(5), 370-381.
15. Parasuraman, A., Zeithmal, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
16. Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1994). Reassessment of Expectations As a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of Marketing*, 58, 111-124.
17. Ab. Ghani, A., & Mansor, F. (2006). *Dimensi Pengurusan Islam*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
18. Wan Omar, W. (1996). *Pengurusan Islam Abad Ke 21*. Kuala Lumpur: Utusan Publications and Distributors Sdn. Bhd.
19. Fadzil, D. (1992). *Minda Melayu Baru*. Kuala Lumpur: Institut Kajian Dasar.
20. Tengku Kasim, T., & Mansor, F. (2007). Keperluan Motivasi Dalam Pengurusan Kerja Berkualiti Dari Perspektif Pemikiran Islam. *Jurnal Usuluddin*, 25, 103-124.
21. Surah al-Imran, ayat 110
22. Salleh, M. (1991). *Nilai dan Etika Dalam Perkhidmatan Awam*. Kuala Lumpur: INTAN.
23. Haji Daud, M. (1994). *Pengurusan Islam*. Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors Sdn. Bhd.
24. Surah al-Qosas, ayat 77
25. Riwayat At-Thabarani.

26. Abu Bakar Hamed, Mohd Fauzwadi Mat Ali, Muhammad Hashim, & Hisham Sabri. (2005). Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan dalam Perbankan Islam. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 2(1), 151-170.
27. Surah Yusuf, ayat 43
28. Surah Ali-Imran, ayat 130
29. Riwayat al-Bukhari.
30. Riwayat Bukhari, Tirmizi dan Ahmad
31. Surah al-Anbiya', ayat 7
32. Riwayat Ahmad dan Ibn Majah
33. Surah Ibrahim, ayat 24-25
34. Riwayat Muslim
35. Surah al-Ma'idah, ayat 2
36. Surah al-An'am, ayat 162