

Analisis Kualitas Pelayanan Islami dalam Meningkatkan Minat Nasabah Investasi Emas di Bank Sulselbar Syariah Sengkang

Noerismayanti¹, Hasmawati²,

^{1,2} *Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis, IAI DDI Pangkajene Sidenreng Rappang*

Peningkatan kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menarik minat nasabah terhadap produk investasi emas pada Bank Sulselbar Syariah Sengkang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerapan standar pelayanan, analisis peningkatan kualitas layanan, serta kendala yang dihadapi dalam upaya menarik minat nasabah terhadap produk investasi emas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara langsung dengan karyawan dan nasabah Bank Sulselbar Syariah Sengkang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk investasi emas. Bank Sulselbar Syariah Sengkang menerapkan prinsip pelayanan “Perfect, Fast, Kind, dan SALAM (Senyum, Amanah, Luwes, Antusias, Melayani)” sebagai pedoman dalam memberikan pelayanan yang islami dan berkualitas. Karyawan dituntut untuk bersikap ramah, cepat tanggap, komunikatif, serta menjaga amanah dalam melayani nasabah. Selain itu, peran kepemimpinan yang efektif turut berpengaruh dalam mengarahkan dan memotivasi karyawan agar selalu meningkatkan mutu pelayanan. Kendala yang dihadapi bank adalah ketidakstabilan harga emas yang fluktuatif setiap waktu akibat perubahan kondisi ekonomi global dan domestik. Kendala ini mendorong pihak manajemen untuk melakukan evaluasi dan mencari solusi strategis agar pelayanan terhadap nasabah tetap optimal. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan kualitas pelayanan yang baik, berbasis nilai-nilai islami dan profesionalisme karyawan, berpengaruh signifikan dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk investasi emas. Dengan demikian, upaya peningkatan kualitas pelayanan perlu terus dikembangkan melalui pelatihan karyawan, penguatan budaya kerja islami, serta peningkatan komunikasi antara pihak bank dan nasabah.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan Islami, Minat Nasabah, Investasi Emas*

Copyright (c) 2026 **Bambang Sulistio**

✉ Corresponding author : Bambang Sulistio

Email Address : bambangkampus2@gmail.com

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Mayoritas penduduk yang beragama islam menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial dalam perkembangan keuangan syariah. Salah satu yang saat ini sudah mulai berkembang dengan pesat yaitu dengan adanya bank-bank yang kegiatan operasinya menggunakan prinsip syariah (Badan Pusat Statistik 2023).

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Pasal 1 ayat 7 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan semua kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan

bank pembiayaan rakyat syariah. Perbankan syariah lebih dikenal dengan istilah *Islamic Banking* atau juga disebut sekelompok praktisi perbankan muslim yang berupaya mengomodasikan desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang sesuai dengan prinsip yariag islam (Aisyah, M., 2021).

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima oleh konsumen. Dalam meningkatkan kualitas layanan oleh suatu perusahaan merupakan salah satu cara nyata dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan nasabah, sehingga kepuasan nasabah dalam bidang jasa merupakan ha penting dalam menentukan perkembangan perusahaan agar tetap eksisi dalam menghadapi persaingan (Sulistiyawan, E., dkk 2024).

Kualitas pelayanan pada nasabah dapat ditingkatkan dengan cara mempelajari kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga mengembangkan rencana dan tindakan untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Kualitas pelayanan saat ini muncul sebagai keunggulan kompetitif. Kualitas pelayanan menjadi sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, maka demikian kebutuhan untuk mengukur dan mengevaluasi kualitas pelayanan yang muncul dan kegagalan penyedia layanan tergantung pada hubungan berkuaitas tinggi kepada nasabah adalah suatu keharusan untuk kesuksesan dan kelangsungan hidup suatu jasa keuangan. Bisnis yang berusaha meningkatkan profilitas sangat disarankan untuk melakukan perbaikan terhadap kualitas pelayanan secara terus menerus (Firdaus, A., & Amalia, H. K., 2024).

Oleh karena itu, pelayanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan. Sebagai pihak yang membeli dan mengomsumsi, pelanggan yang menilai tingkat kualitas layanan dalam perusahaan tersebut. Penilaian konsumen terhadap kinerja layanan yang diterima bersifat bubyektif, karena tergantung persepsi masing-masing indisvidu.

Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dalam suatu lembaga keuangan yang memberikan pelayanan jasa memiliki keterkaitan yang sama erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepad nasabah untuk menjalin ikatan yang baik dalam jangka panjang. Sehingga bank dapat memahami harapan pelanggan dan kebutuhan, dengan demikian bank dapat meningkatkan kepuasan nasabha dimana bank memaksimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan.

Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks, umumnya nasabah yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruk kepada orang lain. Oleh karena itu setiap bank wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan suatu kualitas pelayanan sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan pelanggan (Rijal Arslan, 2022).

Investasi Emas

Service Quality (Fianto, B. A., Rahmawati, C. K., & Supriani, I. 2021). merupakan salah satu konsep layanan bagi perusahaan yang bisa diandalkan untuk mempertahankan nama perusahaan dari pesaing yang saat ini sangat ketat. Menurut Zeitahml Parasurahman dan Berry, ada lima layanan yang harus dimiliki yaitu : leabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Bila kelima layanan ini terpenuhi, maka nasabah akan mendapatkan apa yang dinamakan *coustumer Satisfaction*.

PT. Bank SulSelBar Syariah KC Sengkang merupakan salah satu bank yang mengeluarkan produk dengan prinsip syariah, salah satu produk yaitu investasi emas. Investasi pada hakekatnya merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Investasi menjadi salah satu pilihan untuk menabung pada jangka waktu yang panjang. Salah satu bentuk investasi emas adalah investasi logam mulia/emas dan emas adalah inestasi yang sedang maju saat ini dan merupakan pilihan terbaik (Fauziah, M. R., 2019).

Seperti yang kita ketahui, emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kehidupan manusia. Emas juga mempunyai sifat emosional untuk dinikmati keindahannya. Sudah ada kesepakatan budaya secara global bahwa emas adalah logam mulia dengan nilai estetis yang tinggi. Nilai keindahannya berpadu dengan harga yang menarik sehinggah jadilah emas sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, emas telah menjadi simbol/status di berbagai subkultul di Indonesia (Hafizd, J. Z., 2021).

Salah satu keuntungan investasi emas adalah begitu banyak fasilitas pembiayaan yang tersedia dan dapat juga kita gunakan sewaktu-waktu dengan sepat maka jika kita mempunyai simpanan dalam bentuk emas dan suatu saat ada kebutuhan mendesak, kita tidak perlu serta merta menjual emas yang kita miliki untuk menutupi kebutuhan tersebut. Kita bisa mendapatkan dana cepat dengan menggadaikan emas yang kita miliki (Sari, P. P., 2024).

Investasi dalam bentuk emas adalah salah satu produk investasi yang ditawarkan oleh Bank SulSelBar, yaitu MULIA (Murabahah Emas Logam Mulia Investasi Abadi) sejak awal tahun 2021. Produk mulia adalah pegadaian menawarkan dan memfasilitasi jual beli emas batangan, bisa dengan cara cash ataupun kredit (dicicil) dengan maksimal 36 bulan. Logam mulia atau emas disamping memiliki nilai estetik yang tinggi juga merupakan jenis investasi yang nilainya stabil, liquid dan aman secara rill. Kajian emperis tentang bagaimana tinjauan strategi dalam menarik minat nasabah menggunakan produk investasi emas (Anggraini, N. S., & Cahyono, E., 2025).

Investasi juga merupakan salah satu ajaran dari konsep islam yang memenuhi proses *tadrij* dan *trichotomy*. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa konsep investasi selain sebagai pengetahuan juga bernuansa spiritual karena menggunakan norma syariah. Sekaligus merupakan hakikat dari sebuah ilmu dan amal, oleh karenanya investasi sangat dianjurkan bagi setiap muslim (Ismail, S., & Ahmad, N., 2025). Hal tersebut dijelaskan dalam al-qur'an (Q.S Al-Hasyr.59:18).

أَيُّهَا يَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya; "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan."

Pada umumnya, investasi dibedakan menjadi dua yaitu investasi pada *financial asset* dan investasi pada *real asset*. Investasi *financial asset* adalah dilakukan dipasar uang, misalnya berupa sertifikat defosito, *commercial paper*, surat berharga pasar uang (SPBU), dan lainnya. Investasi juga dilakukan dipasar modal, misalnya berupa saham, obligasi, opsi dan lainnya. Sedangkan investasi pada *read asset* dapt dilakukan dengan pembelian asset produktif, pendirian pabrik, pembukaan pertambangan, dan yang lainnya.

Kelebihan investasi emas menurut Rahmawati, M., & Fauziah, N. (2021), adalah

1. Sifatnya mudah dicairkan

Karena saat ini sudah banyak tempat jual beli emas. Misalnya ketika kita memiliki sejumlah perhiasan emas, maka kita bisa menjual perhiasan tersebut diberagam tokoh perhiasan.

2. Bebas pajak

Keuntungan yang didapat dari investasi yang baik pada suatu perusahaan tak langsung dinikmati oleh para pemegang saham perusahaan. Pasalnya, mendapatkan keuntungan ini terkadang juga diikuti dengan adanya pajak atau terkadang bentuk keuntungan tersebut bukanlah dalam bentuk uang tunai namun tambahan lembar saham perusahaan.

3. Melindungi nilai kekayaan

Dengan kecenderungan nilainya yang meningkat dari tahun ketahun, maka emas sangat cocok bila disebut sebagai investasi yang paling mampu melindungi nilai kekayaan seseorang dapat dicerminkan dari harganya yang stabil dan cenderung mengalami kenaikan, sehingga ketika dijual kembali, pemegang investasi emas cenderung mendapatkan hasil balik yang lebih tinggi.

Kelemahan investasi emas menurut Ningsih, L. A. (2020) adalah

1. Resiko kehilangan yang cukup tinggi

Resiko ini muncul dari kejadian perampokan yang mungkin terjadi terutama bila perhiasan yang digunakan cukup banyak atau mencolok. Investasi emas dalam bentuk batangan dengan jumlah yang cukup banyak juga rawan dengan resiko ini. Maka untuk melindungi asset mereka, pemegang investasi emas biasanya bersedia membayar lebih banyak dana untuk menyewa *safe deposit box* yang merupakan fasilitas sebuah bank untuk menyimpan berkas maupun barang milik nasabah yang dirasa memiliki nilai yang cukup tinggi.

2. Harganya Fluktuatif

Meski kecenderungan harga emas selalu meningkat, namun peningkatan itu tidak lantas terjadi setiap hari dan bukanlah suatu kejadian yang memakan sedikit waktu. Disebut memiliki kecenderungan peningkatan harga emas karena tinjauannya dilakukan dalam waktu beberapa tahun.

3. Dampaknya sangat kecil terhadap ekonomi riil

Memiliki investasi emas tidak bisa memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi secara riil. Hal ini disebabkan bahwa keuntungan yang dimiliki cenderung digunakan untuk kepentingan pribadi investor meskipun beberapa diantara investor emas menggunakan keuntungan investasi ini untuk kebutuhan pembelanjaan yang mana pembelanjaan atau konsumsi juga sebagai indikator pertumbuhan ekonomi.

4. Merupakan investasi jangka panjang.

Investasi emas bukanlah alternatif yang cocok bagi investor yang menginginkan keuntungan dalam waktu cepat. Fluktuasi harga emas yang cukup besar tidak bisa menjamin investor akan mendapatkan keuntungan besar dalam waktu singkat. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya bahwa kecenderungan harga emas naik merupakan proses yang cukup lama, artinya untuk mendapatkan keuntungan dari selisih harga beli dan harga jual yang tinggi tidak bisa dilakukan dalam waktu yang sangat singkat.

Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik merupakan suatu penghormatan bagi nasabah dan nasabah akan merasa bahwa ia sangat diperhatikan. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT Dalam (QS. An-nisa 3:86).

وَإِذَا خُيِّرْتُمْ بَيْنَ دَيْنَيْنِ فَادْخُلَا مِنْهُمَا أَوْ رُدُّوهَا ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ حَسِيبًا

Artinya : “Apabila kamu di beri penghormatan dengan suatu penghormatan, maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya, atau balaslah penghormatan itu (dengan yang serupa). Sesungguhnya Allah memperhitungkan segala sesuatu.”

Nasabah membantu perusahaan untuk mencapai pelayanan yang baik sesuai yang diharapkan oleh perusahaan. Suatu hubungan yang terjalin baik akan memberikan dampak yang positif bagi kedua belah pihak. Dalam melayani nasabah harus memperhatikan kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang telah diberikan.

Menurut Nurdiansyah (2023) Ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

- a. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik.
- b. Tersedianya personal yang baik
- c. Bertanggung jawabnya terhadap nasabah sejak awal hingga selesai.
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
- e. Mampu berkomunikasi yang baik.
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan dalam setiap transaksi.
- g. Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik.
- h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.
- i. Mampu memberikan kepercayaan terhadap nasabah.

Menurut Wijayanti, R. & Sunarsi, D. (2020). Pengukuran kinerja pelayanan dapat dilakukan dengan menggunakan instrumen kinerja pelayanan yaitu:

- a. Kenampakan fisik (*Tangible*)
- b. Reabilitas (*Reability*)
- c. Responsivitas (*Responsiveness*)
- d. Kompetensi (*Competence*)
- e. Kesopanan (*Courtesy*)
- f. Kredibilitas (*Credibility*)
- g. Keamanan (*Security*)
- h. Akses (*Access*)
- i. Komunikasi (*Communication*)
- j. Pengertian (*Understanding the customer*)
- k. Akuntabilitas (*Accountability*).

Minat

Minat menurut Septiani, E. (2024) secara sederhana dapat diartikan segala sesuatu hal kecenderungan untuk memberikan perhatian dan tindakan terhadap orang, aktivitas dan situasi menjadi objek dari minat dengan disertai perasaan senang. Di dalam minat ada pemusatan perhatian objek ada usaha untuk mendekati, memiliki dan berhubungan dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik tersendiri oleh objek.

Minat nasabah dapat didefinisikan melalui indikator-indikator sebagai berikut;

- a. Minat transaksi (Mindiasari, I. I., 2024) merupakan sebuah minat yang mempengaruhi seseorang agar dapat membeli produk.

- b. Minat refensial (Tanprajna, R. F., 2020) merupakan suatu minat tentang kecenderungan orang untuk mereferensikan suatu produk terhadap orang lain.
- c. Minat selera (Kusumaningrum, N. R. 2021) yaitu merupakan suatu minat yang menjelaskan tentang perilaku manusia yang memilikiselera utama pada suatu produk ini. Minat selera hanya dapat dirubah apabila produk yang diminatinya tidak sesuai dengan yang diinginkan.
- d. Minat eksploratif (Santoso, I. 2023) adalah suatu minat yang menjelaskan tentang perilaku manusia yang selalu mencari sebuah informasi untuk dapat mendukung sifat yang positif dari suatu produk tersebut.

METODOLOGI

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fakta-fakta yang berhubungan dengan Peningkatan Kualitas Layanan dalam Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Investasi Emas di Bank Sulselbar Syariah Sengkang.

Dalam penelitian kualitatif ini menggunakan jenis penelitian deskriptif yang mana bahan yang diambil dari lapangan bukan berupa bilangan-bilangan, namun berupa kalimat dan gambar. Bahan-bahan yang sudah dikumpulkan kemungkinan bisa menjadi jawaban tentang apa saja yang sudah didapatkan oleh peneliti.

Penelitian ini menjelaskan berbagai kutipan data untuk memberikan skema penyajian dari laporan bahan yang didapatkan dari berbagai sumber dan diperoleh dari observasi dan interview yang dilakukan oleh peneliti. Selanjutnya peneliti melakukan reduksi data, penyajian data dan verifikasi data, maka hasil penelitian lapangan, diperoleh data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah, sementara jika melebihi apa yang diharapkan nasabah, maka dapat dikatakan pelayanan sangat memuaskan.

Berdasarkan hasil tentang standar kualitas layanan di Bank Sulselbar Syariah dapat dianalisis melalui petikan Wawancara peneliti dengan karyawan, mengenai apakah ada standar pelayanan yang diterapkan di Bank Sulselbar Syariah Sengkang ?
“ Standar pelayanannya seperti biasa, namun kita memiliki format tersendiri dimana kita melayani nasabah dengan memberikan beberapa penjelasan mengenai investasi emas, dan menonjolkan keunggulan produk “

Berdasarkan petikan wawancara diatas karyawan melayani nasabah dengan memberikan pelayanan yang terbaik di atas harapan yang diinginkan. Hal tersebut termasuk bagaimana karyawan memberikan jawaban atau solusi terkait keunggulan produk investasi emas. Pelayanan kepada nasabah merupakan upaya terbaik, sehingga nasabah nyaman untuk melakukan transaksi dengan bank.

Penerapan strategi standar layanan di bank sulsel bar syariah sengkang dianalisis melalui petikan wawancara peneliti dengan karyawan, bagaimana penerapan standar layanan di bank sulselbar syariah sengkang?

“penerapannya disini itu, kita sebagai karyawan harus berpenampilan *Perfect, Fast dan Kind* dalam melayani nasabah”

Berdasarkan petikan wawancara diatas dapat dideskripsikan mengenai penerapan standar pelayanan di Bank Sulselbar Syariah Sengkang yang harus dilakukan oleh pegawainya sebagai berikut:

- a) *Perfect*, berarti penampilan harus sempurna (berpakaian).
- b) *Fast*, berarti cepat dalam melayani, dimana aktif dalam melayani dan memahami apa yang diinginkan oleh nasabah atau calon nasabah.
- c) *Kind*, berarti dalam melayani nasabah harus bersikap sebaik dan seramah mungkin.

Hal yang harus dimiliki seorang karyawan adalah kemampuan berkomunikasi yang baik. Pasalnya, penggunaan bahasa yang sopan dan benar yang wajib digunakan setiap hari. Sebagaimana dari hasil wawancara peneliti dengan salah seorang karyawan yaitu bagaimana cara pelayanan yang baik sehingga nasabah tertarik menggunakan produk investasi emas?

“ Disini kita memiliki ciri dan karakteristik tersendiri kepada nasabah, seperti kita harus selalu tersenyum kepada nasabah, harus amanah, dan antusia dalam melayani.”

Dari petikan wawancara diatas PT. Bank Sulselbar Syariah Sengkang dalam sistem pelayanan harus memiliki ciri atau karakteristik tersendiri. Karakteristik yang harus dimiliki semua karyawan bank dalam melayani nasabah adalah SALAM (Senyum, Amanah, Luwes, Antusias, Melayani).

- a) Senyum. Harus senyum dalam melayani nasabah, dari nasabah tiba sampai nasabah menyelesaikan urusannya. Sehingga nasabah akan merasa senang ketika meninggalkan bank.
- b) Amanah. Harus menjaga dan menjalankan amanah yang diberikan oleh nasabah dengan sungguh-sungguh dan sepenuh hati.
- c) Luwes, dalam melayani haruslah bisa membuat nasabah merasa nyaman dan mengerti apa yang diinginkan oleh nasabah.
- d) Antusias. Mempunyai semangat kerja yang tinggi, tidak malas dan bersungguh-sungguh dalam melayani nasabah.
- e) Melayani. Dalam membantu nasabah harus cepat, tepat, cermat dan teliti sehingga nasabah akan merasa puas dan otomatis jika nasabah merasa puas maka akan tercipta loyalitas di dalam diri nasabah kepada bank tersebut.

Kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan yang diharapkan nasabah maka pelayanan di nilai baik atau positif, jika pelayanan yang diberikan melebihi dari yang diharapkan nasabah maka pelayanan dinilai ideal, sebaliknya jika pelayanan yang diberikan lebih jelek di bandingkan harapan nasabah maka pelayanan persepsikan buruk. Islam mengajarkan untuk saling menghormati satu sama lain, memberikan pelayanan yang baik merupakan suatu penghormatan bagi nasabah dan nasabah akan merasa bahwa ia sangat di perhatikan.

Peningkatan kualitas pelayanan dalam menarik minat nasabah menjadi salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan dalam bidang jasa saat ini. Karena kepuasan dan loyalitas nasabah melalui pelayanan telah menjadi komitmen bagi perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya. karena saat ini perbankan dituntut untuk melakukan peningkatan strategi kualitas pelayanan agar pelayanan tetap terus berjalan. Sebagaimana dalam petikan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan nasabah, Apa saja faktor pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah?

“Karyawannya sangat ramah yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kita sebagai nasabah”

Dari petikan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa sikap ramah yang selalu ditunjukkan karyawan kepada nasabah merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh kepada kepuasan nasabah.

Setiap pemimpin perusahaan harus memiliki kapasitas yang dapat memberdayakan karyawan dengan maksimal, jika hal ini gagal dilakukan oleh seorang pemimpin, maka akan terjadi keracunan dalam melaksanakan suatu pekerjaan, Selanjutnya dalam hasil penelitian ini dalam rangka mengembangkan kualitas sumber daya manusia yang berfungsi meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah maka peran dari bapak Yusran Rusli sebagai pemimpin cabang Bank Sulselbar Syariah Sengkang sangat diperlukan. Sebagaimana dari hasil wawancara yaitu, Menurut bapak apa saja yang diperhatikan dalam rangka mengembangkan/meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah?

"Kami memiliki ukuran dari tiap unsur yang dibutuhkan dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan, dari menetapkan bagaimana kualitas kerja yang seharusnya, kuantitas kerja, kerjasama tim dan segala yang berhubungan dengan peningkatan kualitas pelayanan".

Pemimpin adalah seseorang yang diberi amanah untuk memimpin, yang diakhirat kelak akan dimintai pertanggung jawaban oleh Allah SWT. Dalam budaya organisasi Bank Sulselbar Syariah Sengkang memiliki acuan dan pedoman bagi pemimpin, dimana hal tersebut menjadi karakter yang dimiliki oleh pemimpin dalam organisasi, sehingga hal ini akan menjadi langkah dalam meningkatkan kualitas layanan dalam menarik minat nasabah, Wawancara peneliti, Menurut bapak apa saja kewajiban dan tanggung jawab seorang pemimpin dalam memberikan bimbingan kepada karyawannya?. Yusran Rusli menjelaskan.

"Sebagai seorang pemimpin yang bertanggung jawab tentunya saya memiliki kewajiban untuk memberikan pembimbingan dan memperdayakan karyawan dengan maksimal tentunya tetap mengacu pada kualitas pelayanan yang seharusnya, dan memberikan motivasi kerja kepada setiap unsur kerja yang ada agar tetap memiliki semangat dalam memberikan kualitas pelayanan yang maksimal kepada nasabah".

Sebagaimana dari hasil wawancara diatas bahwa seorang pemimpin berkewajiban untuk memberikan bimbingan dan motivasi kerja kepada karyawannya agar semangat kerja dan memberikan tanggung jawab bagi karyawan untuk mengambil keputusan.

Peningkatan kualitas pelayanan dalam menarik minat nasabah menjadi salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan dalam bidang jasa saat ini. Karena kepuasan dan loyalitas nasabah melalui pelayanan telah menjadi komitmen bagi perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya. karena saat ini perbankan dituntut untuk melakukan peningkatan strategi kualitas pelayanan agar pelayanan tetap terus berjalan. dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan, dari menetapkan bagaimana bagaimana kualitas kerja yang seharusnya, kuantitas kerja, kerjasama tim dan segala yang berhubungan dengan peningkatan kualitas pelayanan.

Setiap lembaga pasti memiliki kendala-kendala dalam proses mencapai tujuan, karena setiap ada program atau upaya dalam meningkatkan suatu produk maka kendala itu muncul tanpa kita ketahui sebelumnya. Kendala merupakan sebuah halangan atau rintangan yang dapat menghalangi atau mencegah pencapaian dari sasaran tersebut.

Namun, meski sudah melakukan berbagai cara dalam meningkatkan suatu produk, kendala tidak dapat kita hindari, akan tetapi dapat kita atasi. Untuk kendala-kendala yang dihadapi oleh Bank Sulselbar Syariah Sengkang dalam meningkatkan minat nasabah menggunakan produk investasi emas bersumber dari kendala internal dan eksternal. Sebagaimana wawancara yang dilakukan peneliti mengenai kendala apa yang sering di hadapi karyawan ketika memberikan pelayanan produk investasi emas kepada nasabah?

“ kendala yang sering kami hadapi yaitu harga emas yang tidak stabil setiap waktu,”

Berdasarkan wawancara dengan karyawan, kendala yang dihadapi oleh bank Sulselbar Syariah Sengkang adalah ketidakstabilan harga emas yang naik turun setiap waktu. Hal itu dikarenakan kenaikan terjadi setiap tahun mengikuti kondisi perekonomian global dan domestik.

Kendala yang dihadapi di harapkan mampu memotivasi pihak lembaga untuk terus mengevaluasi, bagaimana cara yang ditempuh guna mengatasi kendala tersebut karena kendala yang dihadapi harus diselesaikan dengan mempertimbangkan pendapat serta ide yang muncul dari para karyawan sehingga dengan adanya mufakat terkait cara yang ditempuh dalam mengatasi kendala-kendala tersebut maka akan menjadikan Bank Sulselbar Syariah Seangkang lebih maju dan berkembang melihat persaingan didunia perbankan syariah saat ini sangat banyak. Namun mengenai hal tersebut keberhasilan suatu lembaga tergantung dari output yang dihasilkan yang akan mempengaruhi tercapainya tujuan lembaga yakni dalam peningkatan produk Investasi Emas di Bank Sulselbar Syariah Sengkang.

SIMPULAN

Peningkatan kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan minat nasabah menggunakan produk investasi emas. Dengan demikian apabila perusahaan ingin meningkatkan jumlah nasabah pengguna produk investasi emas maka perlunya memberikan pelayanan yang baik kepada setiap nasabah yang ada di Bank Sulselbar syariah sengkang, seperti *fast, kind, amanah, luwes, dan antusias*.

Peningkatan kualitas pelayanan dalam menarik minat nasabah menjadi salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan dalam bidang jasa saat ini. Karena kepuasan dan loyalitas nasabah melalui pelayanan telah menjadi komitmen bagi perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya. karena saat ini perbankan dituntut untuk melakukan peningkatan strategi kualitas pelayanan agar pelayanan tetap terus berjalan. dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan, dari menetapkan bagaimana bagaimana kualitas kerja yang seharusnya, kuantitas kerja, kerjasama tim dan segala yang berhubungan dengan peningkatan kualitas pelayanan.

Referensi :

- 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. <https://doi.org/10.15408/aiq.v10i2.7135>
- Anggraini, N. S., & Cahyono, E. (2025). Pengaruh sharia financial literacy dan investment risk terhadap keputusan investasi emas di Pegadaian Syariah. *Jurnal Maneksi*, 14(1), 1-12. (Artikel in-press, belum tersedia DOI).

- Arslan, R. (2022). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Maneksi (Manajemen Ekonomi dan Akuntansi)*, 11(2), 465–470. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1111>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Indonesia*. BPS.
- Fianto, B. A., Rahmawati, C. K., & Supriani, I. (2021). Mobile banking services quality and its impact on customer satisfaction of Indonesian Islamic banks. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 7(1), 59–76. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol7.iss1.art5>
- Fauziah, M. R. (2019). Investasi logam mulia (emas) di Pegadaian Syariah dalam perspektif hukum ekonomi syariah. *Tahkim: Jurnal Hukum dan Syariah*, 15(1), 63–73. <https://doi.org/10.33477/thk.v15i1.866>
- 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 (IJIBEC)*, 8(1), 78–99. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v8i1.6809>
- Hafizd, J. Z. (2021). Investasi emas dalam perspektif hukum Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(2), 1–15.
- Ismail, S., & Ahmad, N. (2025). Encouraging Muslim participation in halal investment: A Shariah-based perspective. *Journal of Halal Studies*, 3(1), 45–60. (Artikel masih tahap early view, tanpa DOI).
- Kusumaningrum, N. R., Anggraeni, E., & Pranoto, B. A. (2021). Consumer preference analysis of new complementary organic food products. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 31(3), 324–333.
- Mindiasari, I. I., Priharsari, D., Setiawan, B. D., & Purnomo, W. (2024). Identifying the influence of consumer purchase intention through live-streaming shopping: A systematic literature review. *Journal of Information Technology and Computer Science (JITECS)*, 9(1), 22–33. <https://doi.org/10.25126/jitecs.202491576>
- Ningsih, L. A. (2020). Eksistensi investasi emas sebagai investasi ideal. *Jurnal Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(1), 45–58.
- Nurdiansyah, A. F., & Saputro, E. P. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah pada Bank BRI Unit Kartasura. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 22–31.
- Rahmawati, M., & Fauziah, N. (2021). Investasi logam mulia (emas) di Pegadaian Syariah. *Jurnal Tahkim*, 11(2), 235–246.
- Santoso, I., Kurniawan, R., Sartana, & Suryani, C. (2023). An exploratory study of search and information-sharing behavior on Facebook. *Insight: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 25(2), 131–141.
- Sari, P. P. (2024). Program investasi emas pada produk BSI Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia. *Al-Aflah*, 3(1), 12–25.
- Septiani, E., Kerti Yasa, N. N., Ekawati, N. W., & Sukaatmadja, I. P. G. (2024). The antecedents of purchase intention of local brands: A systematic literature review. *Asian Management and Business Review (AMBR)*, 4(2), 260–275. <https://doi.org/10.20885/AMBR.vol4.iss2.art6>
- 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 (IJEBAAR)*, 8(3), 998–1009. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v8i3.15472>
- Tanprajna, R. F., & Ellyawati, J. (2020). Effect of e-referral and e-WOM on purchase intention. *Repository Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 1–12.

Wijayanti, R., & Sunarsi, D. (2020). Analisis kualitas pelayanan menggunakan dimensi SERVQUAL pada sektor jasa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 34–45