

**STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN SYARIAH
TERHADAP NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA
AREA JAMBI KCP HAYAM WURUK**

**STRATEGY FOR IMPROVING THE QUALITY OF SHARIA
SERVICES TO CUSTOMERS AT BANK SYARIAH INDONESIA
JAMBI AREA HAYAM WURUK BRANCH OFFICE**

Neneng Sudharyati¹, Dessy Anggraini²

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Jl. Jambi-Ma. Bulian KM. 16 Simp. Sei Duren-Jambi 36363

Telp/Fax. (0741) 533187-58118

Website: febi.uinjambi.ac.id

Email: nenengsudharyati@uinjambi.ac.id

Abstract: *This article explains the strategy for improving the quality of sharia services to customers at Bank Syariah Indonesia Jambi Area KCP Hayam Wuruk. This study is based on the fact that banks as service providers need to implement ways to improve the quality of their services in order to use available resources effectively. Real competitive advantage comes from providing quality services. This is due to the bank's ability to keep its customers happy and focused on their business. The purpose of this research is to determine the strategies and efforts of Bank Syariah Indonesia Jambi Area in improving the quality of sharia services to customers. The research method used in this research is field research with a qualitative approach. The results of this study, Bank Syariah Indonesia Jambi Area is AKHLAK (Trusted, Competent, Harmonious, Loyal, Adaptable, Physical, Human Resources, Business Services, Business realizes the value of collaboration through the ultimate business acceleration concept to increase contributions to and obstacles faced by BSI is to always achieve excellent service by providing excellent service to customers and convenient solutions for the work of its employees, so that the service is optimal and hassle-free.*

Keywords: *Strategy, Improvement, Service Quality.*

Abstrak: *Tulisan ini menjelaskan tentang strategi peningkatan kualitas layanan syariah kepada nasabah pada Bank Syariah Indonesia Area Jambi KCP Hayam Wuruk. Kajian ini didasari oleh kenyataan bahwa bank sebagai penyedia layanan perlu menerapkan cara-cara untuk meningkatkan kualitas layanannya agar dapat menggunakan sumber daya yang tersedia secara efektif. Keunggulan kompetitif yang nyata berasal dari penyediaan layanan berkualitas. Hal ini disebabkan oleh kemampuan bank dalam menjaga nasabahnya tetap senang dan fokus pada bisnisnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dan upaya Bank Syariah Indonesia Area Jambi dalam meningkatkan kualitas layanan syariah kepada nasabah. Metode*

penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Hasil kajian ini, Bank Syariah Indonesia Area Jambi adalah AKHLAK (Terpercaya, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptable, Fisik, Sumber Daya Manusia, Pelayanan Bisnis, Bisnis mewujudkan nilai kolaborasi melalui konsep akselerasi bisnis yang pamungkas untuk meningkatkan kontribusi terhadap dan kendala yang dihadapi BSI adalah selalu mencapai pelayanan yang prima dengan memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan dan solusi yang nyaman bagi pekerjaan para karyawannya, sehingga pelayanannya optimal dan tidak merepotkan.

Kata kunci: Strategi, Peningkatan, Kualitas Pelayanan.

PENDAHULUAN

Saat ini seiring dengan semakin dinamisnya situasi bisnis dan semakin kompetitifnya lingkungan persaingan perbankan, kepuasan nasabah menjadi aspek penting yang perlu mendapat perhatian. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk mencapai kepuasan nasabah, semua bank harus senantiasa menjaga hubungan dan komunikasi dengan nasabahnya agar dapat memahami kebutuhan dan keinginannya serta memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan harapannya. Kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen.¹

Oleh karena itu, dalam iklim bisnis saat ini dimana persaingan semakin ketat sangat penting bagi perusahaan perbankan syariah untuk bersaing dengan bank tradisional. Mengingat Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk mayoritas beragama Islam tertinggi, maka penting bagi perusahaan perbankan syariah untuk menyusun strategi yang tepat dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah guna meningkatkan loyalitas dan kepuasan

¹ Indonesia, Ikatan Bankir. *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Gramedia Pustaka Utama, 2015, 45.

nasabah. Pelanggan setia telah terbukti menjadi keunggulan kompetitif yang penting dalam lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini.

Perbankan Islam adalah jenis organisasi keuangan berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Prinsip syariah adalah prinsip perbankan syariah yang didasarkan pada fatwa yang dikeluarkan oleh badan yang berwenang mengeluarkan fatwa di bidang hukum syariah. Ide ini merupakan alternatif dari prinsip suku bunga sistem perbankan tradisional. Mengingat peluang pasar bank syariah yang masih sangat besar, menarik masyarakat muslim dan menjadi nasabah menjadi tantangan tersendiri bagi bank syariah. Kualitas pelayanan sangat penting bagi pertumbuhan dan perkembangan suatu bank. Pelayanan prima dan kualitas produk suatu bank akan meningkatkan reputasi bank, meningkatkan loyalitas nasabah, meningkatkan berita positif dari mulut ke mulut, dan juga meningkatkan kinerja dan profitabilitas perusahaan.²

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, penentuan produk yang tepat bagi konsumen sebenarnya bergantung pada kebutuhan nasabah dan insentif untuk menggunakan produk perbankan syariah. Misalnya, nasabah penyimpan yang ingin menyimpan uangnya dengan aman dan bebas risiko ditawarkan produk tabungan (giro atau tabungan) berdasarkan prinsip simpanan (wadi'ah), sedangkan deposan yang menginginkan uangnya membawa manfaat ekonomi dapat berupa diberikan produk simpanan (giro, tabungan, dan deposito) berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah). Klien yang membutuhkan keuangan ditentukan oleh kebutuhan dan motif mereka, misalnya: pelanggan yang menginginkan kepemilikan suatu barang dapat ditawarkan opsi pembiayaan.

² Siti Astiyah, Darsono, Harisman Ali Sakti, Ascarya Andoecia Darwis, dan Enny Tin Suryani Siti Rahmawati. *Perbankan di Indonesia Kelembagaan dan Kebijakan Serta Tantangan Masa Depan*. Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2017, 56.

Saat ini bank syariah sudah merambah ke berbagai provinsi di Indonesia, namun jumlahnya masih sedikit. Faktanya, meskipun mayoritas penduduknya beragama Islam, sektor jasa keuangan daerah masih didominasi oleh bank tradisional. Keadaan ini diyakini disebabkan oleh beberapa faktor seperti lokasi, kepercayaan, pengetahuan, promosi, dan kualitas layanan. Pelayanan yang diberikan suatu perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas agar tidak kehilangan pelanggan dalam jangka panjang. Ketika manajer memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan, mereka dapat menghasilkan layanan berkualitas tinggi. Fungsi perbankan syariah menurut hukum Islam berdasarkan Al-Quran dan Hadits. Bank syariah perlu memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabahnya untuk mencapai loyalitas nasabah, dan hal ini memerlukan kualitas pelayanan yang syariah.

Kualitas pelayanan Islami merupakan suatu bentuk evaluasi yang dirasakan oleh konsumen terhadap penyajian produk atau jasa yang dilakukan suatu organisasi, dimana segala aktivitasnya dilandasi oleh nilai-nilai moral dan sesuai dengan kepatuhan sebagaimana dijelaskan dalam hukum Islam. Kualitas pelayanan telah menjadi faktor penting bagi keberhasilan suatu perusahaan. Hal inilah yang menyebabkan bank syariah Indonesia meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabahnya. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang disebut *Servqual*, suatu alat yang biasa digunakan oleh perusahaan jasa yang terdiri dari *Tangible*, *Reliability*, *Responsiviness*, *Assurance* dan *Emphaty*. Namun kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut bersifat umum. Menambahkan unsur kepatuhan terhadap hukum Islam (*compliance to sharia law*) untuk

menutupi kelemahan yang ada akan berdampak negatif terhadap keuntungan bank dan menyebabkan hilangnya kredibilitas.³

Saat ini, persaingan menjadi semakin ketat, dan konsumen menjadi semakin penting bagi bisnis/organisasi. Saat ini, konsumen dihadapkan pada banyak pilihan. Jika dulu konsumen “memburu” produsen, kini produsen perlu “memburu” konsumen. Melihat latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mempelajari lebih detail, dengan tujuan untuk melihat lebih dekat prosedur yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.

KAJIAN PUSTAKA

Konsep dan Manajemen Strategi

Strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi (*strategy is a comprehensive plan for accomplishing an organization's goals*). Strategi ini bertujuan tidak hanya untuk mencapai tujuan tetapi juga untuk menjaga keberlangsungan organisasi di lingkungan dimana organisasi tersebut beroperasi. Bagi organisasi bisnis, strategi ini bertujuan untuk menjaga kelangsungan bisnisnya dibandingkan kompetitor dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Setelah merumuskan strategi, perusahaan menerapkan rencana untuk memenangkan persaingan bisnis yang ada dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Proses perumusan strategi terdiri dari tiga tahap dan digunakan untuk mengimplementasikan strategi. Penilaian kebutuhan untuk pengembangan strategi, analisis situasi, dan pemilihan

³ Eva Sundan. *Dinamika Citra dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam (Studi kasus Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru)*. Penerbit Adab, 2021, 16.

rencana.⁴

Penilaian strategi penyusunan, sebelum merumuskan strategi perlu ditentukan perlu atau tidaknya dilakukan penyusunan rencana, baik strategi baru maupun perubahan strategi. Hal ini terkait dengan apakah strategi yang akan diterapkan sejalan dengan kebutuhan perubahan kondisilingkungan atau sebaliknya lebih baik tetap pada strategi yang ada. Mengevaluasi strategi persiapan sebelum mengembangkan suatu strategi, apakah itu strategi baru atau strategi yang diubah, harus menentukan apakah perlu mengembangkan sebuah rencana. Hal ini tergantung pada apakah strategi yang diterapkan memenuhi persyaratan perubahan kondisi lingkungan atau sebaliknya, apakah lebih baik tetap berpegang pada strategi yang ada. Tahap memutuskan apakah akan mengembangkan suatu strategi bisa memakan waktu lama, terutama jika menyangkut masalah inersia kompetitif. Persaingan adalah keadaan kepuasan di antara anggota suatu organisasi. Setelah mengkaji konteks internal dan eksternal organisasi, perusahaan harus memilih strategi dari beberapa pilihan yang tersedia. Strategi alternatif terbagi dalam tiga kategori: strategi pengambilan risiko, taktik agresif atau ofensif (metode agresif atau ofensif), dan strategi pengambilan risiko dan penghindaran risiko. Jadi itu ada di antara keduanya, metode ini disebut strategi turn-around.⁵

“Pelayanan prima” merupakan terjemahan dari ungkapan “pelayanan terbaik atau prima”. Disebut “sangat baik” atau “terbaik” karena memenuhi standar pelayanan yang sesuai atau merupakan milik lembaga pemberi pelayanan. Hakikat pelayanan publik adalah menyelenggarakan pelayanan

⁴ Ernie Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2005), 132.

⁵ Meki Pamekas, *Pelayanan Prima* (Penerbit Lakeisha, 2021), 1.

sosial yang unggul, yang mewujudkan tugas pegawai negeri sebagai pelayan masyarakat. Istilah "Service Excellence" menjadi populer dalam bidang jasa saat ini. "Pelayanan yang baik" mengacu pada penyediaan layanan terbaik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan semudah mungkin dan menjaga mereka tetap puas dan setia kepada perusahaan. Untuk memberikan pelayanan yang baik, perusahaan harus memiliki keterampilan tertentu. Hal ini mencakup dandanan yang baik, keramahan, semangat dan selalu bersikap baik, ketenangan dalam bekerja, perilaku tidak sombong sehingga membuat merasa diinginkan, dan keduanya atau berkomunikasi dengan baik dengan departemennya atau departemen lainnya, mampu memahami dan memahami bahasa isyarat (gesture) pelanggan, serta memiliki kemampuan dalam menangani keluhan pelanggan.⁶

Tujuan dari keunggulan layanan adalah fokus pada layanan pelanggan, menanggapi pelanggan dan masyarakat, dan memberikan layanan yang memuaskan mereka. Prinsip 'pelayanan adalah pemberdayaan' merupakan inti dari pelayanan publik yang baik. Pelayanan nirlaba di sektor komersial bertujuan untuk memenuhi sepenuhnya kebutuhan masyarakat dengan sebaik-baiknya, sedangkan pelayanan yang baik di sektor publik bertujuan untuk memenuhi sepenuhnya kebutuhan masyarakat dengan cara yang sebaik-baiknya. Pelayanan pelanggan yang baik sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan.

⁶ Darsono Siti Astiyah dkk., *Perbankan di Indonesia Kelembagaan dan Kebijakan Serta Tantangan Masa Depan* (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2017), 195.

Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan pelanggan adalah upaya proses secara sadar dan disengaja yang dilakukan oleh organisasi (birokrasi) yang ingin mempertahankan daya saing produk atau jasanya melalui penyediaan atau penyajian jasa kepada pelanggan. Pelayanan pelanggan dianggap sebagai bagian integral dari kualitas. Proses yang akan diterapkan menentukan visi, misi, strategi, dan sistem yang akan diterapkan dalam organisasi. Mengacu pada pengertian pelayanan nasabah pada pasal di atas, pelayanan nasabah pada hakekatnya adalah segala upaya yang dilakukan oleh suatu organisasi perbankan (birokrasi) terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan kepuasan yang optimal kepada nasabahnya.⁷

Sebagai kejelasan mengenai layanan dalam kenyataan sehari-hari, dapat diberikan contoh sebagai berikut : A memerlukan surat keterangan tentang jati diri sebagai pegawai di perusahaan X. B dalam hal ini petugas yang berwenang di perusahaan X tersebut membuat (memproses) surat yang dimaksud oleh A. Apa yang dilakukan oleh B inilah yang disebut pelayanan.

Konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam mengacu pada evaluasi kognitif dan konsumen terhadap pemberian pelayanan oleh suatu organisasi pelayanan berdasarkan dan sesuai dengan nilai-nilai moral dalam segala kegiatannya, sebagaimana dijelaskan dalam hukum Islam. Dengan terus memberikan pelayanan berkualitas yang sesuai syariat Islam akan memuaskan konsumen khususnya konsumen muslim. Konsumen muslim cenderung lebih puas ketika kebutuhan syariah mereka terpenuhi. Penelitian mengenai kualitas pelayanan yang diberikan pada lembaga keuangan syariah dikembangkan oleh

⁷ Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah* (Gramedia Pustaka Utama, 2015), 46.

Osman dan Owen dengan menambahkan dimensi kepatuhan, kemudian dikembangkan dengan menggunakan model CARTER (*Compliance, Assurance, Reliability, Spesificity, Empathy, Responsiveness*). Hal inilah yang membedakan kualitas layanan bisnis umum dengan kualitas layanan syariah dengan tambahan kepatuhan.⁸

Penerapan nilai-nilai syariah terlihat ketika bank syariah melakukan transaksi keuangan dengan nasabahnya. Ketika bank syariah melakukan transaksi keuangan dengan nasabah, para pihak mengadakan kontrak atau perjanjian yang menjelaskan di antara mereka tindakan apa yang akan diambil dalam situasi tertentu. Bank syariah berfungsi sebagai organisasi perantara, terutama mengumpulkan tabungan dari masyarakat dan kemudian mendistribusikan kembali dana sebagai pinjaman, namun selalu berdasarkan kontrak. Dalam situasi ini, dapat dikatakan bahwa setiap aspek kehidupan manusia merupakan wujud pengabdian kepada Tuhan. Oleh karena itu, agar industri perbankan syariah dapat berkembang dan berpegang pada etika Islam, etos kerja, dll, maka pegawai bank syariah harus menganut hal yang sama dalam segala tindakannya.⁹

Penyebab Kegagalan Penyampaian Jasa

Model mutu pelayanan yang menyoroti syarat-syarat utama yang memberikan mutu pelayanan yang diharapkan adapun model ini mengidentifikasikan lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan

⁸ B. Boedionao, *Pelayanan Prima Perpajakan* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), 37.

⁹ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 17.

penyampaian jasa, yaitu :¹⁰

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen. Dalam hal ini manajemen tidak selalu memahami benar apa yang menjadi keinginan pelanggan.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi mutu pelayanan. Dalam hal ini manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
3. Kesenjangan antara spesifikasi mutu pelayanan dan penyampaian jasa. Dalam hal ini para personel mungkin tidak terlatih baik dan tidak mampu memenuhi standar.
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Dalam hal ini harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat wakil-wakil dan iklan perusahaan.
5. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan, dalam hal ini terjadi bila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai mutu pelayanan.

Namun perubahan lingkungan yang dihadapi saat ini, Bank Syariah tidak hanya adanya persaingan, sosial ekonomi dan politik saja melainkan menuntut bank syariah untuk mengembangkan pasar, melakukan inovasi, dan kreatif dalam jasa yang dihasilkan, sehingga mampu memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah menjadi bagian penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitifnya bagi umat muslim.

¹⁰ Putra dan Herianingrum, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya," 625.

Nasabah

Pengertian nasabah adalah pelanggan (customer) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa. Menurut Tjiptono pengertian nasabah adalah “setiap orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan”. Menurut undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang pokok perbankan pasal 1, mendefinisikan nasabah sebagai berikut: Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah penyimpanan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.¹¹

Pelanggan di tempatkan pada kedudukan istimewa, mengingat keberadaan kita adalah karena pelanggan, pelanggan adalah yang menentukan mati hidupnya kita, maka pelanggan bisnis di tempatkan pada kedudukan istimewa. Segala strategi, pendekatan cara dan teknologi, lebih lagi karyawan harus diarahkan dengan segala aktivitas untuk dapat mewujudkan pelayanan unggul yang benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Tidak ada hari yang terlewatkan tanpa memikirkan bagaimana caranya untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan.¹²

Kepuasan nasabah adalah hasil perbandingan antara pelayanan yang dirasakan dan layanan yang diinginkan apabila pelayanan yang di terima melebihi pelayanan yang diinginkan, maka nasabah akan merasa puas atas pelayanan yang di berikan, jika sebaliknya maka nasabah akan merasa kecewa

¹¹ Miti Yarmunida, “Dimensi Syariah Compliance Pada Operasional Bank Syariah,” *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4 (9 Oktober 2018): 141.

¹² Hamdi Agustin, “Analisis Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah DI Pekanbaru,” *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 2, no. 2 (15 November 2019): 29.

dengan pelayanan yang di berikan. Dengan semakin ketatnya persaingan, maka perusahaan bank merasa perlu untuk mempertahankan pelangganya. Terdapat berbagai cara untuk menarik dan mempertahankan nasabah, antara lain :

1. Memberikan potongan harga kepada nasabah setia.
2. Memberikan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing

Pelanggan dinyatakan loyal apabila mereka mempunyai suatu komitmen yang kuat untuk menggunakan atau membeli lagi secara rutin sebuah produk/jasa dan ada niat untuk memakai produk tersebut dimasa yang akan datang sedangkan Tjiptomo (2006), menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merk, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena berhubungan dengan harapan pelanggan. Jika pelayanan yang diberikan perusahaan baik dan memuaskan, maka harapan dari pelanggan akan tercapai, sebaliknya jika pelayanan yang diberikan perusahaan buruk maka harapan dari pelanggan tidak tercapai.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti sendiri melakukan survei lapangan. Penelitian lapangan menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan data lapangan yang dilakukan oleh informan, responden, dokumen dan observasi pada setting sosial yang berkaitan dengan subyek yang diteliti. Teknik pengamatannya dapat dilakukan dengan percakapan, wawancara terstruktur (formal), dan wawancara tidak terstruktur (informal). Percakapan dan

wawancara di lingkungan sosial terkait dengan topik yang diteliti untuk menilai sosial budaya yang ada.¹³

Penelitian ini dilakukan secara langsung dilapangan untuk mengidentifikasi dan menggali lebih jauh data mengenai strategi peningkatan kualitas layanan syariah bagi nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Jambi sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan pendekatan induktif dalam analisis. Menekankan pada proses penelitian dan menggunakan landasan teori agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan.

PEMBAHASAN DAN HASIL

1. Strategi Meningkatkan Kualitas pelayanan Islami Terhadap Nasabah Bank Syariah Indonesia Area Jambi KCP Hayam Wuruk

Berdasarkan temuan peneliti, saat ini peta persaingan industri perbankan semakin sempit dan pelayanan nasabah menjadi hal yang sangat penting. Bank Syariah Indonesia harus mampu bersaing dan menjawab tantangan Indonesia, karena nasabah setianya membawa manfaat besar bagi Bank Syariah Indonesia. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan jasa keuangan untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya guna mencapai citra yang baik di mata pelanggan. Di balik kesuksesan suatu perusahaan tentunya terdapat strategi yang harus diterapkan oleh suatu perusahaan, dan untuk dapat bertahan dalam persaingan dan mengembangkan

¹³ Nur Hikmatul Auliya, Hardani, Helmina Andriani Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty Evi Fatmi Utami, dan Dhika Juliana Sukmana Ria Rahmatul Istiqomah. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020, 12.

perusahaan, maka strategi tersebut berbeda-beda pada setiap perusahaan.

Bank Syariah Indonesia memiliki strategi yaitu dengan menerapkan konsep *Ultimate Service as Business Acceleration* dengan berjalannya pelayanan yang sesuai dengan SOP serta bertujuan untuk mewujudkan visi dan Misi Bank Syariah Indonesia dengan peningkatan dari aspek *People, Service Proses, Phsycal, dan Business Contribution*. Untuk strategi meningkatkan kualitas pelayanan, disini melakukan monitoring dan evaluasi setiap hari demi mencapai pelayanan yang *Ultimate Service* serta selalu mengikuti peraturan standar operasional perusahaan. Untuk memberikan pelayanan yang *Ultimate Service* pegawai perusahaan harus dapat bekerja sama dan dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya. Demi kelancaran sebuah perusahaan perbankan perlu menjalankan Standar Operasional Perusahaan (SOP) yang sangat berguna untuk kelangsungan operasional serta dapat menjaga kualitas pelayanan yang di berikan kepada nasabah sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Dikarenakan umur Bank Syariah Indonesia masih tergolong sangat muda, karena baru didirikan pada tahun 2021 BSI harus membuktikan bahwa kinerjanya harus gemilang dan mampu bersaing dengan bank konvensional, dengan konsep *Ultimate Service As Business Acceleration* merupakan layanan baru yang di berikan oleh Bank Syariah Indonesia demi menghadapi tantangan demi tercapainya kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan bagi nasabahnya.

Strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah Bank Syariah Indonesia Area Jambi KCP Hayam Wuruk yaitu dengan memberikan layanan dengan konsep *Ultimate Service as Business Acceleration* yang terdiri

dari 4 (empat) aspek, yaitu :¹⁴

a. People

Hal ini terkait dengan faktor internal khususnya pegawai BSI. Insan BSI diharapkan menunjukkan rasa hormat dan keramahan yang setinggi-tingginya. Program pelatihan digunakan untuk mengembangkan karyawan yang kompeten dan antusias yang dapat bekerja dengan cepat dan efisien sekaligus memiliki pengalaman dan pengetahuan yang diperlukan untuk memberikan layanan yang memuaskan kepada pelanggan.

b. Physical

Menawarkan pelayanan yang prima. yang terbaik untuk kenyamanan pelanggan, dan kursi antrean yang ditempatkan secara merata serta ada pembatasnya.

c. Business Contribution

Komponen layanan ini merupakan akad yang cocok untuk mengelola bisnis nasabah dalam sistem kerjasama dengan OJK dan pemangku kepentingan lainnya yang akan membantu membangun sistem koperasi yang sesuai dengan peraturan syariah Islam dan dukungan bisnis yang berkelanjutan bagi Bank Syariah Indonesia.

d. Service Process

Komponen layanan yang menggunakan teknologi digital untuk mempercepat proses transaksi. Ini adalah bagian penting bagi organisasi yang menyediakan layanan keuangan karena memungkinkan mereka memberikan layanan dengan cepat dan nyaman dimana saja.

¹⁴ Rafidah Rafidah, "Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah," *Nalar Fiqh: Forum Kajian Hukum Keluarga* 10, no. 2 (Desember 2014): 121.

Salah satu tantangan terbesar bagi bisnis untuk bertahan dalam bisnis adalah menjaga loyalitas pelanggan terhadap produk dan layanan mereka. Suatu jasa dikatakan bernilai maksimal jika melebihi harapan pelanggan. Sebaliknya, meskipun pelayanan yang diberikan melebihi harapan pelanggan, kinerja suatu perusahaan akan terpuruk jika tidak memenuhi harapan pelanggan. Islam sangat menghargai rasa saling menghormati satu sama lain, dan loyalitas pelanggan dimulai dari penilaian konsumen terhadap produk dan jasa yang diterima. Bank Syariah Indonesia Di wilayah Jambi, kami memberikan pelayanan prima sebagai strategi percepatan bisnis berdasarkan strategi yang sejalan dengan prinsip syariah yaitu pengembangan sumber daya manusia dari sisi sumber daya manusia dan pengembangan aspek hard sumber daya manusia. Kami menggunakan metode Carter yang disebut. Fasilitas yang diberikan perusahaan, kontribusi terhadap bisnis diberikan dalam bentuk komponen penawaran kontrak yang ramah pelanggan dan aspek proses layanan ditingkatkan dengan penggunaan teknologi digital yaitu solusi digital melalui BSI Mobile.

2. Kendala Yang di Hadapi BSI Area Jambi KCP Hayam Wuruk Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanannya dan Solusinya

Untuk kendala yang di hadapi BSI Area Jambi KCP Hayam Wuruk saat ini ialah bagai mana persahaan memberikan pelayanan yang prima yang konsisten untuk para nasabah. Adapun solusi dari kendala yang di hadapi BSI Area Jambi KCP Hayam Wuruk yaitu dengan memberikan rasa nyaman terhadap karyawan untuk bekerja supaya pelayanan yang di berikan kepada nasabah dapat optimal dan memuaskan.

Bank Syariah Indonesia senantiasa mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di bidang ketenagakerjaan, termasuk yang terkait dengan keselamatan dan kesehatan kerja (K3). Bagi perbankan, inisiatif ini sangat penting untuk menciptakan produktivitas kerja yang optimal sehingga pegawai dapat bekerja dengan nyaman dan memberikan pelayanan prima kepada nasabah. BSI telah menyesuaikan mekanisme pelaksanaan pengembangan sumber daya manusia dengan tujuan mengisi setiap level peran di bank dengan program pengembangan yang sesuai. Selain itu, BSI melakukan pencarian talenta untuk menyaring calon pegawai yang akan dipersiapkan untuk mengisi posisi-posisi kunci.

Pelanggan telah menaruh kepercayaan mereka pada perusahaan, melayani mereka sangatlah penting. Dimana perusahaan harus memberikan pelayanannya yang terbaik kepada para konsumen. Jika perusahaan tidak mampu mempertahankan pelanggan yang didapatkanyasah payah tentu hal itu dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan tersebut, perusahaan dapat mengalami kerugian karena layanan yang tidak memadai atau citra perusahaan dapat menjadi buruk. Loyalitas pelanggan merupakan strategi bisnis yang efektif karena merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan.

Bank Syariah Indonesia Area Jambi KCP Hayam Wuruk memiliki kendala dalam hal pelayanan. BSI Area Jambi KCP Hayam Wuruk dapat konsisten memberikan pelayanannya kepada nasabah dengan menghindari dari kegiatan yang dapat menimbulkan benturan kepentingan dan dapat menjaga kerahasiaan data para nasabah serta larangan penyalahgunaan jabatan serta dapat terus meningkatkan pelayanannya serta adapun solusi dari BSI Area Jambi KCP Hayam Wuruk yaitu dengan memberikan fasilitas yang nyaman bagi karyawan supaya pelayanan yang di berikan dapat optimal dan berjalan dengan lancar

fasilitas yang diberikan mulai dari penghargaan serta pengembangan karir bagi karyawan serta dapat meningkatkan SDM yang unggul. Tata letak kantor merupakan aspek utama dalam menunjang kinerja. Bank Syariah Indonesia juga komitmen dengan memberikan pelayanan yang prima dan dapat di percaya sesuai dengan budaya kerja BSI Area jambi KCP Hayam Wuruk yaitu dengan AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan :

1. Strategi meningkatkan kualitas pelayanan islami terhadap nasabah Bank Syariah Indonesia Area Jambi KCP Hayam Wuruk yaitu dengan menciptakan pelayanan dengan konsep *Ultimate Service as Business Acceleration* dengan melakukan transformasi layanan melalui *Customer Engagement, Shifting to Digital* dan *Simplifikasi Service Process* sejalan dengan nilai-nilai utama perusahaan (*Care Values*), *care values* BSI yaitu AKHLAK (*Amanah, Kompeten, Harmonis, Adaptif dan Kolaboratif*). Adapun aspek dari *Ultimate Service as Business Acceleration* yaitu dengan berupaya meningkatkan sisi *Physical, People, Service Process* dan *Business Contribution* yang dapat mendorong perusahaan untuk mewujudkan visi dan misinya.
2. Kendala BSI Area Jambi adalah bagaimana perusahaan konsisten dalam melayani nasabah berdasarkan prinsip syariat Islam, tidak melakukan penipuan dan selalu memberikan solusi keuangan. Solusinya, BSI Area Jambi memberikan kenyamanan kerja bagi karyawan, kesempatan pelatihan dan pengembangan karir, serta tunjangan bagi karyawan yang pernah

mengalami bencana.

Saran

Adapun beberapa saran yang penulis berikan untuk Bank Syariah Indonesia Area Jambi KCP Hayam Wuruk adalah sebagai berikut :

1. Bank Syariah Indonesia Area Jambi senantiasa melakukan inovasi layanan dan mengembangkan potensi yang dimiliki agar masyarakat dapat mengetahui produk dan layanan perusahaan, tertarik menggunakan layanan BSI serta menciptakan kepuasan nasabah.
2. Bank Syariah Indonesia Area Jambi akan meningkatkan kualitas pegawai BSI Area Jambi dalam pelayanan nasabah dan kemampuan pelayanan yang diberikan oleh pegawai BSI Area Jambi guna mendukung loyalitas nasabah dari sudut pandang kepuasan nasabah pelanggan sangat puas.

DAFTAR PUSTAKA

Anjar Arista Sari, dan Sri Abidah Suryaningsih. 2020. "Pengaruh Promosi Islami dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi Pada Pegadaian Syariah Kabupaten Gersik." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 3, no. 2, 187–99.

Atmadjati, Arista. 2018. *Layanan Prima dalam Praktik Saat Ini*. Deepublish.

B. Boedionao. 2003. *Pelayanan Prima Perpajakan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Endra Sugiarto. 2002. *Pisikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Engkur. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di DKI Jakarta." 2018. *Jurnal Akutansi dan Manajemen* 14, no. 1.

Indonesia, Ikatan Bankir. 2015. *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Gramedia Pustaka

Utama.

Kurniawan Saefullah, Ernie. 2005. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Moenir. 2010. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Nur Hikmatul Auliya, Hardani, Helmina Andriani Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty Evi Fatmi Utami, dan Dhika Juliana Sukmana Ria Rahmatul Istiqomah. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.

Nurdiani, Nina. 2014. "Teknik Sampling Snowball Dalam Penelitian Lapangan." *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications* 5, no. 2: 10–18.

Rafidah Haris, dan Mila Dewi Lasika. 2019. "Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Islami dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Outlet Rabbani di Kota Jambi." *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* 3, no. 2, 57.

Rafidah. 2014. "Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah." *Nalar Fiqh: Forum Kajian Hukum Keluarga* 10, no. 2, 13–26.

Respati, Januarisya, Edy Yulianto, dan Andriani Kusumawati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank BCA KCU Pusat Kota Malang)." PhD Thesis, Brawijaya University, 2016.

Rifani, Denny Nazaria. 2021 "Pelayanan Publik Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Sambaliung Kabupaten Berau." *Sawala: Jurnal Administrasi Negara* 9, no. 2, 115–24.

Siti Astiyah, Darsono, Harisman Ali Sakti, Ascarya Andoecia Darwis, dan Enny Tin Suryani Siti Rahmawati. 2017. *Perbankan di Indonesia Kelembagaan dan Kebijakan Serta Tantangan Masa Depan*. Jakarta: PT. Rajawali Pers.

Sry Lestari. 2020. "Pengaruh Sharia Compliance Dan Islamic Corporate

Governance Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah.” *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 2, 123–43.

Sumayyah, Aisyah Sumayyah, dan Rachmad Risqy Kurniawan Kurniawan. 2021. “Larangan Risywah Pada Penerapan Etika Bisnis Islam Di Perbankan Syariah.” Preprint. Open Science Framework..

Titin Agustin Nengsih, Ahmad Syahrizal, dan Sellin Fidia Oktafiani. “Evaluasi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia: Studi Empiris Pembayaran UKT di Jambi.” *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 12, no. 2 (2021): 180–85.

Titin Agustin Nengsih, Arsa, dan Pradita Sari Putri. “Determinan Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah: Studi Empiris Di Kota Jambi.” 2021. *Perbanas Journal of Business and Banking* 11, no. 1, A93–111.

Yeni Rokhilawati, dan Ziyadatun Ni“mah. 2020. “Analisis Strategi Pelayanan Islami PT.Pegadaian (PERSERO) Unit Pegadaian Syariah Simpang Lima Di Kabupaten Banyuangi.” *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* 1, no. 1, 121–136.

Zamroni, Mohammad, dan I Gusti Ayu Ketut Rachmi Handayani. 2015. “Pentingnya Kualitas Pelayanan (Service Quality) dalam Memenuhi Kepuasan Masyarakat (Society Satisfaction).” *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi* 5, no. 2.