

STRATEGI PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE*
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH
DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP PARE LAWU KEDIRI

SKRIPSI



Oleh:

Ari Kanthi Febriani

NIM 402190182

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2023

ABSTRAK

Febriani, Ari Kanthi. 2023. Strategi Pelayanan Kepuasan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri. *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Candra Febrilyantri, S.E., M.Ak.

Kata Kunci: Strategi Pelayanan, *Customer Service*, Nasabah.

Di tengah kondisi persaingan yang terus meningkat, perusahaan perbankan sebaiknya terus meningkatkan pelayanan customer service untuk mencapai kinerja yang tinggi hendaknya customer service mampu untuk mengadakan komunikasi personal dengan kualitas yang baik mengingat bahwa unit customer service merupakan unit terdepan yang langsung berhadapan dengan nasabah atau calon nasabah. Strategi pelayanan merupakan kegiatan dalam proses regulasi yang menerapkan strategi suatu perusahaan agar keluhan dapat terselesaikan dan memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh perusahaan.

Penelitian ini, menggunakan pendekatan kualitatif yaitu dengan melakukan penelitian dengan pengamatan langsung yang bersifat interaktif dan memaparkan sesuai data yang diperoleh di lapangan. Teknik pengumpulan data merupakan cara peneliti mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Dalam hal ini instrumen pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti, yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam melayani nasabahnya, customer service memiliki SOP pelayanan tersendiri untuk memberikan kepuasan nasabah. Seperti kecepatan dalam melayani nasabah, customer service memiliki maksimal waktu dalam melayani nasabah yakni 10-15 menit pertransaksi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan customer service dalam meningkatkan kepuasan nasabah meliputi strategi mendasar, yaitu bersikap ramah, sopan, komunikatif, cepat dan tepat. Selain itu, customer service Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri juga menggunakan strategi pelayanan yang utama, yaitu meliputi aspek Cepat Tanggap (*Responsiveness*), Kompetensi (*Competence*), Dapat dipercaya (*Credibility*), Kontribusi (*Contribution*), Kejujuran (*Honesty*), Perubahan (*Innovation*), dan Pelayanan Prima (*Service Excellent*). Kepuasan nasabah dapat dilihat dari sikap yang ditunjukkan nasabah kepada bank, seperti nasabah yang loyal terhadap bank, dan terus menggunakan jasa dan produk yang telah disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No.	Nama	NIM	JURUSAN	JUDUL
1.	Ari Kanthi Febriani	402190182	Perbankan Syariah	Strategi Pelayanan <i>Customer Service</i> dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 11 September 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Muhammad Amri, M.S.Ak.

NIP. 198907102018011001

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Skripsi

Candra Febriyantri, S.E., M.Ak.

NIP. 199202042020122023



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Strategi Pelayanan *Customer Service* dalam Meningkatkan
Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu
Kediri
Nama : Ari Kanthi Febriani
NIM : 402190182
Jurusan : Perbankan Syariah

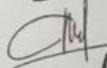
Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu
syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :
Muhtadin Amri, M.S.Ak.
NIP. 198907102018011001

Penguji I :
Dwi Setya Nugrahini, M.Pd.
NIDN. 2030048902

Penguji II :
Candra Febrilyantri, M.Ak.
NIP. 199202042020122023

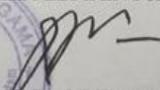
()
()
()

Ponorogo, 30 Oktober 2023

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. M. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ari Kanthi Febriani

NIM : 402190182

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

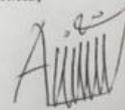
Judul Skripsi/Tesis : Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 8 November 2023

Penulis,



Ari Kanthi Febriani

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ari Kanthi Febriani

NIM : 402190182

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**“STRATEGI PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH
INDONESIA KCP PARE LAWU”**

Secara keseluruhan adalah hasil dari penelitian/karya tulis saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 11 September 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Ari Kanthi Febriani

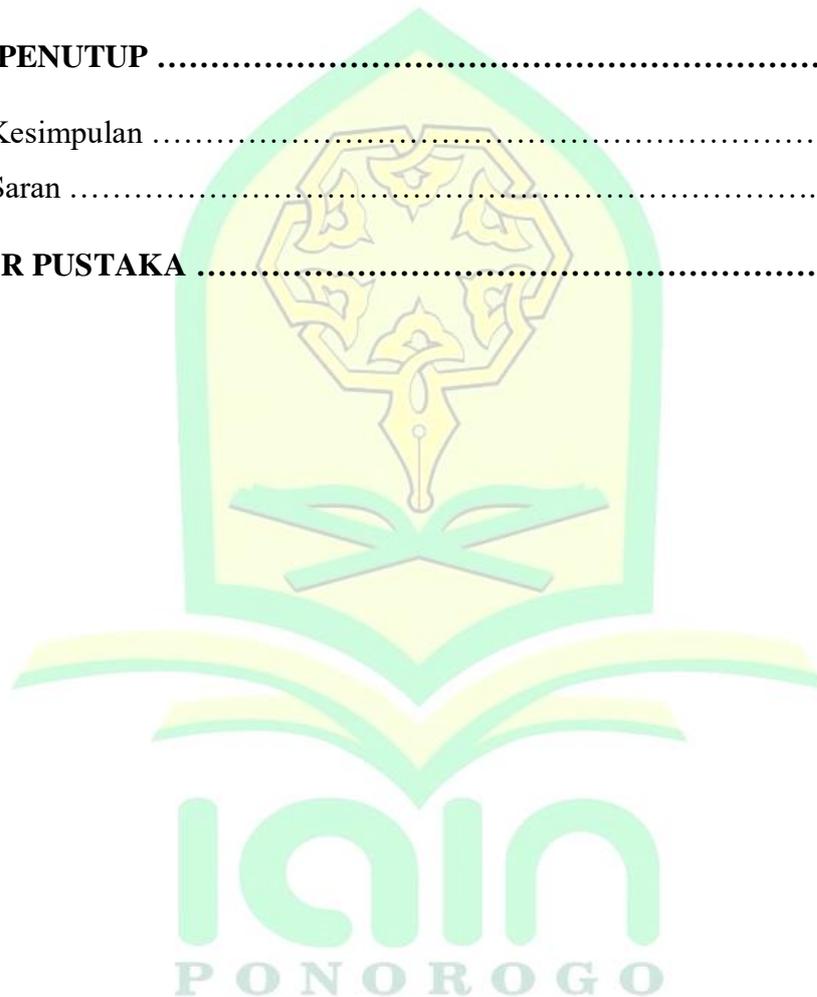
NIM. 402190182

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Studi Penelitian Terdahulu	8
F. Metode Penelitian	19
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	19
2. Lokasi Penelitian	20
3. Data dan Sumber Data	20
4. Teknik Pengumpulan Data	21
5. Teknik Pengolahan Data	22

6. Teknik Analisis Data	24
7. Teknik Keabsahan Data	24
G. Sistematika Pembahasan	25
BAB II STRATEGI PELAYANAN <i>CUSTOMER SERVICE</i>	27
A. Strategi Pelayanan	27
1. Pengertian Strategi	27
2. Pengertian Pelayanan	28
3. Pengertian Strategi Pelayanan	30
B. <i>Customer Service</i>	32
1. Pengertian <i>Customer Service</i>	32
2. Tugas dan Fungsi <i>Customer Service</i>	35
3. Kriteria Pelayanan <i>Customer Service</i> yang Baik	38
C. Kepuasan Nasabah	39
BAB III PAPARAN DATA	44
A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu	44
B. Data	47
1. Data Strategi Pelayanan <i>Customer Service</i> Di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri	47
2. Data Dampak Strategi Pelayanan <i>Customer Service</i> Yang Diterapkan Di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri	52
BAB IV ANALISIS STRATEGI PELAYANAN <i>CUSTOMER SERVICE</i> DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DI BANK	

SYARIAH INDONESIA KCP PARE LAWU KEDIRI	55
A. Analisis Strategi Pelayanan <i>Customer Service</i> Di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri	55
B. Analisis Dampak Strategi Pelayanan <i>Customer Service</i> Yang Diterapkan Di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri ...	64
BAB V PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di tengah kondisi persaingan yang semakin meningkat ini, perusahaan perbankan sebaiknya terus meningkatkan pelayanan *customer service* untuk mencapai kinerja yang tinggi hendaknya *customer service* mampu untuk mengadakan komunikasi personal dengan kualitas yang baik mengingat bahwa unit *customer service* merupakan unit terdepan yang langsung berhadapan dengan nasabah atau calon nasabah. Terjadinya persaingan antar bank yang semakin ketat saat ini tidak hanya di bidang produk jasa yang ditawarkan, tetapi juga pada masalah pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya. Karena pada dasarnya semua nasabah berkeinginan untuk mendapatkan pelayanan yang terbaik dari bank melalui kemudahan berhubungan dengan bank, pelayanan yang cepat dan keramahan petugas bank.

Strategi pelayanan merupakan kegiatan dalam proses regulasi yang menerapkan strategi suatu perusahaan agar keluhan dapat terselesaikan dan memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh perusahaan. Dalam hal ini bank harus terus meningkatkan kepatuhan operasional bank dengan prinsip syariah. Maka dari itu, *customer service* harus bisa memperhatikan

pelayanan yang diberikan kepada para nasabahnya sesuai dengan operasional yang telah ditentukan bank.¹

Pelayanan nasabah atau *customer service* pada sebuah bank merupakan pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah maupun calon nasabah, pada umumnya yang berkaitan dengan aktivitas usaha dan operasional bank sehari-hari. Terjadinya persaingan antar bank yang semakin selektif seperti sekarang ini, sebagian nasabah berkeinginan mendapatkan pelayanan yang efektif dari bank melewati kemudahan berasosialisasi dengan bank, pelayanan yang cepat, dan keramahan petugas bank baik dari segi jasa atau produk yang bertransaksi maupun persoalan pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Dengan kualitas pelayanan yang baik, nasabah yang datang untuk menggunakan layanan perbankan juga semakin meningkat. Meningkatnya nasabah yang datang, diharapkan tidak menimbulkan terjadinya kelalaian dalam melayani nasabah.²

Customer service harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. Selain itu, *customer service* dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya, agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah.³ *Customer service* memiliki peranan sangat berguna memberikan pelayanan dan dituntut untuk selalu bersosialisasi dengan nasabah dan

¹ Ade Irma Wahyuni, *Analisis Strategi dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman Medan*, (Medan: UIN Sumatera Utara, 2020), 2.

² Syaiful dan Fachrie, "Pengembangan Sistem Antrean Berbasis Android pada Layanan Administrasi di Universitas Teknologi Yogyakarta", *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*, (2020), 139-145.

³ Kasmir, *Customer Service Excellent*, (Yogyakarta, Rajawali Pers, 2017), 105.

memelihara hubungan itu tetap baik. Perihal ini perlu dilakukan karena menjaga hubungan yang baik dengan nasabah berarti menjaga *image* bank agar penilaian bank dapat berkembang atau meningkat di mata nasabah.

Customer service harus melayani nasabah dengan prima. Karena pelayanan prima adalah pelayanan yang memiliki ciri khas berkualitas. Ciri khas tersebut meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, dan kehandalan dari petugas pelayanan dalam penyampaian dan pemberian pelayanan kepada nasabah yang berkesan kuat dan dapat langsung dirasakan nasabah pada saat itu juga.⁴ Jadi untuk meningkatkan kinerja perbankan dan kepercayaan nasabah, dikarenakan perbankan merupakan bank jasa, maka pelayanan yang diberikan harus dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya.

Strategi *customer service* adalah pola penentuan keputusan yang dilakukan oleh *customer service* kepada nasabah dalam bentuk pelayanan yang terbaik, diberikan langsung untuk memberikan kepuasan kepada nasabah dan kualitas perlakuan yang diterima oleh nasabah selama berlangsungnya kontrak bisnis dengan perusahaan, dan pelayanan yang mengenai sasaran dalam arti sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan nasabah tersebut. Peluang dan hambatan *customer service*, segala proses yang mempengaruhi jalan atau tidaknya suatu strategi yang dilakukan oleh *customer service* dalam memberikan pelayanan berhubungan langsung kepada nasabah.

⁴ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 18.

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pare Lawu, yang beralamatkan Jl. Lawu No.6A, Perdana, Pare, Kec. Pare, Kab. Kediri, Jawa Timur, merupakan salah satu pelaku bisnis yang bergerak dibidang industri perbankan. Bank ini berdiri pada 1 Februari 2021 bertepatan dengan 19 Jumadil akhir 1442 H., menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri ini memiliki visi dan misi. Visi Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri yaitu “Top 10 Global Islamic Bank”. Sedangkan misi dari Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri yaitu:

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia,
2. Menjadikn bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham,
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.⁵

Dengan adanya pelayanan *customer service* untuk meningkatkan kepuasan nasabah, mengutamakan pelayanan yang memuaskan dan berbagai jenis tabungan yang menarik sesuai dengan kebutuhan nasabah. Maka seharusnya nasabah tersebut dapat merasa puas dalam pelayanan yang diberikan oleh *customer service*. Padahal dalam praktiknya pelayanan *customer service* masih belum maksimal. Hal tersebut dibuktikan ketika

⁵ Sholikhul Hadi, *Wawancara*, 19 Oktober 2022.

peneliti melakukan observasi, masih ada nasabah yang kecewa dan memilih mengembalikan nomor antrian menuju *customer service* dan keluar dari bank.⁶

Banyaknya nasabah yang mengantre pelayanan *customer service* mengakibatkan nasabah merasa tidak nyaman, dikarenakan nasabah berasumsi bahwa mereka membuang-buang waktu. Nasabah pasti merasa senang jika diberi pelayanan tanpa harus menunggu antrian yang panjang. Sehingga untuk meminimalisir hal tersebut terjadi diperlukan penerapan teori antrian. Antrian dapat terjadi jika bagian dari kapasitas infrastruktur tidak dipenuhi oleh kedatangan pelanggan, jadi perlu waktu untuk menunggu pelayanan. Nasabah yang datang tidak dapat diperkirakan jumlahnya, dan kebutuhan mereka juga bervariasi.⁷

Hasil dari tinjauan yang dilakukan peneliti terhadap *customer service* di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri, bahwasanya mereka dalam melaksanakan tugasnya harus sesuai dengan prosedur atau Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan oleh bank. Standar operasional prosedur tersebut diantaranya yaitu, standar penampilan sesuai ketentuan bank, memberikan pelayanan prima kepada nasabah dengan menggunakan prinsip syariah, memberi salam, melayani nasabah dengan baik, sopan, ramah, serta menggunakan bahasa yang santun.⁸

⁶ Wirda, *Observasi*, 18 November 2022.

⁷ Dahoklory dan Ismail, *Evaluasi Pelayanan Terhadap Antrian Nasabah*, 2017, 41-52.

⁸ Fatimatus Sholikha, *Wawancara*, 13 Oktober 2022.

Dalam melayani nasabahnya, *customer service* membutuhkan waktu sekitar 15-20 menit per transaksi, tetapi itu semua juga tergantung dengan transaksi yang dilakukan oleh nasabah. Ada kalanya nasabah juga menginginkan penjelasan produk yang ingin digunakannya sehingga hal tersebut dapat menambah waktu dalam melayani nasabah. Nasabah yang datang ke *customer service* pada setiap harinya cukup banyak, yakni sekitar 30 hingga 50 nasabah perharinya.⁹

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi pelayanan *customer service*, sehingga peneliti memutuskan untuk meneliti dengan judul **“STRATEGI PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP PARE LAWU KEDIRI”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pelayanan *customer service* di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri?
2. Bagaimana dampak strategi pelayanan *customer service* yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri?

⁹ Fatimatus Sholikha, *Customer Service*, Wawancara, 14 Oktober 2022.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti diatas maka dapat dituliskan tujuan yang ingin dicapai, diantaranya sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisa tentang bagaimana strategi pelayanan *customer service* di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri.
2. Mengetahui dan menganalisa bagaimana dampak strategi pelayanan *customer service* yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, diantaranya:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti khususnya mengenai strategi pelayanan *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah di lembaga perbankan syariah.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan atau mengevaluasi strategi pelayanan *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabahnya.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan bisa memberi informasi, menambah wawasan dan pengetahuan terkhusus bagi mahasiswa tentang strategi pelayanan *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada bank syariah. Diharapkan penelitian ini juga dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, serta sebagai pengembangan ilmu perbankan syariah.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Alvi Naslia, dengan judul “Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darussalam)”. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu dengan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam.¹⁰ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan

¹⁰ Alvi Naslia, “Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darussalam),” *Skripsi*, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019). 40.

oleh penulis terdapat pada judul, jenis penelitian, metode penelitian, dan lokasi penelitian. Jenis penelitian yang digunakan disini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berlandaskan filsafat positivme, sedangkan jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang pelayanan *customer service* dan kepuasan nasabah.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ida Fitriani, dengan judul “Kepuasan Nasabah Terhadap Produk dan Pelayanan Bank Syariah di Kota Metro (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Metro Timur)”. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini menyangkut pengolahan data permasalahan yang ada dalam lapangan atau keadaan yang sebenarnya. Hasil dari penelitian ini adalah kepuasan nasabah terhadap produk dan pelayanan bank syariah di kota Metro, ada yang puas dan juga ada yang tidak puas. Bagi nasabah yang puas terhadap pelayanan yang diberikan bank syariah, lebih puas terhadap pelayanan dibagian *front liner*. Faktor pelayanan dan produk ternyata mempengaruhi kepuasan nasabah.¹¹ Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada jenis penelitiannya yaitu menggunakan jenis penelitian kualitatif dan juga sama-sama meneliti mengenai kepuasan nasabah. Perbedaannya terdapat pada judul yang tidak membahas mengenai strategi

¹¹ Ida Fitriani, “Kepuasan Nasabah Terhadap Produk dan Pelayanan Bank Syariah di Kota Metro (Studi pada Masyarakat Kecamatan Metro Timur),” *Skripsi*, (Lampung: IAIN Metro, 2018). 29.

customer service, dan lokasi penelitian, disini lokasi penelitiannya adalah Bank Syariah Kota Metro.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Neni Wijayanti, dengan judul “Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah di Bank Lampung Cabang Bandar Jaya”. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Hasil dari penelitian ini adalah pelayanan yang dilakukan oleh *Customer Service* PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya termasuk dalam kategori yang baik dan telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah sehingga mendapatkan penilaian yang positif dari nasabah.¹² Persamaan pada penelitian ini terdapat pada jenis penelitiannya, yaitu menggunakan jenis penelitian kualitatif dan persamaan pada pembahasan yaitu mengenai *customer service*, serta pelayanan. Perbedaannya terdapat pada judul yang membahas mengenai peran *customer service*, sedangkan apad penelitian yang dilakukan peneliti membahas strategi pelayanan *customer service*, perbedaan juga terdapat pada lokasi penelitian, dimana dalam penelitian ini berlokasi di Bank Lampung Cabang Bandar Jaya.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Rika Ema Ivainaroh, dengan judul “Pelayanan *Customer Service* pada Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi”. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field*

¹² Neni Wijayanti, “Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah di Bank Lampung Cabang Bandar Jaya,” *Skripsi*, (Lampung: IAIN Metro, 2018), 53.

research) yang pada hakikatnya merupakan penelitian yang pencarian data serta pengumpulan datanya dilakukan di tempat terjadinya fenomena atau kasus tertentu terjadi. Hasil dari penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi memberikan dampak positif bagi bank dengan adanya perubahan berkurangnya keluhan-keluhan nasabah.¹³ Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terdapat pada jenis penelitian yaitu penelitian lapangan dan sama-sama meneliti mengenai pelayanan *customer service*. Perbedaannya terdapat pada judul, dan lokasi penelitian yang dimana lokasi pada penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis berlokasi di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Yusron Musthafa Kamal, dengan judul “Strategi Pelayanan *Customer Service* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Rawamangun”. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah pelayanan pada PT. Bank Syariah Mandiri Rawamangun sudah terlaksana dengan baik.¹⁴ Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada

¹³ Rika Ema Ivainaroh, “Pelayanan *Customer Service* Pada Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi,” *Skripsi*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2022), 66.

¹⁴ Yusron Musthafa Kamal, “Strategi Pelayanan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Rawamangun,” *Skripsi*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016), 73.

pendekatan penelitian yaitu pendekatan kualitatif dan juga sama-sama meneliti mengenai strategi pelayanan *customer service*. Perbedaannya terdapat pada waktu dan lokasi penelitian, dimana pada penelitian ini berlokasi di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Rawamangu, serta perbedaan pada judul yang berfokus pada jumlah nasabah, sedangkan penulis berfokus pada kepuasan nasabah.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Devi Oktaviani, dengan judul “Dampak Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Di BRI Syariah KCP Metro”. Dalam penelitian ini dibahas tentang pelayanan, ciri-ciri pelayanan yang baik dan faktor-faktor kualitas pelayanan. Metode yang digunakan deskriptif kualitatif, hasil dari penelitian ini adalah dampak pelayanan dapat dilihat berdasarkan penilaian nasabah terhadap faktor kualitas pelayanan yang diberikan.¹⁵ Perbedaan penelitian ini terletak pada judul yang mengangkat mengenai dampak pelayanan *customer service*, dan terletak pada waktu dan lokasi penelitian, pada penelitian ini berlokasi di BRI Syariah KCP Metro. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama membahas kepuasan nasabah dan sama-sama menggunakan metode wawancara.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Intannia Cahyasari, dengan judul “Strategi Pelayanan *Customer Service* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang

¹⁵ Devi OKtaviani, “Dampak Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah KCP Metro,” *Skripsi*, (Lampung: IAIN Metro, 2020), 27-31.

Pekanbaru”. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), karena dalam penelitian ini penulis turun langsung ketempat penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan kepada nasabah dapat diketahui dengan keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Pekanbaru itu bisa ditunjukkan dari adanya kepuasan mereka atas layanan yang selama ini diberikan.¹⁶ Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada judul, dan jenis penelitian yang digunakan peneliti yaitu penelitian lapangan. Perbedaannya terdapat pada waktu, dan lokasi penelitian, yang dimana penelitian ini berlokasi pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Pekanbaru.

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Linda Rambe, dengan judul “Strategi Pelayanan *Customer Service* Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidimpun”. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan mabrur, PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidimpun yaitu yang pertama memberikan pelayanan yang baik, kedua melakukan *cross selling* kepada nasabah, ketiga evaluasi berupa *roll play* yang dilakukan dengan nasabah percobaan oleh sejumlah

¹⁶ Intannia Cahyasari, “Strategi Pelayanan *Customer Service* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Pekanbaru,” *Skripsi*, (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2019), 58.

karyawan lainnya.¹⁷ Persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis terdapat pada jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif, dan sama-sama meneliti mengenai strategi pelayanan *customer service*. Perbedaannya terdapat pada judul yang membahas mengenai jumlah nasabah, waktu, dan lokasi penelitiannya, dimana pada penelitian ini berlokasi di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidimpuan.

Kesembilan, penelitian yang dilakukan oleh Ade Irma Wahyuni, dengan judul “Analisis Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman Medan”. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman Medan berada di sel IV (empat), suatu keadaan dimana perusahaan berada pada *stability strategy*, yaitu strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan.¹⁸ Persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu penelitian ini berfokus pada strategi pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Perbedaannya yaitu membahas mengenai analisis, perbedaan juga terletak pada waktu, dan lokasi penelitian yang berlokasi pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman Medan.

¹⁷ Linda Rambe, “Strategi Pelayanan *Customer Service* dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidimpuan,” *Skripsi*, (Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan, 2019), 36.

¹⁸ Ade Irma Wahyuni, “Analisis Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman Medan,” *Skripsi*, (Medan: UIN Sumatera Utara Medan, 2020), 44.

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan oleh Della Ariska, dengan judul “Strategi Penerapan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada BPRS Muamalat Harkat (Studi BPRS Muamalat Harkat Kec. Sukaraja Kab. Seluma Kota Bengkulu)”. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah strategi *customer Service* dapat meningkatkan kepuasan nasabah dengan pemasaran berkelanjutan (*continuity marketing*) dimana pada poin ini karyawan bank melakukan pemasaran berkelanjutan seperti memberikan brosur kepada nasabah mengenai produk-produk yang ada, pemasaran individual (*one to one marketing*) dengan cara memberikan penjelasan pada masing-masing individu nasabah dan hubungan kemitraan (*partnering program*).¹⁹ Persamaan penelitian ini terdapat pada jenis penelitian yakni menggunakan jenis penelitian pendekatan kualitatif dan sama-sama membahas kepuasan nasabah. Perbedaannya terletak pada judul yang membahas mengenai strategi penerapan *customer service*, sedangkan pada penelitian penulis membahas mengenai strategi pelayanan *customer service*, perbedaan juga terletak pada waktu, dan lokasi penelitian, pada penelitian ini berlokasi di BPRS Muamalat Harkat Kec. Sukaraja Kab. Seluma Kota Bengkulu.

Kesebelas, penelitian yang dilakukan oleh Gadis Anggraini, dengan judul “Strategi Pelayanan *Customer Service* pada Bank BRI Syariah KC

¹⁹ Della Ariska, “Strategi Penerapan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada BPRS Muamalat Harkat (Studi BPRS Muamalat Harkat Kec. Sukaraja Kab. Seluma Kota Bengkulu),” *Skripsi*, (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019), 12.

Medan S.Parman”. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, dimana penulis menggunakan wawancara dengan *customer service*. Hasil dari penelitian tersebut adalah strategi pelayanan *customer service* terhadap nasabah dilakukan oleh karyawan perbankan dengan menerapkan beberapa cara, yaitu dengan bersikap ramah, komunikatif dan name tag yan selalu diperlihatkan.²⁰ Perbedaan dari penelitian ini terletak pada judul, disini tidak membahas mengenai kepuasan nasabah, serta perbedaan pada waktu, dan lokasi penelitian. Persamaannya yaitu pada jenis penelitian, yang menggunakan jenis penelitian pendekatan kualitatif dan sama-sama membahas tentang strategi pelayanan *customer service*.

Kedua belas, penelitian yang dilakukan oleh Manzilatul Nikmah, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Produk Tabungan Faedah (Studi Kasus pada BRI Syariah KC Madiun)”. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yang berbentuk angka dan analisis statistik. Hasil dari penelitian tersebut adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.²¹ Perbedaannya terdapat pada jenis penelitian yang dimana pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif, selain itu perbedaan juga terdapat pada judul,

²⁰ Gadis Anggraini, “Strategi Pelayanan *Customer Service* pada Bank BRI Syariah KC Medan S.Parman,” *Skripsi*, (Medan: UIN Sumatera Utara Medan, 2018), 1.

²¹ Manzilatul Nikmah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Produk Tabungan Faedah (Studi Kasus pada Bri Syariah KC Madiun),” *Skripsi*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019), 29.

waktu, dan lokasi penelitiannya yang berlokasi di BRI Syariah KC Madiun. Persamaannya yaitu sama-sama membahas mengenai kepuasan nasabah.

Ketiga belas, penelitian yang dilakukan oleh Mustaqim, dengan judul “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Cabang Palangka Raya”. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah empati karyawan Bank Muamalat Cabang Palangka Raya mampu meningkatkan layanan yang dapat memberi kemudahan serta mampu menciptakan hubungan baik dengan nasabah dalam jangka panjang apabila dapat diterapkan secara terus-menerus.²² Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada judul penelitian yang membahas mengenai kualitas pelayanan sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis membahas mengenai strategi pelayanan, selain itu juga terletak pada waktu, dan lokasi penelitian, dimana penelitian ini berlokasi pada Bank Muamalat Cabang Palangkaraya. Persamaannya yaitu pada jenis penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif dan membahas mengenai kepuasan nasabah.

Keempat belas, penelitian yang dilakukan oleh Lin Arshy Cahaya dan Nurul Jannah, dengan judul “Strategi Pelayanan *Customer Service* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Muamalat KCP Sukaramai”. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah peningkatan jumlah nasabah

²² Mustaqim, “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Cabang Palangka Raya,” Skripsi, (Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2016), 38.

merupakan aspek yang paling penting untuk dilakukan melalui pemberian pelayanan yang optimal karena dengan pelayanan yang optimal memberikan dampak yang positif bagi jumlah nasabah yang di dapatkan.²³ Perbedaan dari penelitian ini yaitu terdapat pada judul yang membahas mengenai jumlah nasabah, dan terdapat pada waktu, dan lokasi penelitian yang dimana pada penelitian ini berlokasi di Bank Muamalat KCP Sukaramai. Persamaannya yaitu terletak pada jenis penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif dan membahas mengenai strategi pelayanan *customer service*.

Kelima belas, penelitian yang dilakukan oleh Niki Ayu Purwanti dan Ahmad Amin Dalimunthe, dengan judul “Peran *Customer Service* Dalam Membuka Layanan Rekening Tabungan Pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar”. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut adalah peran *customer service* di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar sangat penting dan vital selain mengenalkan produk kepada nasabah dan menumbuhkan usaha intensifikasi dana melalui produk tabungan.²⁴ Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terdapat pada judul yang dimana pada penelitian ini membahas mengenai peranan *customer service* dalam

²³ Lin Arshy Cahaya dan Nurul Jannah, “Strategi Pelayanan *Customer Service* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Muamalat KCP Sukaramai,” SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah Vol. 04, No. 01, (2022), 57.

²⁴ Niki Ayu Purwanti dan Ahmad Amin Dalimunthe, “Peran *Customer Service* Dalam Membuka Layanan Rekening Tabungan Pada Bank Sumut KCP Syariah Simpang Kayu Besar,” Jimpa: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS), Vol. 02, No. 02, (2022), 231.

membuka layanan rekening, waktu, dan lokasi penelitian yang berlokasi di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar. Persamaannya yaitu pada jenis penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif dan membahas mengenai *customer service*.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian kualitatif lapangan dan bersifat deskriptif yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung.²⁵ Dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan kualitatif yaitu dengan melakukan penelitian dengan pengamatan langsung yang bersifat interaktif dan memaparkan sesuai data yang diperoleh di lapangan. Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yakni berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dari individu, masyarakat, kelompok, maupun organisasi tertentu dalam konteks *setting* yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, *komprehensif* dan *holistic*.²⁶

²⁵ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 34-35.

²⁶ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 213.

2. Lokasi/Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu yang beralamat Jalan Lawu No. 6A, Perdana, Pare, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, Indonesia. Telpon, (0354) 398099. Alasan memilih lokasi ini, karena peneliti telah melakukan pra survei secara langsung di lokasi tersebut, dan melakukan wawancara kepada karyawan, serta mengamati situasi dan kondisi sekitar.

3. Data dan Sumber Data

Sumber data merupakan hal yang penting untuk digunakan dalam penelitian dalam menjelaskan nyata atau tidaknya suatu penelitian. Dalam hal ini, peneliti membagi menjadi dua kategori, yaitu:

a. Data primer

Data primer sendiri merupakan data pokok yang diperoleh secara langsung dari sumber data atau dari hasil penelitian lapangan. Data dalam penelitian ini:

- 1) Strategi pelayanan *customer service* di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu
- 2) Dampak strategi pelayanan *customer service* yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu

b. Data Sekunder

Data pada bagian ini yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data sebagai data pendukung. Data sekunder disini bersumber dari buku, majalah, jurnal, internet, penelitian terdahulu, dan juga sumber-sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

c. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah staff *customer service*, dimana peneliti mewawancarai staff *customer service*, nasabah, dan *security* yang merupakan data primer pada penelitian ini. Sumber data primer yang peneliti gunakan dalam penelitian ini merupakan data mengenai “Strategi pelayanan yang dilakukan *customer service* untuk meningkatkan kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri”.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara peneliti mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Dalam hal ini instrumen pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti, yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang berlangsung.²⁷ Peneliti disini melakukan penelitian dengan cara

²⁷ Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017), 216.

mengamati langsung segala sesuatu terkait dengan masalah yang sedang diteliti, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi dan terjun langsung ke Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan *customer service* yang dilakukan bank tersebut.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara berhadapan langsung antara interview dengan responden secara lisan.²⁸ Dengan tujuan mendapat informasi penting yang dibutuhkan pada penelitian ini.

Adapun metode yang digunakan peneliti adalah wawancara bebas terpimpin yaitu wawancara mengajukan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan kerangka pertanyaan yang sudah disiapkan oleh peneliti. Dalam kegiatan wawancara ini peneliti mewawancarai ibu Fatimatus Sholikha selaku *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses pengumpulan data dan pengambilan data berdasarkan tulisan berbentuk catatan, buku, dokumen serta arsip-arsip milik lembaga yang diteliti.

²⁸ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), 39.

5. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul dari lapangan, maka dilakukan pengolahan data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Reduksi data, adalah merangkum, memilih hal-hal pokok, fokus pada hal-hal penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya serta mencarinya bila diperlukan.²⁹ Dalam hal ini penulis mereduksi data yang disampaikan oleh beberapa pihak Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu tentang strategi pelayanan *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah.
- b. Penyajian data, diartikan sebagai semua informasi yang terkumpul sehingga dari informasi tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan yang kemudian dilakukan pengambilan tindakan penyajian data yang biasanya digunakan adalah bentuk narasi, bagan atau matrik.
- c. *Editing*, yaitu meneliti data-data yang telah diperoleh, terutama dari kelengkapan jawaban, keterbacaan tulisan, kejelasan makna, kesesuaian dan relevansinya dengan data yang lain.³⁰

²⁹ Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 247.

³⁰ Abu Achmadi dan Cholid Narkubo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), 85.

Dalam hal ini peneliti melakukan proses *editing* terhadap hasil wawancara narasumber.

- d. Menarik kesimpulan, adalah langkah terakhir dalam proses pengolahan data. Peneliti menarik beberapa kesimpulan sehingga dapat disusun rinci menjadi suatu konfigurasi tertentu.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang telah diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan bahan lainnya, sehingga dapat dengan mudah dipahami dan dapat diinformasikan kepada yang lainnya.³¹

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah metode deduktif, yaitu pembahasan yang diawali dengan menggunakan teori-teori yang sifatnya umum dan kemudian masuk dikemukakan dalam fakta-fakta yang spesifik yaitu dengan mengamati kejadian di lapangan kemudian menganalisis dan ditarik kesimpulan.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Uji validitas/keabsahan diperlukan dalam penelitian kualitatif demi keaslian dan kehandalan serta tingkat kepercayaan terhadap data yang diperoleh. Teknik validitas data menggunakan teknik triangulasi. Dalam hal ini adalah salah satu pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu selain data yang akan

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan F&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 243.

diolah nanti untuk menganalisis hasil data untuk keperluan pengecekan atau semacamnya perbandingan data tersebut dengan hasil data sekunder.³²

G. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih mudah memahami pembahasan pada penulisan skripsi ini, maka peneliti menguraikan secara terperinci masalah demi masalah yang pembahasannya terbagi menjadi lima bab, dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini berisi tentang kajian teori yang berkaitan dengan strategi pelayanan, *customer service*, dan kepuasan nasabah.

BAB III : PAPARAN DATA

Bab ini berisi tentang hasil penelitian strategi pelayanan *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri.

³² Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 330.

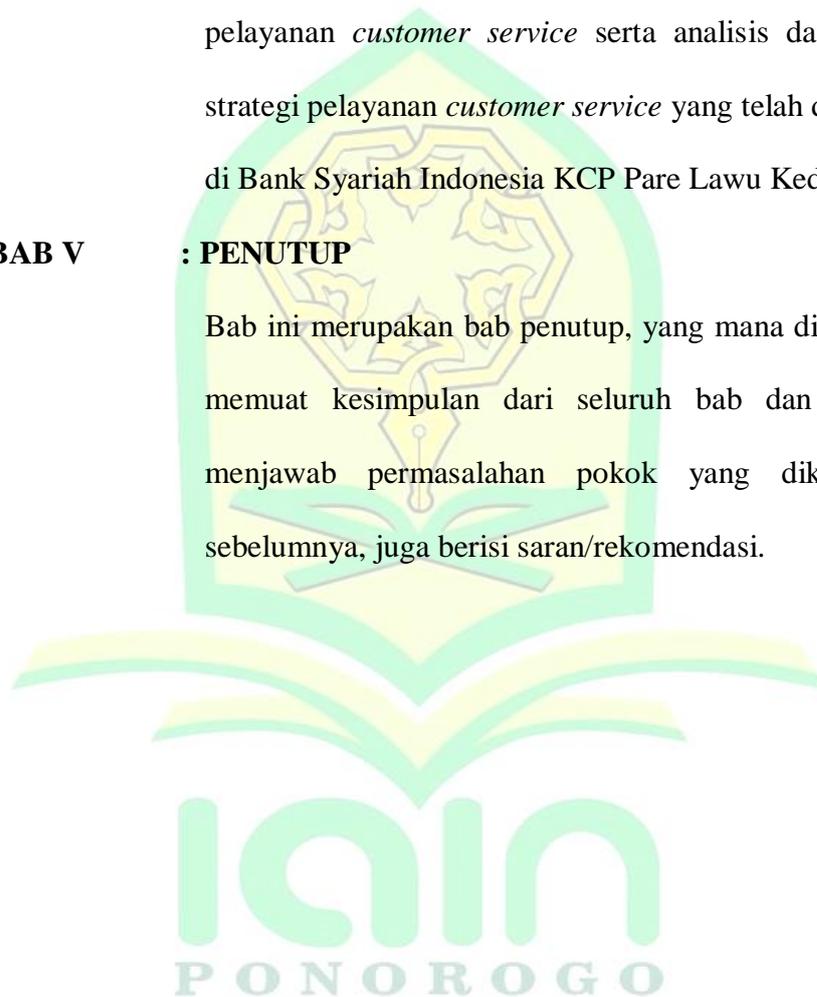
Meliputi strategi pelayanan *customer service* dan dampak dari strategi pelayanan *customer service*.

BAB IV : PEMBAHASAN/ANALISIS

Bab ini berisi pembahasan mengenai analisis strategi pelayanan *customer service* serta analisis dampak dari strategi pelayanan *customer service* yang telah di terapkan di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup, yang mana di dalamnya memuat kesimpulan dari seluruh bab dan sekaligus menjawab permasalahan pokok yang dikemukakan sebelumnya, juga berisi saran/rekomendasi.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi Pelayanan

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah serangkaian tindakan dan keputusan fundamental yang dibuat oleh manajemen puncak yang kemudian diimplementasikan oleh semua tingkatan organisasi untuk mencapai tujuan lembaga atau perusahaan.¹ Strategi juga dapat diartikan sebagai kiat-kiat utama, metode dan taktik yang dirancang secara sistematis dalam menjalankan fungsi manajemen, yang diarahkan pada tujuan strategis organisasi.²

Strategi dalam suatu perusahaan/perbankan sangat penting karena merupakan bagian dari rencana yang matang dalam menyusun kegiatan untuk mencapai visi dan misi perusahaan. Dan akan dipengaruhi oleh hubungan antara waktu dan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan bersama. Strategi sebenarnya didasarkan pada analisis terintegrasi dan holistik. Artinya, setelah strategi disusun, semua elemen sudah ada dalam sebuah organisasi

¹ Siagian, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016).

²Hadari Nawawi, "Manajemen Strategi Organisasi Non-Profit Bidang Pemerintahan dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan", (Yogyakarta: Gaja Mada Universitas Press, 2012), 148.

dengan perspektif jangka panjang, strategi dirumuskan untuk mewujudkan visi dan misi korporasi.³

Menurut Prof. Dr. A.M. Kadarman, strategi artinya menentukan tujuan dan sasaran jangka panjang suatu perusahaan atau organisasi, memiliki cara bertindak serta mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan tujuan tersebut.⁴

Menurut George Steiner dan Jhon Minner, strategi adalah penempatan misi perusahaan, menetapkan tujuan organisasi, memperhatikan kekuatan eksternal dan internal, merumuskan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai tujuan dan memastikan pelaksanaannya tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.⁵

2. Pengertian Pelayanan

Secara etimologis dalam kamus besar bahasa Indonesia pelayanan memiliki arti yaitu usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan sendiri pada dasarnya merupakan kegiatan yang ditawarkan kepada pelanggan/nasabah yang dilayani, yang tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.⁶ Pengertian lain mengenai pelayanan adalah suatu tindakan seseorang atau organisasi

³ Rachmat, *Manajemen Strategik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 6.

⁴ A.M Kadarman, *Pengaruh Ilmu Manajemen*, (Jakarta: Prenhalindo, 2001), 58.

⁵ George Steiner, Jhone Minner, *Manajemen Strategi, Penerjemah Agus Dharma*, (Jakarta: Erlangga, 1999), 20.

⁶ Ikatan Bankir Indonesia (IBI) dan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan (LSPP), *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2017), 75.

perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun nasabahnya. Tindakan tersebut dapat dilakukan dengan cara melayani nasabah atau pelanggan.⁷ Pelayanan sendiri dapat dikatakan baik jika pelayanan yang diterima (*perceived performance*) melebihi ekspektasi maka nasabah merasa puas, dan sebaliknya, jika pelayanan yang diterima (*perceived performance*) rendah atau jauh dari ekspektasi maka nasabah akan merasa tidak puas.⁸

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan adalah kegiatan dalam bentuk sikap dan perilaku petugas bank yang diberikan kepada nasabah agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah seperti yang diinginkan atau diharapkan oleh nasabah.

Pelayanan adalah suatu tindakan yang berkaitan dengan kinerja bagi orang lain, dikategorikan dalam:

- a. *High Contact Service*, adalah layanan yang memungkinkan sering terjadinya kontak antara penyedia dan penerima layanan, sehingga consume dapat terlibat penuh pada bisnis ini.
- b. Layanan Kontak Rendah, ini merupakan layanan yang tidak memerlukan terjadinya banyak kontak dengan nasabah.

⁷ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 15.

⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 1997), 23.

3. Strategi Pelayanan

Strategi pelayanan adalah proses dimana rencana bantuan utama dalam kebaikan bermanfaat dan saling menghasilkan satu sama lain yang bersifat menyeluruh dan terintegritas berisikan sasaran dan program jangka panjang yang dirumuskan berdasarkan keunggulan dan kelemahan perusahaan atau instansi guna menghadapi peluang dan ancaman dari luar. Pemberian pelayanan atau jasa yang baik kepada nasabah akan memberikan kepuasan kepada nasabah itu sendiri yang pada akhirnya tercipta loyalitas kepada karyawan yang bersangkutan. Jika pelayanan yang diterima memuaskan maka kualitas pelayanan atau jasa akan dipersepsikan baik, namun sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas atau pelayanan itu akan dipersepsikan buruk.⁹

Strategi pelayanan yang sering digunakan dalam dunia perbankan diantaranya adalah:

a. Cepat Tanggap (*Responsiveness*)

Cepat tanggap yaitu kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan/nasabah, memberikan layanan secara tepat dan tepat dalam mendengarkan serta menyelesaikan keluhan konsumen.

b. Kompetensi (*Competence*)

Kompetensi secara etimologis adalah kecakapan atau

⁹ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), 2.

dimensi perilaku keunggulan seorang pemimpin atau staf yang memiliki keterampilan, pengetahuan dan perilaku baik.

c. Dapat Dipercaya (*Credibility*)

Mengembangkan perilaku yang dapat dipercaya oleh pelanggan dan kepercayaan pelanggan. Semua informasi disediakan kepada pelanggan harus *up to date* agar pelanggan dapat percaya dalam melakukan transaksi.

d. Kontribusi (*Contribution*)

Memberikan kontribusi positif berupa pikiran dan tindakan yang ditujukan untuk mencapai pelayanan optimal untuk nasabah adalah keharusan, karena ini akan memberikan penilaian kinerja, baik atau tidaknya sebuah pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan kepada nasabahnya.

e. Kejujuran (*Honesty*)

Kejujuran dalam perusahaan yang berhubungan langsung dengan masyarakat sangat penting, karena ini akan menentukan nasabah maupun calon nasabah percaya atau tidak melakukan transaksi di bank.

f. Perubahan (*Innovation*)

Perubahan yang dimaksud disini adalah upaya yang dikelola oleh suatu organisasi untuk mengembangkan produk dan layanan yang baru, atau suatu keinginan baru terhadap sebuah produk.

g. Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Service excellent merupakan pelayanan yang memenuhi standar kualitas suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan atau masyarakat.¹⁰

Ada beberapa unsur pendukung untuk mencapai strategi layanan yang efektif, diantaranya yaitu sebagai berikut:

- a. Struktur organisasi yang dapat menjadi media untuk mengembangkan budaya perusahaan yang menitikberatkan pada penyempurnaan kualitas pelayanan.
- b. Teknologi yang dapat diimplementasikan untuk memperbaiki sumber daya, metode kerja, dan sistem informasi untuk mendukung upaya perbaikan kualitas pelayanan.
- c. Sumber daya manusia yang memiliki sikap, perilaku, pengetahuan, dan kemampuan yang mendukung efektivitas strategi pelayanan.

B. Customer Service

1. Pengertian Customer Service

Customer service adalah setiap kegiatan yang dimaksudkan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat

¹⁰ Rima Rahmayanty, Menejemen Pelayanan Prima, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 18.

memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.¹¹ *Customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.

Secara umum, pengertian *customer service* adalah setiap kegiatan yang di peruntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Jadi intinya adalah *customer service* melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan serta masalah yang sedang dihadapi oleh nasabah. *Customer service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.¹²

Dapat disimpulkan bahwa *customer service* merupakan suatu bagian yang memiliki peran penting dalam kegiatan operasional di bank. *Customer service* diharapkan dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah salah satunya dengan cara pembinaan hubungan yang baik, hal tersebut dapat membuat nasabah merasa lebih dekat, nyaman, dan puas sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan dan loyalitas nasabah.

Customer service adalah lembaga keuangan yang bertanggung jawab menyediakan layanan keuangan melalui

¹¹ Wahjono, Sentot Imam, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2010), edisi pertama, 177.

¹² Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), 180.

penyimpanan uang (tabungan), peminjaman (kredit), dan layanan keuangan lainnya. Selain itu, *customer service* dalam menjalankan kegiatan yang bertujuan untuk menjaga kepuasan nasabahnya dengan memberikan pelayanan sesuai kebutuhan dan keinginan nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa *customer service* merupakan pegawai yang memiliki tugas memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dan memberi jasa keuangan melalui deposito, kredit dan jasa keuangan lainnya.

Syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh seorang *customer service* diantaranya sebagai berikut:

a. Persyaratan fisik

Seorang *customer service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik seperti tinggi yang ideal dengan berat badan, harus memiliki wajah yang menarik dan menawan, memiliki jiwa yang sehat, penampilan yang menarik, pakaian rapi dan bersih serta memiliki badan yang seimbang antara berat dan tinggi.

b. Persyaratan mental

Customer service harus memiliki perilaku yang baik seperti sabar, ramah, dan murah senyum. Hindarkan petugas *customer service* yang mudah marah/emosi dan cepat putus asa. *Customer service* juga harus punya rasa percaya diri atau *selfconfidence* yang tinggi, tidak minder, punya inisiatif, teliti, cermat, rajin, jujur, serius, hati-hati, dan punya rasa tanggung jawab.

c. Persyaratan kepribadian

Syarat lain *customer service* harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan, lemah lembut, simpatik, lincah, energik, menyenangkan, berjiwa bisnis, memiliki rasa humor, dan ingin maju.

d. Persyaratan Sosial

Customer service harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, memiliki budi pekerti yang luhur, pandai bergaul, pandai berbicara, dan fleksibel. *Customer service* juga harus cepat menyesuaikan diri dan mudah bekerja sama dengan berbagai pihak.¹³

2. Tugas dan Fungsi *Customer Service*

Dalam dunia perbankan, tugas utama seorang *customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabahnya selalu berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. Selain itu *customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Maka dari itu, *customer service* sering disebut tulang punggung dari perbankan dalam melakukan kegiatan operasionalnya.

Customer service juga bertanggung jawab atas masalah yang

¹³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Pustaka Media, 2005), 212-213.

timbul dari interaksi antara nasabah dengan *customer service* yang menimbulkan ketidakpuasan. Peran dan fungsi *customer service* secara keseluruhan menunjukkan pelayanan prima yang ditawarkan perbankan kepada nasabahnya.

Berikut fungsi *customer service* diantaranya adalah:¹⁴

a. Sebagai Resepsionis

Customer service berfungsi sebagai penerima nasabah yang datang ke bank, dengan sikap ramah, sopan, tenang, simpatik, dan menyenangkan. Dimana *customer service* harus memberikan perhatian penuh kepada nasabah, berbicara dengan lembut dan jelas, serta menggunakan bahasa Indonesia yang mudah dimengerti nasabah dan juga mengucapkan salam.

b. Sebagai Deskman

Customer service berfungsi sebagai informan yang dapat memberikan informasi mengenai produk-produk yang dimiliki bank, menjelaskan manfaat produk, menjawab berbagai pertanyaan yang diajukan oleh nasabah, serta membantu mengisi berbagai macam formulir aplikasi,

c. Sebagai Salesman

Disini artinya *customer service* berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross*

¹⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Cetakan ke-2, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 250-252.

selling, serta harus bisa mengatasi permasalahan yang dihadapi nasabah. Menjual produk yang dimaksud disini adalah menawarkan produk bank kepada calon nasabah yang datang, dan *customer service* harus pandai dalam meyakinkan nasabah agar mau menggunakan produk yang telah ditawarkan.

d. Sebagai *Customer Relation Officer*

Customer service berfungsi sebagai penghubung antara bank dengan seluruh nasabahnya.

e. Sebagai Komunikator

Customer service berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi mengenai segala informasi yang berhubungan antara bank dengan nasabah, serta sebagai konsultan dan dapat menampung keluhan nasabah.

Customer service juga merupakan lembaga keuangan yang tugasnya memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit) serta jasa-jasa keuangan lainnya.¹⁵ Berkaitan dengan tugas serta fungsi dari *customer service*, seorang *customer service* harus dapat bekerja dengan baik dalam menjalankan tugas-tugasnya, dengan menerapkan prinsip kehati-hatian dalam setiap pekerjaannya.

¹⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Cetakan ke-2, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 249.

3. Kriteria Pelayanan *Customer Service* yang Baik

- a. Ketersediaan infrastruktur yang baik. Nasabah menginginkan pelanggan prima. Dalam melayani nasabah salah satunya yang harus diperhatikan adalah bagian sarana dan prasarana dimiliki oleh bank.
- b. Tersedianya petugas bank yang baik. Kenyamanan nasabah tergantung dari petugas *customer service* yang melayaninya. Petugas *customer service* harus ramah, sopan, juga menarik. Jadi sebelum menjadi *customer service* harus melalui pelatihan dan pendidikan khusus terlebih dahulu.¹⁶
- c. Memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik. Menjadi *customer service* harus memiliki pengetahuan dan keterampilan, karena *customer service* selalu bertatap muka dengan nasabah, oleh dari itu *customer service* perlu dilatih secara khusus mengenai keterampilan dan pengetahuan mereka dalam berurusan dengan nasabah atau kemampuannya dalam bekerja di bank.
- d. Mampu melayani dengan cepat dan tepat. Dalam melayani pelanggan atau nasabah diharapkan *customer service* melakukan hal tersebut sesuai dengan prosedur atau SOP yang telah ditetapkan. Pelayanan yang disediakan kepada nasabah harus sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat

¹⁶ Ivonne Wood, *Layanan Pelanggan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 6.

kesalahan dalam arti layanan yang diberikan kepada nasabah tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

- e. Mampu menjamin kerahasiaan setiap transaksi yang dilakukan. Menjaga rahasia bank sama saja dengan menjaga rahasia setiap nasabah. Oleh karena itu, petugas *customer service* harus menjaga rahasia setiap nasabah dari siapapun itu.
- f. Mampu berkomunikasi dengan baik. *Customer service* harus dapat berbicara dengan setiap nasabah dan *customer service* juga harus bisa memahami dengan cepat dan tepat keinginan nasabah. Artinya, *customer service* harus mumpuni dalam berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami. Dilarang menggunakan istilah yang sulit dimengerti.¹⁷

C. Kepuasan Nasabah

Definisi kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah adanya perbandingan antara persepsi pada kinerja dari suatu produk terhadap harapannya.¹⁸ Sedangkan nasabah didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank.¹⁹ Sehingga nasabah adalah orang atau badan hukum yang berhubungan dengan bank dan menjadi nasabah bank baik di penggunaan produk dan fasilitas bank.

¹⁷ Ibid., 8.

¹⁸ Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2002), 42.

¹⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung, Alfabeta, 2012), 189.

Kepuasan konsumen atau kepuasan nasabah merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakan produk atau jasa pelayanan. Ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh pilihan pembelian khusus dan pengalaman penggunaan barang atau jasa tersebut.²⁰

Kepuasan nasabah mencakup perbandingan antara harapan dan kinerja yang diterima.²¹ Karena pelanggan atau nasabah adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang, maka pelangganlah yang menentukan apakah suatu produk atau jasa tersebut berkualitas atau tidak.

Ada beberapa arti kepuasan yang disampaikan oleh para ahli, diantaranya sebagai berikut:

1. Engel, Blackwell, dan Miniard mendefinisikan kepuasan sebagai:

"Evaluasi pasca konsumsi di mana suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan".

2. Mowen dan Minor mengartikan kepuasan sebagai:

"Segala sikap yang ditunjukkan oleh konsumen atau nasabah terhadap pelayanan, barang, ataupun jasa setelah mereka mendapatkan dan menggunakannya".²²

Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari

²⁰ Sudarsono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), 96.

²¹ A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, (Jogjakarta: Amara Books, 2003), Cet. I, 124.

²² Ujang Sumarwan, *Perilaku Nasabah Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Edisi kedua, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 386.

perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.²³ Kepuasan nasabah berdampingan dengan ketidakpuasan. Artinya, respon nasabah terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk/jasa.²⁴ Secara umum, kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai kesamaan antara kinerja produk dan layanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan pelanggan atau nasabah.²⁵

Ada beberapa cara dalam mengukur kepuasan nasabah, yaitu dengan:

1. Sistem Keluhan dan Saran (*Complaint and Suggestion System*)

Bank meminta keluhan dan saran dari nasabah dengan membuka kotak saran baik melalui surat, telepon bebas pulsa, kotak saran atau berbagai sarana pengaduan lainnya. Informasi ini dapat memungkinkan perusahaan untuk mengantisipasi dan menanggapi kritik dan saran dengan cepat.

Sistem ini memudahkan suatu bank dalam beroperasi dan mengevaluasi kinerja karyawan menjadi lebih baik lagi, serta

²³ Kotler, Philip and Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), Edisi 12, Jilid 1, 150.

²⁴ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 7.

²⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 182.

memberikan pelayanan kepada nasabah yang melakukan transaksi atau nasabah yang ingin berkonsultasi.

2. Survei Kepuasan Pelanggan

Bank perlu melakukan survei untuk mengetahui keluhan nasabah, harapan dari survei ini bank mendapat umpan balik yang positif dari nasabah. Dari survei ini, bank berharap mendapat gambaran mengenai apa yang diinginkan nasabah, sehingga bank dapat memberikan pelayanan yang lebih baik, dan apabila terdapat pelayanan yang kurang baik pihak bank dapat mengevaluasi hal tersebut.

3. Pembeli Bayangan (*Ghost Shopping*)

Perusahaan akan menempatkan orang tertentu baik dari manajemen sendiri atau orang lain sebagai pembeli ke perusahaan lain ataupun ke perusahaan sendiri. Pembeli bayangan ini akan memberikan laporan mengenai keunggulan dan kelemahan dari petugas yang melayaninya.

Adanya pembeli bayangan ini, akan memberikan sesuatu yang bermanfaat bagi bank sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen dalam upaya mencari solusi dari sudut pandang konsumen atau nasabah.

4. Analisa Pelanggan atau Nasabah Yang Lari (*Lost Customer Analysis*)

Nasabah yang hilang akan dihubungi, lalu diminta alasan untuk mengungkapkan alasan mengapa mereka berhenti, atau pindah ke bank lain, apakah ada suatu masalah yang tidak dapat terselesaikan atau

terlambat diatasi.²⁶

Dengan adanya Analisa ini, bank dapat mengetahui permasalahan apa yang sedang terjadi pada nasabah sehingga membuat nasabah pindah ke bank lain. Apabila alasan nasabah sudah diketahui, maka pihak bank harus mencari solusi agar tidak ada lagi nasabah yang pindah ke bank lain dan menutup rekeningnya.

Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya. Dalam praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, ada dua keuntungan yang diterima bank, yaitu sebagai berikut:

1. Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank.
2. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah.²⁷



²⁶ M. Nur Yanto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Alfabeta, 2012), 204.

²⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), edisi revisi cet. 9, hal.237.

BAB III

PAPARAN DATA

A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri

Bank Syariah memiliki peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah penggabungan antara Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI).

Sebelum menjadi Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri, bank ini merupakan Bank BRI Syariah yang berdiri pada tanggal 3 September 2012, dengan Bapak Andi Pujo Sasongko sebagai pimpinan cabang pembantu. Kemudian pada 2016 diganti oleh bapak Bibin Ardi Saputro pindahan dari BRI Syariah Trenggalek, beliau memimpin hingga tahun 2022. Selanjutnya di ganti oleh Bapak Andrianto yang saat ini merupakan Branch Manager dari Bank Syariah

Indonesia KCP Pare Lawu Kediri. Nama Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri ini diambil dari kecamatan Pare dan juga dari nama jalan dimana bank ini berada yaitu jalan Lawu.¹

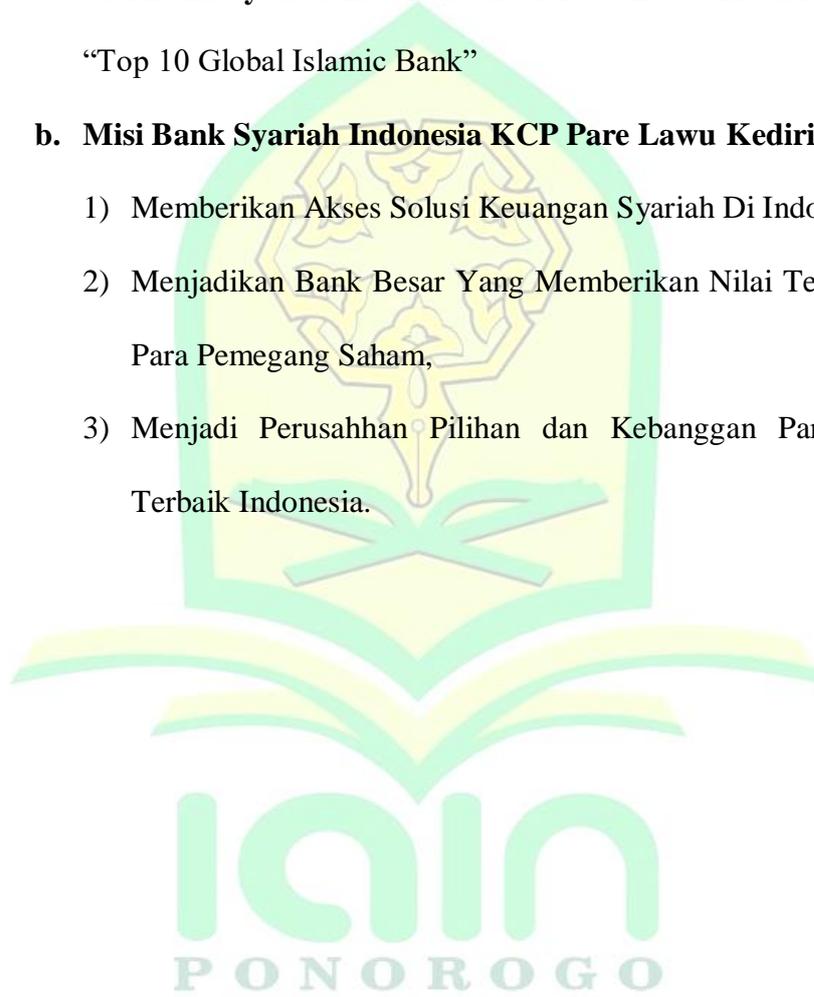
2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri

a. Visi Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri

“Top 10 Global Islamic Bank”

b. Misi Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri

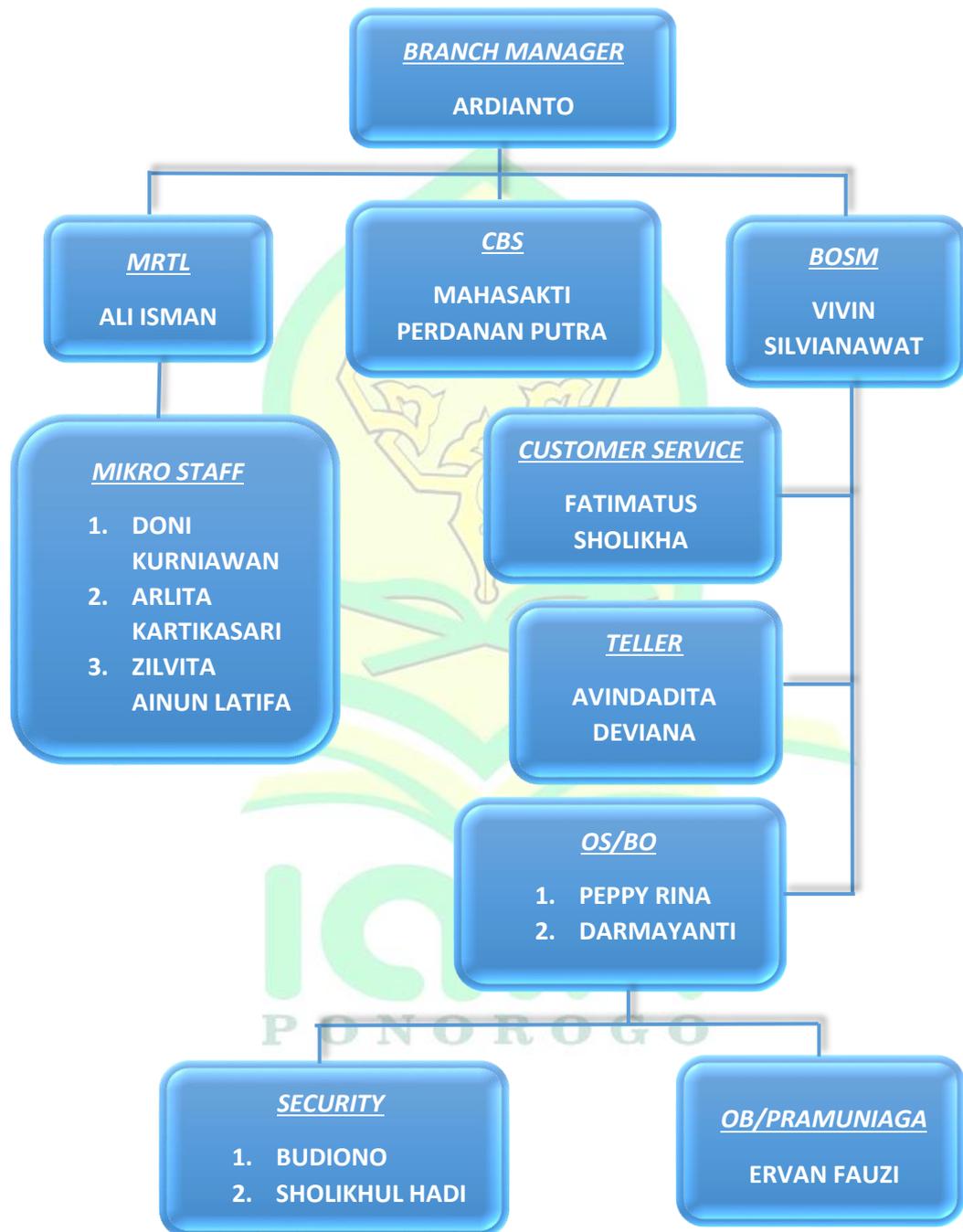
- 1) Memberikan Akses Solusi Keuangan Syariah Di Indonesia,
- 2) Menjadikan Bank Besar Yang Memberikan Nilai Terbaik Bagi Para Pemegang Saham,
- 3) Menjadi Perusahaan Pilihan dan Kebanggaan Para Talenta Terbaik Indonesia.



¹ Sholikhul Hadi, Wawancara, 19 Oktober 2022.

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri

Berikut merupakan Susunan Personalia BSI KCP Pare Lawu Kediri
Gambar 3.1



Sumber: BSI KCP Pare Lawu

B. Data Strategi Pelayanan *Customer Service* di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri

Dalam dunia perbankan, *customer service* adalah seorang pegawai bank yang sangat berpengaruh karena *customer service* dapat bertatap muka secara langsung dalam memberikan pelayanan dan melakukan pemasaran kepada nasabah dan calon nasabah bank. Sehingga diharapkan seorang *customer service* dapat memiliki strategi pelayanan yang baik untuk nasabahnya, karena dengan pelayanan yang baik pandangan nasabah terhadap bank juga menjadi baik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Fatimatus Sholikhah selaku *customer service* di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri, yang mengatakan:

“Dalam melayani nasabah, *customer service* sudah bekerja sesuai dengan SOP pelayanan. Kami sebagai *customer service* harus mampu memberikan pelayanan yang ramah, cepat, tepat, dan maksima kepada nasabah agar nasabah merasa nyaman dalam melakukan transaksi di bank kita. Di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri ini strategi pelayanan yang digunakan adalah 3S yaitu senyum, salam, sapa”.²

Dari hasil wawancara pada *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri diatas, dapat dijelaskan bahwa *customer service* harus menyediakan pelayanan dengan keramahan, kecepatan, dan ketepatan agar nasabah merasa nyaman dalam bertransaksi di bank tersebut.

Selain itu, dalam meningkatkan pelayanan Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri menggunakan strategi *ultimate service* dan strategi

² Fatimatus Sholikhah, *Wawancara*, 18 Oktober 2022.

penanganan keluhan, yang mana bertujuan memberikan pelayanan yang lebih dari harapan nasabah. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Ibu Fatimatus Sholikha selaku *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri pada saat wawancara:

“Tujuan dari digunakannya strategi *ultimate service* ini yaitu agar dapat memberikan pelayanan yang lebih dari apa yang diharapkan oleh para nasabah. Disini *customer service* juga dituntut untuk bisa memberikan pelayanan ekstra kepada nasabah. Untuk strategi penanganan keluhan sendiri dapat melalui tiga acara yaitu dapat melalui *Call Center*, Bank Syariah Indonesia *Mobile*, dan melalui *customer service* secara langsung”.³

Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri menggunakan strategi pelayanan yang menurutnya tepat ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya yaitu menggunakan strategi *ultimate service* dan strategi penanganan keluhan. Terdapat juga faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan strategi pelayanan yang baik di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri, yaitu sebagai berikut:

1. Mempertimbangkan pengelolaan harapan nasabah yaitu nasabah berharap mendapat pelayanan yang baik dari *customer service*
2. Pengembangan pelayanan
3. Bukti kualitas pelayanan bank.

³ Fatimatus Sholikha, *Wawancara*, 14 Mei 2023.

Selain itu terdapat tujuh strategi utama guna meningkatkan pelayanan nasabah yang dilakukan oleh *customer service*, diantaranya yaitu:

1. Cepat tanggap (*Responsiveness*)

Customer service harus mengantongi sikap responsive ketika menghadapi pertanyaan dari nasabah.

Seperti yang disampaikan oleh ibu Fatimatus Sholikhah selaku *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri: “Sangat penting bagi *customer service* untuk memiliki sikap *responsiveness*, karena sikap ini dapat membantu nasabah dan memenuhi kebutuhan mereka dengan cepat sesuai keinginan nasabah.”⁴

Hal tersebut juga disampaikan oleh Sahrul Mubarak selaku nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri: “Sudah cepat tanggap dalam melayani saya dan dalam menanggapi permasalahan yang pernah saya keluhkan.”⁵

Selain itu, diperkuat oleh Hasannah selaku nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri: “*Customer service* sudah cukup cepat tanggap dalam menangani keluhan yang pernah saya ajukan”⁶

Jadi, dapat disimpulkan bahwa *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri ini sudah menerapkan strategi cepat tanggap dalam melayani nasabahnya.

2. Kompetensi (*Competence*)

Kompetensi adalah sikap yang harus dimiliki oleh *customer service*, karena mereka harus pandai berkomunikasi dengan baik agar dapat memahami karakter dan sifat nasabah, sehingga hal tersebut dapat

⁴ Fatimatus Sholikhah, *Wawancara*, 22 September 2022.

⁵ Sahrul Mubarak, *Wawancara*, 23 September 2022.

⁶ Hasannah, *Wawancara*, 22 September 2022.

memudahkan *customer service* dalam mengatasi masalah yang dikeluhkan nasabah.

Seperti yang telah disampaikan oleh ibu Fatimatus Sholika, selaku *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri: “Saat berinteraksi dengan nasabah, kami *customer service* selalu bersikap ramah, sopan, percaya diri, serta tenang dalam membrikan solusi kepadanasabah yang menyampaikan keluhannya. Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah kami juga selalu memperhatikan gaya komunikasi dengan baik.”⁷

Hal tersebut juga disampaikan oleh Sahrul Mubarak selaku nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri: “*Customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri sudah kompeten dalam melayani saya sebagai nasabahnya.”⁸

Selain itu diperkuat oleh Hasannah yang juga merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri: “*Customer service* sudah kompeten dalam melayani nasabah, dan dalam menjelaskan produk yang dimiliki oleh bank.”⁹

Jadi, dapat disimpulkan bahwa *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri sudah menerapkan strategi pelayanan pada point kompeten.

3. Dapat Dipercaya (*Credibility*)

Customer service harus memiliki sikap dapat dipercaya. Informasi yang disampaikan harus dapat dipercaya agar nasabah dapat mempercayai untuk melakukan transaksi.

Seperti yang disampaikan oleh ibu Fatimatus Sholikha selaku *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri: “Dalam menjaga kredibilitas kami selalu memperhatikan cara penyampaian produk kepada nasabah agar dapat meyakinkan nasabah melalui penyampaian dan pelayanan yang telah diberikan.”¹⁰

⁷ Fatimatus Sholikha, *Wawancara*, 22 September 2022.

⁸ Sahrul Mubrok, *Wawancara*, 23 September 2022.

⁹ Hasannah, *Wawancara*, 22 September 2022.

¹⁰ Fatimatus Sholikha, *Wawancara*, 22 September 2022.

Hal tersebut disampaikan juga oleh Sahrul Mubarok selaku nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri: “Menurut saya *customer service* disini dapat dipercaya, karena dari permasalahan yang dikeluhkan selalu mendapat penjelasan yang baik.”¹¹

Selain itu, diperkuat dengan penyampaian Hasannah selaku nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri: “*Customer service* dapat dipercaya dari penjelasan-penjelasan mengenai produk bank yang sangat meyakinkan.”¹²

Jadi dapat dikatakan bahwa *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri ini sudah menerapkan strategi pelayanan pada bagian dapat dipercaya.

4. Kontribusi (*Contribution*)

Dalam hal ini, karena semua layanan yang diberikan tidak lepas dari kontribusi *customer service*, maka *customer service* harus berperan aktif dalam meningkatkan kepuasan nasabah dan kinerja layanan bank.

Seperti yang telah disampaikan oleh ibu Fatimatus Sholikha selaku *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri:

“Tentunya sebagai *customer service* saya memberikan kontribusi yang positif terhadap bank ini, salah satunya dengan cara menunjukkan sikap yang ramah, sopan, dan menyenangkan terhadap nasabah. Serta berkontribusi dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dan memastikan kepuasan mereka sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri.”¹³

5. Kejujuran (*Honesty*)

Sikap jujur sangat dibutuhkan untuk dapat mengikuti segala macam aturan yang telah ditetapkan pada bank. *Customer service* harus jujur dalam berbicara serta bertransaksi kepada nasabah.

¹¹ Sahrul Mubarok, *Wawancara*, 23 September 2022.

¹² Hasannah, *Wawancara*, 22 September 2022.

¹³ Fatimatus Sholikha, *Wawancara*, 22 September 2022.

Seperti yang telah disampaikan oleh ibu Fatimatus Sholika selaku *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri: “Sebagai *customer service* saya berusaha memberikan pelayanan produk maupun jasa sebaik mungkin. Sikap jujur sangat penting dalam lingkungan kerja, baik jujur dalam berucap maupun dalam bertransaksi dengan nasabah.”¹⁴

6. Perubahan (*Inovation*)

Sebagai *customer service* harus mampu mengembangkan dan memberikan produk yang diharapkan nasabah, serta memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah.

Seperti yang telah disampaikan kepada ibu Fatimatus Sholikha selaku *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri: “Melakukan perubahan dalam mempromosikan dan menjelaskan produk dengan menggunakan aplikasi serta brosur yang diharapkan dapat membuat perubahan, serta dapat menarik minat nasabah.”¹⁵

7. Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Pelayanan prima ini beroperasi dengan tujuan memberikan kepuasan terhadap nasabah. Pelayanan prima harus sesuai dengan standar dan harapan nasabah.

Seperti yang disampaikan oleh ibu Fatimatus Sholikha selaku *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri: “Memberikan pelayanan prima adalah salah satu usaha yang harus dilakukan oleh seluruh karyawan bank, terutama *customer service*. Hal tersebut diharapkan dapat memenuhi keinginan nasabah dalam bentuk jasa pelayanan maupun produk bank.”¹⁶

C. Data Dampak Strategi Pelayanan *Customer Service* Yang Diterapkan di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri

Strategi pelayanan yang diterapkan oleh *customer service* tentu akan

¹⁴ Fatimatus Sholikha, *Wawancara*, 22 September 2022.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid.

membuahkan hasil atau dampak, baik itu dampak yang baik atau dampak yang buruk. Dampak tersebut dapat dilihat dengan berbagai cara, sehingga bank dapat segera mengatasinya jika dampak tersebut buruk bagi bank. Namun jika dampaknya positif atau baik maka bank dapat lebih meningkatkan strategi pelayanan yang telah diterapkan oleh bank selama ini.

Untuk dapat melihat dampak dari pelayanan yang telah diberikan itu baik atau buruk, bank dapat melihatnya dari seberapa banyak nasabah yang menyampaikan keluhan atas pelayanan yang telah diberikan oleh *customer service* di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri, serta melakukan survei kepada nasabah mengenai kepuasan terhadap pelayanan yang telah diterima. Sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Fatimatus Sholikha selaku *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri: “Untuk survei kepuasan kita menyediakan link yang harus diisi oleh para nasabah ketika mereka selesai melakukan transaksi dengan *customer service*. Selain itu, nasabah juga dapat menyampaikan keluhan dan sarannya melalui BSI Mobile ataupun melalui Call Center BSI”.¹⁷

Berdasarkan sistem keluhan dan saran dari nasabah yang telah mendapat pelayanan transaksi *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri, dengan ini tentunya bank dapat melihat apakah strategi pelayanan yang diterapkan dapat berdampak positif atau malah berdampak negatif bagi Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri. Dampak positifnya dapat memberikan citra baik kepada bank, dan nasabah akan senantiasa menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri. Dampak negatifnya adalah citra bank menjadi jelek, dan nasabah menjadi malas untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri, serta para nasabah akan memilih pindah ke bank lain. Seperti halnya

¹⁷ Fatimatus Sholikha, *Wawancara*, 14 Mei 2023.

yang dikatakan *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu

Kediri yakni Ibu Fatimatus Sholikha saat dilakukannya wawancara:

“Dampak positif yang akan diterima oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri sendiri yaitu citra bank kita menjadi baik dalam pandangan nasabah dan masyarakat sekitar, para nasabah akan tetap setia menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri, dan nasabah juga semakin loyal dalam bertransaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri”.¹⁸

Berdasarkan paparan data diatas bisa diketahui bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri dapat melihat dampak dari penggunaan strategi pelayanannya melalui sistem keluhan dan saran, serta melalui survei kepuasan nasabah. Survei kepuasan nasabah sendiri bisa dilihat dari sedikit banyaknya nasabah yang mengeluh terhadap pelayanan yang mereka dapatkan dari Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri. Untuk melakukan keluhan dapat melalui tiga acara, yaitu melalui Call Center, Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile, dan menyampaikan keluhan langsung melalui *customer service*. Pada penggunaan sistem keluhan langsung ke *customer service* yaitu dengan cara *customer service* mendengarkan baik-baik apa yang di sampaikan nasabah dan setelahnya *customer service* akan memberikan solusi dari keluhan yang telah disampaikan oleh nasabah tersebut.

¹⁸ Fatimatus Sholikha, *Wawancara*, 14 Mei 2023.

BAB IV

ANALISIS STRATEGI PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP PARE LAWU KEDIRI

A. Analisis Strategi Pelayanan *Customer Service* Di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri

Bank Syariah Indonesia dalam memberikan pelayanan yang baik tentunya membutuhkan strategi dalam pelayanan. Strategi pelayanan bisa digunakan oleh bank untuk meningkatkan pelayanan sehingga dapat membuat nasabah merasa puas, senang, dan nyaman. Terdapat berbagai macam strategi pelayanan yang dapat digunakan oleh bank untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya. Pelayanan *customer service* di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri dalam operasionalnya yaitu dengan memberikan pelayanan dengan keramahan, kecepatan, dan ketepatan dalam melakukan segala kegiatan transaksinya dengan para nasabah, dan dalam melayani nasabahnya *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri ini menerapkan strategi pelayanan 3S, 3S sendiri yakni terdiri dari Salam, Senyum Sapa. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar nasabah merasa nyaman saat bertransaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri. Selain itu, di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri juga menerapkan sistem keluhan bagi

para nasabah, keluhan ini dapat nasabah akses melalui *Call Center*, *Mobile Banking*, dan menyampaikannya langsung melalui *customer service*.

Dalam melayani nasabahnya, *customer service* memiliki SOP pelayanan tersendiri untuk memberikan kepuasan nasabah. Seperti kecepatan dalam melayani nasabah, *customer service* memiliki maksimal waktu dalam melayani nasabah yakni 10-15 menit pertransaksi. Tetapi dalam praktiknya masih membutuhkan waktu lebih dari 15 menit pertransaksi. Sehingga hal tersebut menimbulkan banyaknya antrian menuju *customer service*. Berdasarkan praktik dilapangan, lebihnya waktu pelayanan tersebut dikarenakan *customer service* harus menjelaskan produk yang ada di bank kepada nasabah, hal ini disebabkan pemahaman setiap nasabah itu berbeda-beda. Ada nasabah yang langsung memahami penjelasan *customer service*, dan ada nasabah yang membutuhkan penjelasan lebih detail atau penjelasan berulang.

Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri pada operasional pelayanannya juga menggunakan strategi jemput bola untuk mengatasi kendala tersebut. Strategi jemput bola sendiri adalah strategi dimana staff/pegawai bank sebagai penyedia jasa secara aktif membantu melayani nasabah. Contohnya seperti satpam/security membantu menanyai keperluan nasabah datang ke bank, jika nasabah ingin membuka rekening, *security* dapat membantu dengan cara meminta nasabah mengisi formulir data diri dan mem-foto copy kartu identitas/KTP. Jadi *customer service* tinggal menginput data nasabah sehingga dapat mempersingkat waktu dan

meminimalisir terjadinya antrian panjang menuju *customer service*, dan nasabah tidak terlalu lama dalam mengantri. Sistem jemput bola ini juga masih menjadi andalan utama bank dalam melayani nasabahnya.

Berdasarkan penelitian dan pengamatan dari strategi pelayanan *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri, peneliti mencoba membuat analisis mengenai strategi pelayanan tersebut. Sebagaimana diketahui bahwa dari ketiga strategi dasar yaitu Senyum, Salam, Sapa, serta tujuh strategi utama pelayanan pada Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri yaitu:

1. Cepat Tanggap (*Responsive*)

Cepat Tanggap yaitu kesediaan karyawan/*customer service* untuk membantu para nasabah dan menyampaikan jasa secara tepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen.

Disini *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri dituntut untuk cepat tanggap terhadap nasabah yang mengalami permasalahan, dan dituntut dapat menyelesaikan masalah tersebut dengan baik sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan. *Customer service* harus mampu menyelesaikan masalah nasabahnya dengan baik, sehingga nantinya nasabah yang menyampaikan keluhannya pun merasa aman dan puas sehingga tidak merasa dikecewakan dengan pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan pengamatan yang telah peneliti lakukan pada saat penelitian, *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu

Kediri sudah cukup baik dalam menerapkan strategi pelayanan poin cepat tanggap ini, *customer service* dalam melayani para nasabah dan calon nasabahnya sudah memaksimalkan kecekatan, ketepatan, serta ketanggapannya. Pelayanan pada keluhan nasabahnya pun juga sudah dilakukan cukup baik oleh *customer service*. Hanya saja *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri dalam memberikan pelayanan untuk nasabahnya terkadang masih melebihi batas waktu yang telah ditetapkan, hal tersebut mengakibatkan nasabah harus menunggu lebih lama lagi, sehingga nasabah merasa jenuh. Jadi, pada strategi pelayanan poin cepat tanggap ini *customer service* harus lebih memaksimalkan dan mengevaluasi lagi kecepatan dalam pelayanannya, agar para nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri.

2. Perubahan (*Innovation*)

Perubahan yaitu usaha yang dikelola organisasi untuk mengembangkan produk atau jasa baru, atau keinginan baru dari produk atau jasa yang ada. Dalam hal ini *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu harus mampu mengembangkan produknya ke nasabahnya, kemudian memberikan pelayanan yang terbaik dan dapat memberikan produk yang diharapkan oleh nasabah. Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri menerapkan strategi ini guna untuk kemajuan *customer service* yaitu dalam mengembangkan atau menyampaikan produknya dengan baik ke nasabah, sehingga nasabah

nantinya tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh *customer service* dan diharapkan mampu meningkatkan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti melihat bahwa di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri sering mengadakan evaluasi pelayanan-pelayanan dan keluhan para nasabah, evaluasi ini tidak hanya untuk mengetahui kinerja pelayanan *customer service* saja tetapi juga kinerja teller Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri agar semakin baik dan semakin optimal dalam melayani para nasabahnya. Jadi dapat dipastikan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri sangat memperhatikan inovasi-inovasi yang dibutuhkan oleh bank agar dapat lebih baik lagi dalam melayani para nasabah dan calon nasabah.

3. Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Pelayanan prima adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas sesuai dengan harapan dan keinginan nasabah. *Customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri harus memberi pelayanan yang terbaik untuk memenuhi keinginan atau harapan nasabah, agar memberikan rasa puas kepada nasabah dan mendapat nilai baik dari nasabah. Sebab dengan adanya pelayanan prima yang membuat nasabah merasa puas akan berimbas kepada rasa yakin nasabah ataupun calon nasabah untuk melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri.

Berdasarkan dari hasil pengamatan pelayanan prima pada Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri ini dapat dibilang kurang baik atau kurang memenuhi standar. Seperti ketika nasabah mengalami masalah pada transaksinya, pelayanan yang diberikan untuk penyelesaian masalah tersebut dirasa masih terlalu lama, sehingga membuat nasabah mengeluh atas pelayanan yang diberikan *customer service*, dan membuat nasabah atau calon nasabah kurang puas dengan pelayanan yang didapatkan.

4. Dapat dipercaya (*Credibility*)

Dalam hal ini *customer service* harus mengembangkan perilaku yang dapat dipercaya oleh nasabah. Segala informasi yang diberikan kepada nasabah harus selalu *up to date*, sehingga nasabah percaya untuk melakukan transaksi.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan peneliti, di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri banyak sekali cctv disetiap sudut ruangnya, jadi dapat dipastikan setiap transaksi yang nasabah lakukan selalu dalam pengawasan dan tentunya aman, di bank ini juga tidak pernah terjadi kasus kehilangan uang ataupun barang. Jadi dapat dipastikan Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri dapat dipercaya para nasabahnya untuk menabung dan menggunakan produk-produk yang ada di bank.

Penerapan strategi ini di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri juga merupakan upaya bank untuk menumbuhkan rasa percaya

dari para nasabah dan calon nasabah sehingga mereka tidak perlu merasa khawatir dengan keamanan yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri ini.

5. Kontribusi (*Contribution*)

Bagi seorang *customer service*, memberikan kontribusi yang positif berupa pemikiran dan tindakan yang bertujuan untuk mencapai pelayanan yang optimal untuk nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri merupakan keharusan, sebab hal ini akan memberikan penilaian untuk kinerja karyawan *customer service* baik atau tidaknya pelayanan yang sudah diberikan untuk nasabahnya.

Strategi ini digunakan agar *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri mampu memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan standar aturan yang telah ditetapkan Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri, sebab nasabah akan menilai kinerja *customer service* dari baik dan tidaknya tindakan yang diberikan untuk nasabah.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti, *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri dalam memberikan pelayanan untuk nasabahnya terkadang masih melebihi batas waktu yang telah ditetapkan, hal tersebut mengakibatkan nasabah harus menunggu lebih lama lagi, sehingga nasabah merasa jenuh.

6. Kompetensi (*Competence*)

Customer service pada Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri dituntut untuk bisa melayani nasabahnya dengan baik, dan bisa memenuhi keinginan nasabahnya atau menyelesaikan masalah yang dialami oleh nasabahnya. Kompetensi yang dimiliki oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri yaitu, mereka dituntut untuk bisa memahami sifat dan karakter dari nasabahnya, maka hal ini nantinya akan memudahkan karyawan dalam menyelesaikan masalah yang di alami nasabahnya dan mampu memenuhi keinginan dari nasabahnya. Sehingga karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri tersebut diharapkan nantinya bisa menjalankan tugasnya sesuai dengan keahlian yang dimiliki dan aturan yang telah ditetapkan.

Menurut hasil pengamatan yang telah dilakukan peneliti saat melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri, *customer service* di bank ini sudah cukup kompeten, seperti halnya dalam melayani para nasabah yang kurang mengerti dengan produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri *customer service* dengan sigap menjelaskan apa yang diinginkan oleh nasabahnya. Jadi, penerapan strategi pelayanan pada poin kompetensi ini sudah diterapkan cukup baik oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri.

7. Kejujuran (*Honesty*)

Kejujuran dalam suatu perusahaan yang berhadapan langsung dengan masyarakat sangatlah penting, karena ini akan menentukan nasabah maupun calon nasabah percaya dalam melakukan transaksi di bank. Maka tidak heran jika Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri sangat mengutamakan prinsip ini kepada para *customer service* dalam bekerja dan melayani para nasabah. Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri sendiri merupakan bank syariah yang berprinsip bagi hasil, maka kejujuran adalah kunci utama bagi Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri yang ditanamkan kepada karyawannya dalam melayani nasabah dengan jujur dan transparan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri, *customer service* selalu menerapkan kejujuran dalam melakukan pelayanan kepada nasabahnya. Dalam menyampaikan informasi mengenai produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri *customer service* selalu menyampaikan dengan jujur dan transparan sesuai apa yang ada, seperti keunggulan produk-produk yang ditawarkan. Jadi, pada aspek kejujuran ini Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri baik dalam penyampaian keunggulan sebuah produknya dapat dipercaya.

Berdasarkan hasil pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri sudah menerapkan semua strategi pelayanan ini, akan tetapi masih ada pelayanan yang perlu ditingkatkan,

yaitu pada bagian kontribusi dan pelayanan prima. Pelayanan yang kurang tepat waktu membuat sebagian nasabah mengeluh dengan pelayanan yang diterima, kemudian juga dengan terjadinya sistem eror yang kadang terjadi membuat pelayanan yang diberikan kurang maksimal. Sehingga hal ini membuat beberapa dari nasabah merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri harus dapat meningkatkan strategi pelayanan yang masih kurang tersebut, dan juga Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri patut mempertahankan prestasi yang telah dicapai baik secara tertulis maupun tidak tertulis, sebagai bank yang berlandaskan syariat Islam yang selalu meningkatkan pelayanan dan fasilitas yang nyaman serta penyediaan produk jasa perbankan yang baik dan lengkap, serta harus lebih memperhatikan nasabah dengan cara membangun komunikasi yang baik antara pihak bank dan nasabahnya.

B. Analisis Dampak Strategi Pelayanan *Customer Service* Yang Diterapkan Di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri

Strategi pelayanan yang digunakan oleh bank tentunya akan memiliki dampak terhadap bank itu sendiri. Dampak yang diberikan dari pelayanan tersebut dapat berdampak baik atau buruk bagi bank. Dampak dari strategi pelayanan yang digunakan untuk melayani nasabah dapat dilihat bank dengan berbagai cara. Sehingga pihak bank dapat melihat

strategi pelayanannya itu memberikan perubahan baik atau buruk untuk meningkatkan nasabah yang datang ke bank.

Berdasarkan paparan data dan teori pada bab sebelumnya, dapat dianalisis bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri dalam melihat dampak dari sebuah pelayanan melalui survei kepuasan nasabah dan sistem keluhan dan saran. Sedangkan dalam teori ada empat cara yaitu sistem keluhan dan saran, survei kepuasan pelanggan, pembeli bayangan (*ghost shopping*) dan analisa pelanggan/nasabah yang lari (*lost customer analysis*).

Pada sistem keluhan dan saran menunjukkan bahwa kepuasan nasabah sudah cukup baik, dan menunjukkan dampak yang positif bagi Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri. Hal tersebut terbukti dengan berkurangnya keluhan dari para nasabah, yang biasanya terdapat keluhan nasabah pada setiap minggunya, yang sekarang bahkan seminggu tidak ada nasabah yang komplain maupun menyampaikan keluhannya mengenai pelayanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri.

Pada sistem survei kepuasan pelanggan/nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri ini juga menunjukkan dampak yang positif, karena dari hasil survei yang selalu dilakukan pada saat nasabah selesai mendapat pelayanan baik dari *customer service* maupun teller disini sudah menunjukkan bahwa nasabah cukup puas dengan pelayanan yang telah mereka terima dari Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri.

Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri menggunakan sistem keluhan dan saran dengan melalui via *call center*, *BSI Mobile*, dan via *customer service*. Tetapi, dalam teori sistem keluhan dan saran ini menggunakan kotak saran, mengirim lewat email dan *call center*. Terdapat kesamaan antara teori dan data yaitu sama-sama menggunakan *call center*, namun terdapat perbedaan antara data dan teori pada pemakaian cara penanganan sistem keluhan dan saran lainnya, pada teori menggunakan kotak saran dan email, sedangkan Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri menggunakan *BSI Mobile* dan via *customer service*. Untuk sistem survei kepuasan pelanggan yang digunakan oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri yaitu menggunakan link yang harus diisi oleh nasabah ketika selesai bertransaksi.

Dapat dianalisis antara data dan teori di atas bahwa pelayanan *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri akan memberikan perubahan yaitu adanya peningkatan pelayanan dari sebelumnya, dan berkurangnya keluhan-keluhan nasabah berdasarkan sistem penanganan keluhan yang telah dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri. Sehingga dengan menggunakan strategi pelayanan memberikan dampak positif bagi bank. Dampak positif akan memberikan keuntungan bagi bank berupa citra bank menjadi baik, nasabah tidak bermalas-malasan untuk bertransaksi di bank, serta nasabah akan setia dan loyal kepada Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri.

Sehingga dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang telah diberikan *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri memberi dampak positif untuk bank, dengan berkurangnya keluhan para nasabah, yang biasanya pada setiap minggu ada tiga sampai empat keluhan yang disampaikan oleh nasabah seperti kurang cepatnya pelayanan yang diberikan oleh *customer service*, tetapi sekarang sudah tidak ada keluhan dari nasabah pada setiap minggunya. Selain itu, juga dampak positif pada bank yaitu *image* bank menjadi baik di mata masyarakat dan nasabah, nasabah menjadi loyal kepada bank, tidak berpindah ke bank lain, dan dalam hal bertransaksi maupun menggunakan produk-produk yang ada di bank. Dampak positifnya juga berpengaruh terhadap simpanan pihak ketiga pada Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri. Karena dengan adanya strategi pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah, yang akan berpengaruh dengan kesetiaan nasabah dalam menggunakan produk-produk dan jasa yang telah disediakan oleh bank. Dari kesetiaan nasabah dalam menabung dan menggunakan produk-produk serta jasa yang ada di bank, dapat meningkatkan simpanan pihak ketiga, karena banyaknya nasabah yang menabung dengan simpanan dana ketiga sangat berkesinambungan atau berkitan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai Strategi Pelayanan *Customer Service* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi pelayanan *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah meliputi strategi mendasar, yaitu bersikap ramah, sopan, komunikatif, cepat dan tepat. Selain itu, *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri juga menggunakan strategi pelayanan yang utama, yaitu meliputi aspek Cepat Tanggap (*Responsiveness*), Kompetensi (*Competence*), Dapat dipercaya (*Credibility*), Kontribusi (*Contribution*), Kejujuran (*Honesty*), Perubahan (*Innovation*), dan Pelayanan Prima (*Service Excellent*).
2. Kepuasan nasabah dapat dilihat dari sikap yang ditunjukkan nasabah kepada bank, seperti nasabah yang loyal terhadap bank, dan terus menggunakan jasa dan produk yang telah disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri.

B. Saran

1. Berdasarkan kesimpulan penelitian tentang Strategi Pelayanan *Customer Service* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri diatas, peneliti dapat memberi saran yaitu bagi *customer service* lebih ditingkatkan lagi kecepatan dalam melayani nasabah, apalagi pada saat nasabah sedang banyak yang datang untuk melakukan transaksi di bank, agar antrian tidak panjang dan membuat nasabah menunggu terlalu lama.
2. Berdasarkan kesimpulan dari dampaknya, penulis menyarankan agar *customer service* mampu menerapkan strategi pelayanan dengan baik, agar nasabah merasa puas dan nyaman ketika melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Lawu Kediri. Selain itu, *customer service* harus bisa pertahankan dan meningkatkan pelayanan yang lebih baik lagi, seperti cepat tanggap, memberikan solusi kepada nasabah dengan waktu yang tidak terlalu lama, dan sistematis.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. Usmara. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Jogjakarta: Amara Books, 2003.
- Achmadi, Abu dan Cholid Narkubo. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI) dan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan (LSPP). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT. Gramedia, 2017.
- Kasmir. *Customer Service Excellent*. Yogyakarta, Rajawali Pers, 2017.
- . *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- . *Manajemen Perbankan*. Cetakan ke-2. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- . *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- . *Pemasaran Bank*. Jakarta: Pustaka Media, 2005.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo, 2002.
- Lexy J. Meleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakary, 2015.
- M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung, Alfabeta, 2012.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Rachmat. *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.
- Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Rangkuti, Freddy. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.

- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Siagian. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Subagyono, Joko. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004.
- Sudaryono. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan F&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Nasabah Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi kedua. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 1997.
- Wahjono, Sentot Imam. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Wood, Ivonne. *Layanan Pelanggan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Yanto, M. Nur. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV Alfabeta, 2012.

Jurnal

- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset. 2013.
- Lin Arshy Cahaya dan Nurul Jannah. "Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Muamalat KCP Sukaramai". SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah Vol. 04. No. 01. 2022.
- Niki Ayu Purwanti dan Ahmad Amin Dalimunthe, "Peran Customer Service Dalam Membuka Layanan Rekening Tabungan Pada Bank Sumut KCP Syariah Simpang Kayu Besar". Jimpa: Jurnal Ilmiah

Mahasiswa Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS). Vol. 02. No. 02. 2022.

Skripsi

- Ade Irma Wahyuni. "Analisis Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman Medan". Skripsi. Medan: UIN Sumatera Utara Medan. 2020.
- Alvi Naslia. "Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darussalam)". Skripsi. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 2019.
- Della Ariska. "Strategi Penerapan Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada BPRS Muamalat Harkat (Studi BPRS Muamalat Harkat Kec. Sukaraja Kab. Seluma Kota Bengkulu)". Skripsi. Bengkulu: IAIN Bengkulu. 2019.
- Devi Oktaviani. "Dampak Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah KCP Metro". Skripsi. Lampung: IAIN Metro. 2020.
- Gadis Anggraini. "Strategi Pelayanan Customer Service pada Bank BRI Syariah KC Medan S.Parman". Skripsi. Medan: UIN Sumatera Utara Medan. 2018.
- Ida Fitriani. "Kepuasan Nasabah Terhadap Produk dan Pelayanan Bank Syariah di Kota Metro (Studi pada Masyarakat Kecamatan Metro Timur)". Skripsi. Lampung: IAIN Metro. 2018.
- Intannia Cahyasari. "Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Pekanbaru". Skripsi. Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau. 2019.
- Linda Rambe. "Strategi Pelayanan Customer Service dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur di PT. Bank

- Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidimpuan”. Skripsi. Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan. 2019.
- Lita Indra Alista. “Analisis Strategi Pelayanan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di BMT Sahara Tulungagung”. Skripsi. Tulungagung: IAIN Tulungagung. 2014.
- Manzilatul Nikmah. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Produk Tabungan Faedah (Studi Kasus pada Bri Syariah KC Madiun)”. Skripsi. Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2019.
- Mustaqim. “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Cabang Palangka Raya”. Skripsi. Palangka Raya: IAIN Palangka Raya. 2016.
- Neni Wijayanti. “Peran Customer Service dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah di Bank Lampung Cabang Bandar Jaya”. Skripsi. Lampung: IAIN Metro. 2018.
- Rika Ema Ivainaroh. “Pelayanan Customer Service Pada Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi”. Skripsi. Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2022.
- Yusron Musthafa Kamal. “Strategi Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Rawamangun”. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016.

Wawancara

Fatimatus Sholikha, Wawancara, 13 Oktober 2022.

Fatimatus Sholikha, Wawancara, 14 Oktober 2022.

Fatimatus Sholikha, Wawancara, 18 Oktober 2022.

Fatimatus Sholikha, Wawancara, 14 Mei, 2023.

Sholikhul Hadi, Wawancara, 19 Oktober 2022.

Wirda, Observasi, 18 November 2022.

