

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kegiatan ekonomi telah ada sejak zaman Nabi Muhammad SAW, dan ilmu ekonomi terus mengalami perkembangan seiring dengan waktu. Sesuai dengan Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip hukum Syariat Islam yang diatur oleh Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). Tujuan utamanya adalah untuk menjalankan prinsip keadilan, keseimbangan, perilaku yang bermanfaat, dan menghindari perilaku yang merugikan dalam kegiatan ekonomi. Pada awalnya, pengembangan bank Syariah dilakukan oleh para ahli ekonomi dan praktisi perbankan Muslim. Mereka berusaha menyediakan layanan transaksi keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai moral dan prinsip-prinsip Syariah Islam. (Oktafia dkk., 2021)

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah meningkatkan persaingan dalam dunia usaha, termasuk dalam industri, perdagangan, jasa, dan terutama dalam perusahaan perbankan. Kesuksesan dalam persaingan ini ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan basis nasabahnya. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan perbankan perlu mengimplementasikan berbagai strategi agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah mereka.

Salah satu strategi yang penting adalah melalui pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Dengan memberikan pelayanan yang baik, perusahaan dapat memanjakan nasabahnya dan menciptakan hubungan yang kuat serta berkelanjutan. Ini meliputi memberikan layanan yang responsif, efisien, ramah, dan berkualitas tinggi kepada nasabah. Selain itu, inovasi dalam pelayanan juga dapat menjadi faktor penting untuk menarik dan mempertahankan nasabah dalam pasar yang kompetitif ini.

Kualitas pelayanan merupakan pondasi bagi kelangsungan hidup sebuah lembaga penyedia layanan, termasuk Bank Syariah. Namun, penting untuk diingat bahwa keberadaan Bank Syariah tidak bisa dipisahkan dari kondisi sosial ekonomi masyarakat di sekitarnya. Bank Syariah perlu memahami dan merespons aspirasi serta mindset masyarakat dalam menjalankan operasinya.

Dalam konteks ini, Bank Syariah harus mengintegrasikan pemahaman akan kondisi sosial ekonomi masyarakat dalam strategi bisnisnya. Hal ini dapat mencakup pengembangan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat, serta memastikan bahwa pelayanan yang diberikan relevan dan dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Dengan demikian, Bank Syariah dapat memperkuat hubungannya dengan masyarakat serta mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan ekonomi syariah secara keseluruhan. (Dosinaen dkk, 2019)

Para karyawan perusahaan harus memberikan pelayanan yang ramah dan sopan santun kepada nasabah untuk menciptakan suasana yang nyaman

bagi mereka. Selain itu, ruangan perbankan juga perlu dirancang sedemikian rupa agar tidak membosankan dan menyediakan fasilitas yang menyenangkan bagi nasabah. Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tanggung jawab untuk menyediakan berbagai layanan keuangan, termasuk penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit), dan jasa-jasa keuangan lainnya. Namun, setiap aspek pengelolaan keuangan harus dilakukan dengan memperhatikan prinsip akuntabilitas dan pertanggungjawaban. Ini berarti bahwa bank harus bertanggung jawab secara transparan terhadap semua kegiatan keuangan yang dilakukan, serta siap untuk mempertanggungjawabkannya kepada nasabah dan pihak terkait lainnya. (Hanum, 2018).

Dalam mengelola lembaga bisnis di tengah perubahan yang terus menerus, strategi menjadi sangat penting untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dunia usaha selalu berada dalam dinamika perubahan, sehingga strategi diperlukan untuk mengelola berbagai tantangan yang muncul dari waktu ke waktu. Pelayanan merupakan salah satu strategi yang efektif, karena dapat menciptakan citra lembaga yang memberikan kepuasan maksimal kepada nasabahnya. Dengan menerapkan pelayanan yang unggul, sebuah lembaga dapat bersaing secara efisien dalam skala lokal, regional, bahkan global. Dengan kata lain, dalam era ini, dunia usaha harus mampu mengembangkan strategi yang tepat guna mencapai tujuan dan mempertahankan posisi kompetitifnya di pasar yang terus berubah. (Lutfiatin & Aminuddin, 2022, hlm. 132).

Bank sebagai lembaga keuangan yang menyediakan layanan jasa, harus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan agar bisa unggul dalam persaingan yang semakin ketat. Untuk mencapai tujuan tersebut, bank perlu memiliki karyawan yang berkualitas, dapat dipercaya, taat pada prinsip operasional bank sesuai dengan prinsip syariah, dan mampu mengelola berbagai kebutuhan nasabah dengan baik. Dalam konteks ini, *customer service* menjadi kunci kesuksesan perbankan dalam menyediakan pelayanan yang berkualitas. (Lutfiatin & Aminuddin, 2022, hlm. 133).

Perbankan Syariah adalah lembaga keuangan yang fokus pada penyediaan jasa pembiayaan dan layanan keuangan lainnya, serta mengelola lalu lintas pembayaran dan peredaran uang dengan prinsip-prinsip hukum Islam sebagai landasan operasionalnya. Di Indonesia, perkembangan perbankan Syariah mengalami kemajuan yang signifikan, didorong oleh fakta bahwa mayoritas penduduknya beragama Islam. Hal ini menjadikan peran bank Syariah sangat penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan kesadaran akan prinsip-prinsip Syariah, perbankan Syariah telah menjadi pilihan yang diminati oleh banyak orang. Ini memberikan kontribusi besar dalam memperkuat sektor keuangan dan mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan.

Dalam kegiatan pengaturan strategi perusahaan, strategi pengaturan pelayanan menjadi langkah krusial untuk memastikan kepatuhan operasional Bank Syariah terhadap prinsip syariah serta memenuhi standar kualitas yang diinginkan. Di Bank Syariah Indonesia KCP Hasan Basri Banjarmasin,

penting bagi *customer service* untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku, memberikan pelayanan yang sesuai dengan prinsip syariah, dan melayani nasabah atau calon nasabah dengan tingkat kesopanan, keramahan, dan kepercayaan yang tinggi.

Peran *customer service* tidak hanya terbatas pada menjaga nasabah yang sudah ada, tetapi juga pada meningkatkan loyalitas nasabah terhadap bank yang bersangkutan. Ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi tingkat loyalitas nasabah, termasuk kepuasan, kepercayaan, dan komitmen dari pihak nasabah itu sendiri. Namun, penting untuk dicatat bahwa kepuasan hanyalah satu dari beberapa faktor yang dapat membentuk loyalitas nasabah.

Mempertahankan nasabah menjadi kunci utama bagi kelangsungan hidup perusahaan, terutama di sektor perbankan. Ini karena mempertahankan nasabah dapat meningkatkan pendapatan perusahaan melalui penjualan produk dan layanan. Salah satu program yang membantu dalam meningkatkan pendapatan Bank Syariah adalah Program Pesta Hadiah, di mana nasabah yang menabung dalam jumlah tertentu dan mengikuti ketentuan tertentu akan memperoleh hadiah. Karena minat yang tinggi terhadap Program Pesta Hadiah, para *customer service* dari berbagai Bank Syariah Indonesia bersaing untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang ada agar tetap loyal kepada bank mereka. Ini menunjukkan betapa pentingnya strategi pemasaran dan pelayanan pelanggan dalam industri perbankan, terutama dalam menciptakan loyalitas nasabah. Ketertarikan masyarakat dan tingkat loyalitas mereka dalam dunia perbankan

syariah dilatarbelakangi oleh kualitas pelayanan dan kunci dari pelayanan bank adalah *customer service*. Berdasarkan pemaparan teori dan permasalahan yang ada penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam lagi yang dituangkan dalam sebuah karya ilmiah dalam bentuk skripsi yang berjudul “STRATEGI PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE (CS)* DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH PROGRAM PESTA HADIAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU HASAN BASRI BANJARMASIN.”

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi Pelayanan *customer Service* yang diterapkan Bank Syariah Indonesia cabang Kantor pembantu Hasan Basri Banjarmasin dalam meningkatkan loyalitas nasabah program pesta hadiah?
2. Bagaimana Analisis SWOT terhadap Strategi pelayanan *customer service* yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia cabang pembantu Hasan Basri Banjarmasin dalam meningkatkan loyalitas nasabah program pesta hadiah?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengidentifikasi strategi-strategi yang dapat diterapkan oleh Bank syariah Indonesia kantor cabang pembantu Hasan Basri Banjarmasin guna meningkatkan kualitas pelayanan loyalitas nasabah program pesta hadiah.

2. Untuk mengidentifikasi apa yang telah dilakukan menggunakan evaluasi dari kekuatan dan kelemahan pelayanan yang diberikan.

#### **D. Signifikansi Penelitian**

Penelitian akan lebih baik jika bermanfaat baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan, bagi perusahaan atau organisasi dan bagi penulis sendiri. Maka dari itu, penelitian ini mempunyai kegunaan secara teoritis maupun praktis.

##### **1. Manfaat secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis antara lain:

- a. Dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Ekonomi Syariah yang merupakan kajian tentang konsep strategi pelayanan *customer service* yang efektif.
- b. Mendukung teori-teori sebelumnya yang berhubungan dengan masalah yang dibahas yaitu bidang manajemen layanan pelanggan dan membantu dalam mengembangkan konsep-konsep yang lebih baik terkait pelayanan pelanggan dan loyalitas nasabah.
- c. Dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan bahan pengembangan ilmu pengetahuan dalam khazanah pembendaharaan bagi perpustakaan UIN Antasari

Banjarmasin secara umumnya dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam secara khusus.

## 2. Manfaat secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis antara lain:

- a. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi karyawan Bank dan pihak terkait dengan memberikan paduan kepada perusahaan atau organisasi yang mengadakan program pesta hadiah dalam meningkatkan loyalitas nasabah.
- b. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang strategi pelayanan *customer service* yang efektif, sehingga perusahaan dapat mengimplementasiakannya untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah.

## E. Definisi Operasional

### 1. Strategi Pelayanan:

Menurut Siagian strategi adalah serangkaian tindakan dan keputusan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak yang kemudian diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. (Sondang P, 2012)

Pelayanan berarti spektrum kegiatan yang meningkatkan harapan serta kenikmatan klien atas manfaat produk. Dalam penelitian ini yang dimaksud pelayanan adalah suatu tindakan cara yang diberikan oleh

*customer service*.(Katz, 2002). Adapun strategi pelayanan yang dimaksud dari penelitian ini yaitu cara customer service dalam melakukan pelayanan di Bank syariah Indonesia Kantor cabang pembantu hasan basri banjarmasin khusus terhadap nasabah program pesta hadiah.

## 2. *Customer Service*:

Pengertian *Customer Service* secara umum adalah segala kegiatan yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah dengan menyediakan pelayanan yang memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.(B. Kasmir & Lainnya, 2014, hlm. 225). Adapun *Customer service* yang dimaksud dari penelitian ini yaitu Karyawan dari di Bank syariah Indonesia Kantor cabang pembantu hasan basri banjarmasin yang berinteraksi langsung dengan nasabah program pesta hadiah.

## 3. Loyalitas Nasabah:

Menurut Zeithaml (Rinanda, 2013). Pendapat umum bahwa loyalitas pelanggan memang mencerminkan potensi pertumbuhan bagi sebuah perusahaan. Ketika pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang diberikan, mereka cenderung untuk tetap memilih perusahaan tersebut dalam transaksi berikutnya. Hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan, serta kepuasan yang terus menerus dari pelayanan yang diberikan, dapat memperkuat ikatan emosional antara pelanggan dan merek. Adapun Loyalitas Nasabah yang dimaksud dari penelitian ini yaitu sikap kesetiaan nasabah termasuk kecenderungan untuk merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain.

#### 4. Program Pesta Hadiah:

Program Pesta Hadiah adalah program insentif yang diberikan kepada nasabah yang melakukan top up atau menempatkan dana dalam Tabungan Easy Mudharabah dengan memenuhi syarat-syarat tertentu, tabungan BSI Easy mudharabah adalah tabungan dengan pilihan akad mudharabah yaitu dengan akad mudharabah yang uang tabungan kamu simpan dan dikelola BSI agar diperoleh keuntungan. Minimal top up atau penempatan fresh fund dan periode blokir tertentu. Adapun Program pesta hadiah yang dimaksud dari penelitian ini yaitu nasabah yang ikut serta dalam program pesta hadiah.

#### F. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang peneliti rasa sangat relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Nadia Elfira (2022) melakukan penelitian dengan Judul Strategi Pelayanan *customer service* Dalam Program Ayo Hijrah Di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Banjarmasin. Metode Penelitian: kualitatif deskriptif. Hasil Penelitian Penelitian menunjukkan masalah yang diteliti mengenai strategi para *customer service*, juga kendala yang dihadapi. Untuk strategi, diantaranya menyentuh hati nasabah dengan selalu memberikan pelayanan yang baik juga dengan selalu mendengarkan keluhan nasabah, melakukan kampanye *offline* seperti *open booth*, mengadakan seminar, membuat kajian, dan melakukan

pemberdayaan Masjid. strategi para *customer service*, juga kendala yang dihadapi. Penelitian ini sama dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti tentang Strategi Pelayanan *customer Service* terhadap Nasabahnya dengan cara melihat dari kendala. Sedangkan perbedaannya dari penelitian yang akan dilakukan yaitu menambah pembahasan terkait peningkatan loyalitas Nasabah.

2. Al Maidah (2019) melakukan penelitian dengan Judul Strategi Pelayanan *customer service* Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin dalam Menangani Keluhan Nasabah. Metode penelitian: kualitatif. Hasil Penelitian Penelitian menunjukkan masalah yang diteliti mengenai ditemukan bahwa standar pelayanan *customer service* sudah melakukan beberapa standar prosedur dalam menangani keluhan nasabah seperti melakukan persiapan dengan menyusun materi dan mendapatkan informasi untuk memperoleh pembekalan pelatihan/*training*, juga melakukan perumusan strategi dengan melihat dari jenis-jenis keluhan nasabah, lalu di implementasi dengan mendengar, memahami, memberikan alternatif solusi, lalu di evaluasi yaitu dengan mengevaluasi kinerja *customer service* dan pihak-pihak unit kerja terkait, mencapai target, dan *customer service* konsisten dan fokus dalam kinerja mereka. Penelitian ini sama dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti tentang pelayanan *customer service* dengan menggunakan beberapa strategi. Sedangkan perbedaannya dari penelitian yang akan

dilakukan yaitu menambah pembahasan terkait peningkatan loyalitas Nasabah.

3. Desi Marlina melakukan penelitian dengan Judul Strategi Pelayanan *customer service* dan teller dalam meningkatkan kepuasan nasabah di bank rakyat indonesia (BRI) syariah metro tahun 2018. Metode penelitian: penelitian lapangan (field research). Hasil Penelitian Penelitian menunjukkan masalah yang diteliti mengenai penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi pelayanan *customer service* dan teller pada BRI Syariah Metro dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya yaitu menggunakan strategi dasar yaitu bersikap ramah, komunikatif, dan name tag yang selalu diperhatikan, sementara strategi utamanya adalah *Responiveness* (Cepat Tanggap), *Competence* (kompetensi), *Credibility* (dapat dipercaya), *Contribution* (kontribusi), *Honesty* (kejujuran), *Service Excellent* (pelayanan prima), *Innovation* (perubahan). Penelitian ini sama dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti tentang Penelitian ini sama dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti tentang Strategi Pelayanan *customer service* terhadap Nasabahnya. Sedangkan perbedaannya dari penelitian yang akan dilakukan yaitu menambah pembahasan terkait peningkatan loyalitas Nasabah.

Dari ketiga kajian pustaka di atas hampir sama membahas tentang Strategi pelayanan *customer service* peningkatan loyalitas Nasabah. Akan tetapi, yang membedakan penelitian ini dari penelitian di atas adalah penulis

lebih fokus terhadap Strategi Pelayanan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas Nasabah program pesta hadiah di Bank Syariah Indonesia kantor cabang pembantu Hasan Basri Banjarmasin.

## G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan berisi uraian singkat tentang isi bab demi bab yang akan ditulis dalam penelitian ini.

Bab I adalah pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan strategi pelayanan *customer service* nasabah program pesta hadiah. Pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian, yakni teori tentang Pengertian Strategi Pelayanan *customer service*, Peningkatan Loyalitas Nasabah, dan Program Pesta Hadiah.

Bab III adalah metode penelitian. Pada bab ini disajikan informasi secara deskriptif tentang bagaimana jenis penelitian dan pendekatan penelitian yang digunakan. Selain itu, menjelaskan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data hingga teknik analisis data.

Bab IV merupakan penyajian data dan analisis. Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi serta melakukan analisis tentang Strategi Pelayanan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas Nasabah program pesta hadiah di Bank Syariah Indonesia kantor cabang pembantu Hasan Basri Banjarmasin .

Bab V merupakan penutupan. Dalam bab ini mengungkapkan kesimpulan, dan saran atas dasar penelitian.