

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Profil Bank BSI Kantor Cabang Pembantu Kotabaru**

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kotabaru yang beralamatkan Jl. Veteran No. 8 RT. 02 RW. 1, Desa Dirgahayu, Kec. Pulau Laut Utara, Kab. Kotabaru, Kalimantan Selatan. Berdiri sejak awal peresmiannya pada 1 Februari 2021. Lokasi yang strategis dekat dengan perkantoran, sekolah, mini market dan pusat keramaian. Kemudian berdekatan dengan Bank Konvensional sehingga membuat persaingan antar bank semakin ketat dan sehat.

##### **2. Sejarah Pendirian Bank Syariah Indonesia**

Pada 1 Februari tahun 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

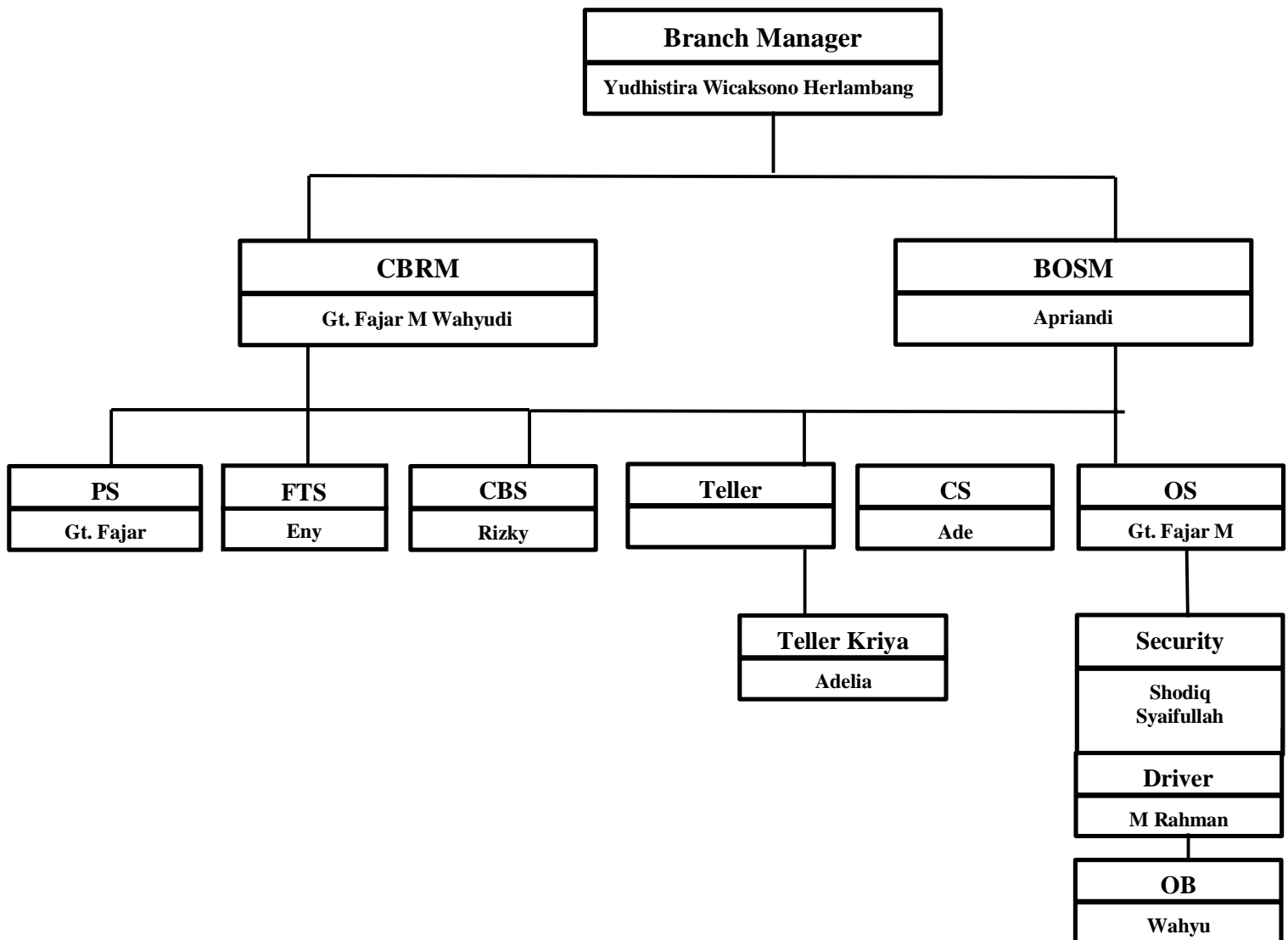
Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energy baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.

### 3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang

#### Pembantu Kotabaru

#### Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu

#### Kotabaru



Gambar 4.1 Tabel Struktur Organisasi Bank BSI Kotabaru

Sumber: Dokumentasi dari BSI Kantor Cabang Pembantu Kotabaru Tahun

2023

Keterangan:

1. Branch Manager
  - a. Bertanggung jawab atas operasional sesuai dengan kebijakan
  - b. Memastikan terkondisinya proses seluruh program
  - c. Melakukan kegiatan-kegiatan sesuai dengan ketentuan yang telah diciptakan
  - d. Memastikan tercapainya target profit yang ditetapkan kantor pusat
  - e. Menjaga dan meningkatkan kualitas kinerja cabang
  - f. Melakukan pembinaan karyawan cabang untuk meningkatkan integritas, kemampuan, dan kompetensi bawahan.
  - g. Menindak lanjuti hasil audit intern dan ekstren.
2. Costumer Banking Relationship Manager
  - a. Meningkatkan pertumbuhan portofolio pendanaan, pembiayaan, dan fee based pada segmen consumer.
  - b. Memastikan tersedianya data dan membuat rencana kerja berdasarkan data calon nasabah dan potensi pasar.
  - c. Melakukan kerjasama dengan pihak ketiga seperti developer, perusahaan, satuan kerja perangkat daerah pemerintah daerah serta instansi lainnya.
  - d. Membuat rencana kerja dan pengembangan business network dengan Branch Manager
  - e. Memastikan tercapainya tingkat kepuasan nasabah
  - f. Melakukan penagihan

3. Pawning Staff
  - a. Memastikan kelengkapan dokumen aplikasi gadai
  - b. Memastikan kualitas barang jaminan yang dijaminkan.
  - c. Menindaklanjuti permohonan pembiayaan sesuai dengan keputusan
  - d. Memutakhirkan dokumen dan data nasabah sesuai kelolaan
  - e. Memenuhi seluruh standar layanan gadai
4. Funding & Transaction Staff
  - a. Mempromosikan dan memasarkan produk bank berupa tabungan, giro, dan deposito
  - b. Membuka rekening tabungan baru atau akuisis
  - c. Menjamin hubungan baik kepada para nasabah agar tetap menyimpan dan berinvestasi di bank tersebut
  - d. Mencari dan mengajak nasabah untuk melakukan top up
5. Customer Business Staff
  - a. Melaksanakan pemasaran produk bank
  - b. Bertanggung jawab dalam kegiatan penghimpunan data
  - c. Melakukan survey dan mendata calon nasabah mengenai jenis produk yang sesuai dengan calon nasabah.
  - d. Memeriksa dokumen dari calon debitur
  - e. Menganalisis kelayakan calon debitur
  - f. Menjaga debitur untuk tetap bernaung di bawah bank tempatnya bekerja

6. Branch Office Service Manager
  - a. Menyusun rencana kerangka dan anggaran perusahaan untuk waktu atau yang akan datang dan berusaha mewujudkannya
  - b. Bertanggung jawab kepada branch manager mengenai tugas dan kewajibannya
  - c. Bertanggung jawab atas kelancaran kegiatan administrasi tabungan, deposito, dan pembiayaan
  - d. Mendatangkan bukti-bukti pembukuan antara lain nisbah deposito, nisbah tabungan, dan nota-nota lainnya.
7. Customer Service
  - a. Melaksanakan keadministrasian tabungan berupa kartu tabungan, buku tabungan, rekening, kode rekening dan nota lainnya
  - b. Melaksanakan keadministrasian deposito berupa aplikasi deposito, kartu deposito, bilyet deposito, dan nota lainnya
  - c. Melaksanakan pendapatan aplikasi deposito, perhitungan nisbah dan pembuatan laporan
8. Teller
  - a. Mengelola keuangan sesuai rencana atau anggaran perusahaan
  - b. Menerima dan membayar uang kepada nasabah sejumlah bukti yang ada, membuat rincian uang tunai, mencatat dan mengumpulkan bukti atas pengembalian dan penyetoran kas dalam formulir rekapitulasi kas yang telah disediakan

- c. Mencocokkan saldon kas yang dicatat, rekapitulasi kas dengan daftar perincian uang tunai pada setiap tutup kas.
9. Driver
    - a. Mengantar atau menjemput pegawai yang dinas luar yang terkait dengan hal tersebut
    - b. Menjamin kendaraan dinas atau kendaraan operasional selalu siap pakai dengan memeriksa perlengkapan kendaraan, oli, air radiator, ban, kunci-kunci dan yang lain terkait hal tersebut
  10. Office Boy
    - a. Menjaga kebersihan dilingkungan atau kawasan kerja terutama terkait dengan layanan
    - b. Menata perlengkapan dan peralatan kerja untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan pegawai dalam bekerja
  11. Security
    - a. Bertanggung jawab atas keamanan yang ada di bank mulai dari memeriksa setiap orang yang datang, menanyakan keperluan, sampai membantu dan mengarahkan nasabah yang ingin melakukan transaksi atau berurusan dengan bank.

#### **4. Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia**

Visi:

“TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK”

Misi:

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia  
Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham  
Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (REO 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia  
Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen dengan pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja

## **5. Produk Dan Layanan Bank Syariah Indonesia**

- a. Individu
  - 1) Tabungan
    - a) BSI Tabungan Valas
    - b) a) BSI Tabungan Haji Indonesia
    - c) BSI Tabungan Easy Mudharabah
    - d) BSI Tabungan Pendidikan
    - e) BSI Tabungan Bisnis
    - f) BSI TabunganKu



- g) BSI Tabungan Pensiun
  - h) BSI Tabungan Efek Syariah
  - i) BSI Tabungan Smart
  - j) BSI Tabungan Prima
  - k) BSI Tapenas Kolektif
  - l) BSI Tabungan Payroll
  - m) BSI Tabungan Mahasiswa
  - n) BSI Tabungan Junior
  - o) BSI Tabungan Pelajar
  - p) BSI Tabungan Easy Wadiah
  - q) BSI Tabungan Rencana
  - r) Rekening Autosave dan Qurban
- 2) Tabungan Haji dan Umrah
- 3) Pembiayaan
- a) BSI Kur
  - b) BSI Griya
  - c) BSI Mitraguna Berkah
  - d) BSI OTO
  - e) BSI Pensiun Berkah
  - f) Mitraguna Online (Via BSI Mobile)
  - g) BSI Mitra Beragun Emas (Non Qardh)
  - h) BSI Distributor Financing
  - i) BSI KPR Sejahtera

- j) BSI Cash Colleteral
  - k) BSI Umrah
  - l) Bilateral Financing
- 4) Investasi
- a) BSI Deposito Valas
  - b) Deposito Rupiah
  - c) BSI Reksa Dana Syariah
  - d) Bancassurance
  - e) SBSN Ritel
  - f) Cash Waqf Linked Sukuk Ritel (Sukuk Waqaf Ritel)
  - g) Referral Retail Brokerage
  - h) Sukuk Negara Ritel Seri SR016
- 5) Transaksi
- a) BSI Giro Valas
  - b) BSI Giro Rupiah
- 6) Emas
- 7) Bisnis/Wirausaha
- a) BSI Kur
  - b) BSI Giro Optima
  - c) BSI Cash Management
  - d) BSI Pembiayaan Investasi
  - e) BSI Bank Garansi
  - f) BSI Giro Pemerintah

- g) BSI Giro Ekspor SDA
  - h) BSI Deposito Ekspor SDA
  - i) Bank Guarantee Under Counter Guarantee
  - j) Giro Vostro
  - k) Jasa Penagihan Transaksi Trade Finance Antar Bank
  - l) Pembiayaan Yang Diterima (PYD)
- 8) Prioritas
- a) Haji dan Umrah Concierge
  - b) Konsultasi ZISWAF & Waris
  - c) Asuransi Jiwa & Kesehatan
  - d) BSI Private
  - e) Safe Deposite Box (SBD)
  - f) BSI Prioritas
- b. Perusahaan
- 1) Service
  - 2) Pembiayaan
  - 3) Simpanan
  - 4) Cash Management
  - 5) Tresuri
- c. Digital Banking
- 1) BSI OTO melalui BSI Mobile
  - 2) BSI Mobile
  - 3) BSI Aisyah

- 4) Solusi Emas
- 5) BSI jadiberkah.id
- 6) BSI ATM CRM
- 7) BSI Merchant Business
- 8) BSI Cardless Withdrawal
- 9) BSI QRIS
- 10) Buka Rekening Online
- 11) Mitraguna Online
- 12) BSI Debit OTP
- 13) Deposito Mobile
- 14) Griya Hasanah Online
- 15) E-mas BSI Mobile

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Strategi Customer Service Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur di Kantor Cabang Pembantu Bank Syariah Indonesia Kotabaru**

Lembaga keuangan perbankan merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, ketika berbicara tentang perusahaan jasa maka hal yang harus diperhatikan adalah kualitas pelayanannya, salah satu cara bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Peningkatan jumlah nasabah merupakan aspek paling penting untuk

dilakukan melalui pemberian pelayanan yang optimal karena dengan pelayanan yang optimal dapat memberikan dampak yang positif bagi jumlah nasabah yang didapatkan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh CS harus selalu ditingkatkan guna untuk menarik minat nasabah baru serta mempertahankan nasabah yang lama.

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa serta kualitas pelayanan. Sejatinnya nasabah yang merasa benar-benar puas atas pelayanan yang diberikan akan mampu mempertahankan nasabah lama untuk tetap membeli produk yang ditawarkan, juga nasabah lama dapat memberikan rekomendasi kepada orang lain serta akan mampu pula untuk menarik calon nasabah yang baru untuk mencobanya. Pelayanan optimal pada akhirnya juga akan meningkatkan *image* perusahaan sehingga citra perusahaan dimata nasabah terus meningkat pula. Dalam pemasaran, produk mempunyai arti yang luas, yaitu satu kesatuan yang ditaarkan pada pasar baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Produk yang berwujud biasanya disebut barang (*goods*) dan produk yang tidak berwujud biasa disebut dengan jasa (*service*). Memberikan pelayanan bukanlah pekerjaan yang mudah, akan tetapi bila pekerjaan tersebut dapat dilakukan dengan baik maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat yang besar.

Adapun yang menjadi permasalahan yang dikaji pada penelitian ini terkait Strategi *Customer Service* dalam Meningkatkan Pelayanan yang diperoleh melalui teknik wawancara 1 informan *Customer Service* dan informan Kepala Cabang Bank BSI sebagai informan 2. Menurut hasil wawancara dengan informan 2 yaitu Kepala Cabang Bank Syariah Indonesia Kotabaru terkait dengan respon terhadap kinerja CS dalam meningkatkan pelayanan sudah sangat baik, juga sudah sesuai dengan SOP atau standar pelayanan perusahaan yaitu diantaranya :

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
- b. Percaya diri, bersikap akrab, ramah dan penuh senyum
- c. Menyapa dengan lemah lembut dan menyebutkan nama
- d. Tenang, sopan, sabar dan hormat dalam mendengarkan genting sekalipun dengan tetap bersikap ramah dan sopan
- e. Mendengarkan setiap pembicaraan dan menerima keluhan dengan baik
- f. Berbicara jelas dengan bahasa yang baik dan benar
- g. Antusias dalam melayani dan tunjukkan kemampuan
- h. Jangan menyela atau memotong pembicaraan
- i. Mampu meyakinkan pelanggan atau nasabah serta
- j. Apabila tidak dapat menangani permasalahan yang ada, meminta bantuan kepada karyawan lain

Strategi pelayanan yang dilakukan oleh CS pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kotabaru adalah sebagai berikut:

a. Cepat tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap pelanggan didefinisikan sebagai keinginan pekerja untuk membantu pelanggan, melakukan layanan tepat waktu, dan mendengarkan kekhawatiran dari konsumen. Untuk mencegah kerusakan citra publik perusahaan, penting untuk segera menanggapi setiap informasi yang tidak menguntungkan atau salah yang telah diposting untuk meyakinkan konsumen dan memberi mereka informasi yang lebih akurat dan terkini.

Selain itu tanggap juga dapat menjadi media penyampaian informasi yang cepat dan tepat kepada nasabah tanpa membiarkan nasabah memikirkan sendiri atau berasumsi tidak benar kepada pihak perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dari informan CS di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kotabaru yang dilakukan penulis memaparkan bahwa CS diharuskan untuk cepat tanggap dalam melayani nasabah baik itu mengenai informasi, kebutuhan serta komplain yang diajukan oleh nasabah. Dalam proses pelayanan nasabah lumrah terjadi kendala atau masalah, informan 2 memaparkan bahwa jika terjadi kendala maka CS akan menganalisis dan mengkaji terlebih dahulu tentang masalah apa yang sedang terjadi kemudian CS akan memeriksa kelengkapan dokumen yang diperlukan sebelum masalah tersebut ditangani dan diselesaikan sesuai dengan sistem aturan yang telah ditetapkan oleh perbankan. Ini merupakan bentuk

dari cepat tanggap dari pihak CS terkait dengan nasabah yang memiliki masalah tertentu yaitu dengan terstruktur dalam pengambilan keputusan terhadap sebuah permasalahan.

Mengenai kiat-kiat yang dilakukan CS guna untuk meningkatkan kemampuan cepat tanggap yang akan diterapkan ketika sedang melayani nasabah, informan 2 memaparkan kiat yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan cepat tanggap yaitu dengan mempelajari aturan atau SOP bank, mempelajari tentang produk-produk yang ditawarkan oleh bank, serta mempelajari karakter atau perilaku masyarakat dilingkungan tempat kerja karena masyarakat sekitar memiliki kemungkinan besar akan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kotabaru. Informan 2 juga menjelaskan bahwa ketika sebuah permasalahan terjadi mereka akan langsung fokus pada permasalahan yang tersebut, mengkaji terlebih dahulu serta melihat kelengkapan dokumen yang dibutuhkan kemudian CS menangani dan menyelesaikan masalah yang diajukan oleh nasabah. Dengan adanya kiat untuk terus meningkatkan kemampuan cepat tanggap maka permasalahan yang ada akan cepat terselesaikan dengan cara yang tepat sesuai dengan standar pelayanan pihak perusahaan.

b. Kompetensi (*competence*)

Secara etimologis, kompetensi mengacu pada kemampuan seseorang untuk tampil pada tingkat tinggi dalam hal keterampilan,



pengetahuan, dan perilaku. Derajat kompetensi seseorang akan ditentukan oleh pengalaman pendidikan yang dimilikinya dan pengalaman kerja yang didapatkannya.

Berdasarkan hasil dari wawancara yang penulis lakukan, informan 1 memaparkan bahwa keterampilan yang membuat dia nyaman pada posisi pekerjaannya sekarang yaitu dia memiliki skill komunikasi yang baik, juga dia mampu menguasai perangkat kerja serta juga mampu menganalisis dan mudah mengetahui karakter nasabah. Sedangkan informan 1 menjelaskan bahwa keterampilan yang membuatnya nyaman pada posisi pekerjaannya yaitu karena memiliki kemampuan yang baik dalam berkomunikasi.

Komunikasi merupakan keterampilan yang harus dimiliki oleh setiap orang yang melakukan pelayanan, karena dengan komunikasi yang baik akan memberikan kenyamanan kepada nasabah terkait pelayanan yang diberikan juga jika komunikasi yang terjalin baik maka nasabah akan mudah memahami apa yang disampaikan oleh CS ketika sedang dalam proses transaksi. Dalam mengasah kompetensi itu harus dengan cara meningkatkan interaksi dengan nasabah dengan tutur kata yang lemah lembut, sopan dan santun. Salah satu keterampilan yang harus dimiliki oleh seorang CS adalah kemampuan untuk menganalisis dan mudah memahami karakter nasabah, karena akan sangat membantu CS ketika melakukan pelayanan karena ketika CS mengetahui bagaimana karakter serta kondisi nasabahnya maka

CS dapat dengan mudah mengetahui apa yang nasabah butuhkan dan kebutuhan ataupun permasalahan yang ada akan dengan cepat terselesaikan.

Ketika sedang dalam proses pelayanan tentunya akan ada perbedaan antara pelayanan informan 1 dan informan 2, dalam hal ini informan 1 menjelaskan bahwa kompetensi yang membuatnya lebih unggul daripada partner CS yang lain adalah dia memiliki kemampuan yang baik ketika sedang berkomunikasi, menguasai perangkat komputer kerja dengan baik, mempunyai inisiatif yang bagus, memiliki penalaran logika yang bagus serta mampu bekerja secara cepat. Selain itu informan 1 juga memaparkan bahwa kompetensi yang membuatnya merasa lebih unggul dari partner CS lainnya yaitu dia memiliki softskill dari segi komunikasi sehingga nasabah merasa senang dan nyaman, apabila kedepannya terjadi permasalahan ketika sedang bertransaksi maka masalah tersebut akan lebih mudah diselesaikan.

Dengan adanya perbedaan kompetensi yang beragam maka mampu saling melengkapi satu sama lain, jika ada masalah yang tidak bisa diselesaikan oleh informan 1 maka informan 2 dapat membantu, begitu juga sebaliknya. Djaman Satori (2007: 22) menyatakan bahwa kata "kompetensi" dan "otoritas" berasal dari kata bahasa Inggris "*competence*". Dengan kata lain, kompetensi mengacu pada kinerja yang mengarah pada pencapaian tujuan yang sepenuhnya sejalan

dengan keadaan yang dimaksudkan. Selain itu, menurut Mudrajad Kuncoro (2005:44), kompetensi inti adalah kualitas terpenting yang dimiliki perusahaan/organisasi dalam mengembangkan pengetahuan dan keterampilan yang tersebar di beberapa lini produksi atau perusahaan.

c. Dapat dipercaya (*credibility*)

*Credibility* dibutuhkan ketika informasi sedang disampaikan karena digunakan untuk pertumbuhan bisnis dan daya tarik nasabah melalui peningkatan kepercayaan, informasi juga harus memenuhi kriteria terbaru. Kredibilitas CS yang baik akan meningkatkan minat konsumen terhadap layanan perbankan karena akan meningkatkan kepercayaan CS dalam melayani nasabah.

Hasil wawancara yang penulis lakukan dengan informan 1 mengenai cara penyampaian pesan kepada nasabah dia melakukan dengan cara menyampaikan pesan tersebut secara langsung dengan kalimat yang lugas, memuat iklan berbagai produk menarik kepada nasabah serta tidak pernah membocorkan data kerahasiaan nasabah contohnya seperti pin yang menjadi salah satu kunci ketika melakukan transaksi di ATM atau *Mobile banking*.

Dalam menjaga kredibilitas yang perlu diperhatikan adalah pada saat menyampaikan produk ke nasabah harus meyakinkan serta membuat iklan berbagai produk menarik. Dengan demikian CS dapat menjaga kredibilitasnya dalam melakukan pelayanan kepada nasabah.

Selain itu juga CS harus mampu menjaga kerahasiaan data nasabah yang nantinya akan berdampak pada nasabah yang merasa puas dengan pihak CS yang dapat dipercaya.

Informan 1 menjelaskan cara menyampaikan pesan kepada nasabah adalah dengan cara menggali terlebih dahulu tentang kebutuhan nasabah sebelum menawarkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Sebelum menyampaikan pesan kepada nasabah terkait hal apapun, CS harus menggali terlebih dahulu tentang kebutuhan nasabah, setelah itu baru akan direkomendasikan produk yang cocok dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Ketika sedang dalam transaksi CS menginformasikan produk-produk bank kepada nasabah maka cara CS meyakinkan nasabah sesuai dengan yang disampaikan oleh informan 1 dan 2 yaitu dia akan menyamakan informasi secara rinci tentang produk yang telah disampaikan oleh nasabah, baik itu kelebihan produk atau fasilitas yang melekat pada produk tersebut.

d. Kontribusi (*contribution*)

Pikiran dan jiwa adalah komponen penting dari kinerja karyawan karena mereka menentukan apakah nasabah perusahaan mendapatkan layanan terbaik atau tidak dengan mendorong karyawan untuk memberikan kontribusi yang baik melalui pikiran dan tindakan mereka. Dalam hal memberikan layanan keuangan, setiap CS membuat perbedaan yang signifikan bagi bank. CS sangat penting

untuk setiap layanan keuangan yang ditawarkan.

Menurut yang disampaikan oleh informan 1 terkait kontribusinya pada perusahaan bahwa dia meningkatkan kualitas diri secara berkala dalam hal pengetahuan, kemampuan komunikasi yang lebih baik lagi, tata cara pelayanan nasabah yang sesuai dengan prosedur pelayanan perusahaan, juga melayani nasabah sebaik mungkin sehingga nasabah tersebut merasa nyaman selama proses pelayanan berlangsung.

Ada beberapa cara CS membantu nasabah merasa nyaman saat bertransaksi, antara lain dengan memberikan rasa nyaman dan rasa percaya. Semua kontribusi, sekecil apa pun, akan berpengaruh pada kesuksesan perusahaan secara keseluruhan. Akibatnya, sikap yang baik saat melayani nasabah adalah cara lain untuk memberikan kontribusi. Aspirasi dan harapan nasabah untuk melakukan aktivitas keuangan secara rutin akan semakin meningkat jika bank bersikap ramah. Selain itu, nasabah membutuhkan tempat yang tenang untuk melakukan bisnis sehingga setiap CS dapat fokus memberikan layanan terbaik. Meningkatkan kesenangan nasabah, tentu saja, adalah tujuan utama dari setiap bisnis.

e. Kejujuran (*honesty*)

Bagi perusahaan yang transaksinya berhadapan langsung dengan masyarakat maka kejujuran merupakan hal yang sangatlah penting, karena hal ini yang akan menentukan nasabah atau calon

nasabah percaya atau tidaknya melakukan transaksi di bank tersebut. Ada beberapa bentuk dari kejujuran yang dijelaskan oleh informan 1 dan 2 dalam proses penyampaian informasi, maka informasi yang disampaikan tersebut harus benar dan tepat serta menyeluruh agar nasabah tidak menerima informasi yang rancu yang akan mengakibatkan kebingungan ketika proses transaksi berlangsung.

Untuk mencegah berbagai bentuk penipuan di perusahaan, kejujuran dalam berkata dan berbuat adalah suatu keharusan. Untuk menghindari kesalahan, karyawan harus bekerja sesuai Standar Operasional Perbankan (SOP), yang menekankan kejujuran dalam semua aspek interaksi dan transaksi nasabah, termasuk proses dan bahasa. Setiap tindakan kejujuran adalah langkah untuk membangun reputasi seseorang di tempat kerja dan membangun diri sendiri sebagai individu yang layak dan bertanggung jawab.

Kejujuran juga diperlukan dalam hal mengikuti semua peraturan dan jujur tentang perkiraan waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan pekerjaan. Keahlian produk bank dan pemahaman SOP diperlukan bagi CS untuk mengedepankan kejujuran. Pelanggan diperlakukan sebagai tamu di departemen CS, yang berarti mereka harus diperlakukan dengan sopan dan sabar, dan semua layanan harus diberikan dengan jujur dan bertanggung jawab. Semua kejujuran CS bertujuan untuk membuat konsumen senang sehingga keuntungan perusahaan dapat meningkat. Selain itu, nasabah perlu merasa aman

dan terlindungi saat bertransaksi dengan Anda, itulah sebabnya perhatian dan kata-kata baik Anda sangat penting.

f. Pelayanan Prima (*service excellent*)

Pelayanan prima merupakan pelayanan yang memenuhi standar kualitas sesuatu yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan atau masyarakat. Berikut adalah bentuk dari pelayanan prima yang diberikan oleh CS melalui wawancara yang disampaikan oleh informan 1 terkait dengan pelayanan prima pada perusahaan , menurut dia pelayanan prima yaitu pelayanan yang diberikan oleh perbankan yang bisa memenuhi seluruh keperluan nasabah dengan cepat dan tepat, setiap karyawan yang bekerja di perbankan perlu memberikan pelayanan prima karena pelayanan prima sangatlah penting. Bentuk pelayanan prima yang diberikan oleh pihak CS yaitu seperti menyelesaikan keperluan, keinginan serta kebutuhan nasabah maupun masalah atau komplain yang yang diajukan oleh nasabah secara cepat dan tepat.

Layanan pelanggan yang sangat baik dalam menyelesaikan transaksi dan membuat konsumen senang. Merawat nasabah Anda dengan baik adalah salah satu cara untuk memberikan layanan pelanggan terbaik. Kekhawatiran ini terlihat dari sejumlah transaksi yang diarahkan untuk memastikan bahwa pelanggan mendapatkan layanan terbaik. Mudah dalam hal uang dan waktu yang dihabiskan untuk transaksi nasabah. Dengan demikian, pendekatan pribadi sangat

penting untuk layanan pelanggan yang luar biasa karena mengembangkan rasa saling percaya dan hubungan yang kuat antara nasabah dan perwakilan layanan pelanggan (CS).

Respon lainnya disampaikan oleh informan 1 terkait pelayanan prima pada perusahaan, pelayanan prima adalah pelayanan yang maksimal, pelayanan yang cepat, seta pelayanan yang memberikan nasabah mendapatkan informasi yang memuaskan, bentuk pelayanan yang CS berikan kepada nasabah seperti memproses dengan cepat kebutuhan maupun komplain yg diajukan oleh nasabah, berkomunikasi dengan baik, bersikap ramah-tamah, sopan juga lembut dalam bertutur kata.

Untuk memberikan layanan pelanggan yang luar biasa, seseorang harus memberikan layanan yang sangat baik kepada nasabah. Pendekatan yang berfokus pada pelanggan adalah tema umum di seluruh tanggapan peserta. Setelah masalah nasabah telah dipertimbangkan, tindakan cepat harus diambil. Sebagai salah satu elemen dalam memberikan pelayanan yang luar biasa dalam bentuk presentasi fisik, penampilan memiliki dampak yang menguntungkan bagi kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dicapai dengan kinerja serangkaian tindakan yang terjadi dalam konteks hubungan satu lawan satu antara seseorang dan orang lain atau mesin (Barata, 2003: 30). Melayani orang lain adalah arti dari Kamus Besar Bahasa Indonesia dengan



istilah "pelayanan". Saat melayani, Anda membantu dalam mempersiapkan (dan memperhatikan) kebutuhan orang lain. Setiap aktivitas yang bertujuan untuk menawarkan pengalaman positif kepada pelanggan, baik itu CS atau layanan pelanggan, adalah contoh dari CS (Wahjono, 2010: 179).

## **2. Analisis terhadap strategi Customer Service Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur di Kantor Cabang Pembantu Bank Syariah Indonesia Kotabaru**

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Kepala Cabang Bapak Aprianadi dan Customer Service Ibu Ade Hera Febrina bahwa tabungan haji merupakan produk unggulan yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru karena satu satunya Bank Syariah yang ada di Kabupaten Kotabaru yang dipercaya masyarakat untuk berangkat haji, sehingga jika seseorang ingin berangkat haji yang terlintas dipikiran orang adalah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kotabaru.

### **a. Analisis lingkungan internal**

#### **1) Kekuatan (*Strenght*)**

- a) BSI KCP Kotabaru dikenal sebagai satu-satunya Bank Syariah yang ada dikota tersebut.
- b) BSI KCP Kotabaru menawarkan program ABATANA (Ayo Berhaji Aman dan Terencana). Program yang memberikan nasabah waktu dalam menabung dan sudah disepakati diawal

berapa lama nasabah harus memenuhi dana porsi haji dan dimaksudkan agar nasabah dapat rutin dalam menabung sehingga cepat melakukan pemberangkatan haji, tetapi jika nasabah tidak memenuhi jangka waktu tersebut tidak ada sanksi dari Bank.

c) Akad yang digunakan BSI KCP Kotabaru pada tabungan mabrur adalah mudharabah muthlaqah, nasabah mendapatkan bagi hasil dari tabungan mabrur, yaitu sekitar 8% nasabah 92% bank syariah.

d) BSI KCP Kotabaru melakukan pemasaran dengan implementasi dari marketing mix 7P, yaitu *place, product, price dan promotion, process, dan people physical evidence*.

(1) *Place* : tempat atau lokasi BSI KCP Kotabaru terletak di jalan Veteran No 8, desa Dirgahayu Kecamatan Pulau Laut Utara Kabupaten kotabaru yang merupakan jalan raya utama dan strategis untuk di jangkau masyarakat luas. Bentuk bangunan kantor terdiri dari dua lantai dan sudah dilengkapi cctv, ac, komputerisasi dan juga lagu-lagu islami sehingga tidak bosan saat menunggu antrean.

(2) *Product* : pengembangan dan pemasaran produk sangat penting bagi keberhasilan bisnis dalam jangka panjang. Tabungan mabrur merupakan salah satu produk unggulan di BSI KCP Kotabaru. Keunggulan dari produk ini adalah

setoran awal hanya Rp. 100.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 100.000 dan dengan akad *mudharabah muthlaqah* (ada bagi hasilnya)

- (3) *Price* : harga menjadi salah satu yang mempengaruhi serta memberikan dampak terhadap minat nasabah terhadap suatu produk. Selain itu, nasabah juga melihat kualitas dan mutu dari produk yang akan dipilihnya. Pada harga nasabah bebas ingin menabung berapa aja tetapi minimum Rp. 100.000 dan tidak ditetapkan jadwal ingin menabung, bisa tiap minggu, tiap bulan dan sekali dua bulan, tergantung dari keinginan nasabah.
- (4) *Promotion* : promosi dilakukan agar produk bisa diketahui oleh nasabah. Setiap bank syariah berbeda-beda dalam promosi produknya. Di BSI KCP Kotabaru, promosi dilakukan dengan cara periklanan, seperti spanduk, brosur, baliho dan di internet, juga melakukan promosi dengan presentase. Presentase yang dilakukan dengan menggambarkan produk, dengan menyebutkan poin-poin penting dari produk, misalnya akad yang digunakan, syarat, fitur dan manfaat. BSI KCP Kotabaru juga melakukan promosi *personal selling*, yang melakukan pemasaran mengajak orang-orang terdekat untuk menabung tabungan haji, bisa teman-teman dan sanak saudara.

- (5) *People* : pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Di BSI KCP Kotabaru karyawan atau staff nya bekerja dengan memiliki *performance* tinggi, loyal dan mampu melayani nasabah dengan baik. Penampilan karyawan dan suara dalam berbicara sopan, begitu juga dengan bahasa tubuh, ekspresi wajah dan tutur kata.
- (6) *Physical Evidence* : keadaan atau kondisi yang didalamnya juga termasuk suasana perusahaan atau bangunan perusahaan. Di BSI KCP Kotabaru betuk fisik sudah mendukung yaitu sudah disediakan kursi tunggu yang cukup untuk nasabah, AC yang membuat nasabah tidak kepanasan, music islami untuk hiburan nasabah dan desain interior bangunan yang menarik.
- (7) *Process* : bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya meliputi proses pelayanan dan proses transaksi. Di BSI KCP Kotabaru karyawan melayani nasabah dengan baik, mulai dari nasabah masuk ke bank dan keluar dari bank. Ketika nasabah masuk ke bank, petugas keamanan atau satpam akan memberikan salam dan menanyakan keperluan nasabah dan mengantarkan nasabah ke tujuannya. Begitu juga karyawan atau staff lain awal dan akhir transaksi mengucapkan salam.

2) Kelemahan (*Weakness*)

- a) server atau jaringan yang tiba-tiba down
- b) tidak dapat melakukan transaksi pada aplikasi BSI Mobile

b. Analisis Lingkungan Eksternal

1) Peluang (*opportunity*)

- a) Banyaknya peminat haji di Kotabaru
- b) BSI KCP Kotabaru adalah bank syariah satu-satunya, seperti yang telah diketahui bahwa bukan hanya masyarakat muslim yang menabung di bank syariah tapi semua kalangan.
- c) Lamanya waktu berangkat haji menjadikan kesempatan nasabah tetap menabung.
- d) Lokasi yang strategis menjadi peluang bagi BSI KCP Kotabaru dalam memasarkan produk.
- e) Mayoritas masyarakat Kotabaru beragama Islam.
- f) Semakin meningkatnya *image* bank syariah di masyarakat.
- g) Adanya UU yang mendukung bank syariah, sehingga masyarakat lebih percaya dengan bank syariah.

2) Ancaman (*Threat*)

- a) Nasabah tidak disiplin menabung dan tidak berkomitmen.
- b) Wilayah Kotabaru sangat luas, khususnya daerah desa dan pelosok Kotabaru, sehingga tidak semua masyarakat dapat dikunjungi dalam memasarkan produk tabungan mabrur.

### C. Pembahasan

Salah satu cara perusahaan perbankan dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memberikan kepuasan kepada nasabah. Kepuasan nasabah merupakan aspek yang paling penting untuk dilakukan melalui pemberian pelayanan yang optimal karena dengan pelayanan optimal memberikan dampak yang positif terhadap kepuasan nasabah. Selain itu perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa serta kualitas pelayanan, nasabah yang merasa puas benar-benar puas atau pelayanan yang diberikan akan mampu mempertahankan nasabah yang lama untuk tetap membeli produk yang ditawarkan. Nasabah lama dapat memberikan rekomendasi kepada orang lain serta dapat menarik nasabah yang baru.

Pelayanan yang optimal juga mampu meningkatkan image perusahaan sehingga citra perusahaan di mata nasabah dapat meningkat pula. Dengan memiliki citra yang baik, segala sesuatu yang dilakukan perusahaan akan terlihat baik. Memberikan pelayanan bukanlah pekerjaan yang mudah, akan tetapi bila pekerjaan *Customer service* berarti petugas yang siap melayani nasabah berupa keluhan atau masalah yang dihadapi calon nasabah yang datang untuk membuka rekening baru.

Dalam wawancara yang telah dilakukan penulis bahwa salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis adalah sebuah pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan standarnisasi yang telah ditentukan.

Strategi pelayanan yang mendasar yang dilakukan *customer service* Bank BSI Cabang Pembantu Kotabaru.

### **1. Bersikap Ramah**

Setiap karyawan *customer service* harus melayani nasabah dengan sikap yang ramah, agar nasabah tersebut merasakan kenyamanan ketika melakukan aktifitas yang berhubungan dengan perbankan, seperti pembukaan rekening baru, konsultasi mengenai produk, keluhan yang dirasakan nasabah dan lain- lain. Serta mengawali komunikasi yang hangat kepada nasabah.

### **2. Komunikatif**

*Customer service* harus memiliki keahlian dalam bidang komunikasi, keahlian tersebut merupakan keahlian yang harus diperhatikan karena karyawan pada bidang *customer service* berhadapan langsung dengan nasabah yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Selain itu juga *customer service* harus memperhatikan gaya komunikasi yang jelas dan terarah agar tidak terjadi kesalah pahaman.

### **3. Name tag yang selalu diperhatikan**

Penggunaan *Name tag* merupakan hal kecil namun berdampak cukup besar bagi pelayanan yang diberikan *customer service*. Tujuan *customer service* memperlihatkan *name tag* atau kartu identitas agar nasabah mampu mengenali karyawan tersebut. jika suatu saat pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang positif, maka nasabah bisa

melaporkan karyawan *customer service* untuk mengevaluasi kinerja dengan menyebutkan nama karyawan itu sendiri.

Dari tiga strategi dasar di atas ada tujuh strategi utama guna meningkatkan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BSI Kantor Cabang Pembantu Kotabaru antara lain:

- a. Senyum adalah gerak tawa ekspresif yang tidak bersuara untuk menunjukkan perasaan senang, gembira, dan lain sebagainya, dengan senyum membuat petugas *customer service* dipandang ramah oleh nasabah pada saat mendapatkan pelayanan, dengan demikian hubungan sosial dengan nasabah akan terjalin dengan baik. Senyum memiliki manfaat yang baik karena dengan senyum membuat *customer service* terlihat menarik dan membuat nasabah tidak menjauh, ketika tersenyum maka nasabah juga akan ikut tersenyum, sebagai petugas bank hendaknya tetap memasang senyum terutama saat menyambut nasabah.
- b. Salam adalah ucapan hormat *customer service* terhadap nasabah. Ucapan salam merupakan tegur sapa yang mutlak diperlukan memberikan pelayanan kepada nasabah. Salam bermanfaat untuk memulai suatu komunikasi maka dari itu *customer service* harus mengucapkan salam kepada nasabah yang datang begitu juga melepas nasabah. Karena kedatangannya akan mendatangkan keuntungan bagi bank, yang pada gilirannya akan mendatangkan keuntungan juga bagi *customer service*.



- c. Memperkenalkan diri dan menanyakan nama nasabah sebagai seorang *customer service* diwajibkan mengetahui nama nasabah yang dilayani, maka dari itu *customer service* harus mengetahui nama nasabah dan mengingatnya, karena jika nasabah dipanggil dengan namanya maka nasabah akan merasa dihargai.
- d. Menawarkan bantuan adalah sifat yang mutlak dituntut pada *customer service* untuk menawarkan bantuan kepada nasabah yang mengalami kesulitan terutama dalam pengisian formulir. Dengan menawarkan bantuan akan memberikan penilaian terhadap *customer service* pada nasabah.
- e. Menggali kebutuhan nasabah dan memahami kebutuhan nasabah maka pelaku bisnis harus tahu apa yang akan dilakukan dan dikerjakan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan nasabah.
- f. Konfirmasi atau *follow up* adalah menghubungi kembali nasabah apakah nasabah puas atau keluhan selama mendapatkan pelayanan.
- g. *Cross selling* adalah konsep penjualan dengan menggunakan produk utama sebagai *trigger* untuk penjualan selanjutnya. *Customer service* merupakan ujung tombak suksesnya *cross selling* karena pada dasarnya *customer service* yang paling erat kaitannya dengan kegiatan ini. Maka pengetahuan produk yang memadai sangat mutlak diperlukan. Sehingga pada akhirnya *customer service* akan merasa nyaman ketika menawarkan *cross selling* pada nasabah. Sebab dia tahu apa yang ditawarkannya.

h. Terimakasih, sebagai penutup ketika selesai memberikan pelayanan.

Sikap selama melayani nasabah:

- 1) Kontak mata dengan nasabah selama melayani, pandangan mata harus selalu kearah nasabah.
- 2) Duduk tegak tidak bersandar.
- 3) Condong kearah nasabah.
- 4) Sikap tangan terbuka (tidak melipat tangan di meja).

Dapat di simpulkan bahwa strategi customer service dalam meningkatkan pelayanan Bank BSI Cabang Pembantu Kotabaru menurut pandangan manajemen islam sudah sesuai seperti bersikap ramah dalam melayani nasabah sedangkan sikap ramah sangat disukai oleh masyarakat. Hal ini membuat nasabah dan pihak bank memiliki sistem sosial yang dipenuhi nilai, Etika, Akhlak, dan keyakinan yang bersumber dari islam. Komunikatif. Menyampaikan informasi yang di butuhkan nasabah dengan cara-cara yang benar dan berbicara secara lemah lembut. Senyum dalam melayani nasabah membuat nasabah merasa nyaman yang juga dinilai sebagai sedekah. Memberikan salam seperti pada Surah QS. An-Nur Ayat 27 yang mengajurkan untuk selalu mengucapkan salam sapa merupakan tanda penghargaan terhadap nasabah untuk memberikan pelayanan yang terbaik.

#### **4. Hambatan yang muncul dan cara mengatasinya pada Bank BSI Cabang Pembantu Kotabaru**

Adapun hambatan-hambatan yang muncul dalam memberikan pelayanan kepada nasabah:

a. Hambatan mengenai *system*

Kelambatan *system* yang digunakan oleh *customer service* dalam memberikan pelayanan adalah hambatan yang muncul saat Bank BSI Kantor Cabang Pembantu Kotabaru sedang dalam peningkatan *system*.

b. Hambatan yang sering terjadi juga ketika *customer service* sedang melayani nasabah tiba-tiba datang nasabah baru yang ingin dilayani terlebih dahulu atau ada bunyi telepon yang berdering sehingga membuat *customer service* berhenti sejenak untuk melayani nasabah tersebut.

c. Hambatan lain yang biasanya terjadi, atasan memanggil karena ada suatu keperluan saat *customer service* sedang melayani nasabah.

Cara mengatasi masalah karena kelambatan *system* adalah:

1. Meminta maaf atas *system* yang terjadi, cara mengucapkannya,
  - a) Maaf pak/bu atas ketidaknyamanannya, BSM sedang peningkatan kapasitas *system*.
  - b) Berikan senyum kepada nasabah agar nasabah mengerti keadaan yang sedang terjadi.

- c) Hadapi dengan tenang, hadapi permasalahan ini dengan tenang sehingga nasabah tetap merasa nyaman dengan kelambatan *system* yang terjadi.
2. Cara mengatasi masalah ketika terdengar bunyi telepon adalah dengan meminta izin terlebih dahulu kepada nasabah yang dilayani untuk mengangkat telepon sebentar, dan jika nasabah baru ingin dilayani terlebih dahulu maka *customer service* menyarankan agar nasabah tersebut mengambil no antrian terlebih dahulu lalu menunggu sesuai ketentuan yang berlaku.
- a) Solusinya jika atasan memanggil saat *customer service* sedang melayani biasanya atasan bersedia menunggu sampai *customer service* selesai menangani nasabah. Setelah *customer service* selesai melayani nasabah sesuai kebutuhan nasabahnya maka *customer service* menghadap kepada atasan atas perintah yang telah diberikan atasan dan menutup loket bagian *customer servicenya*.