

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Martapura A.Yani

a. Sejarah Singkat Berdirinya Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam negara keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan Negara perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga kurun waktu terakhir. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang 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). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan 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 asset 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 (Rahmatan Lil Aalamiin).

b. Visi dan Misi

a) Visi : TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

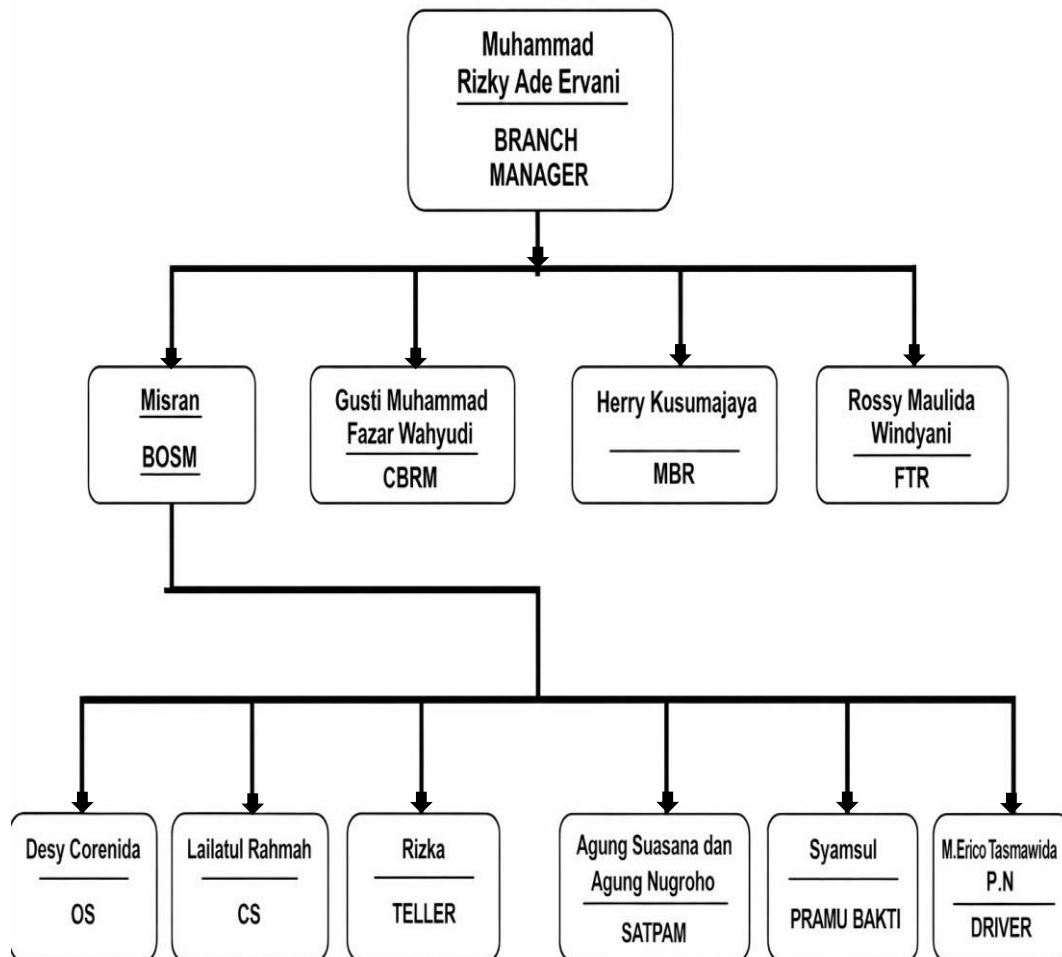
b) Misi :

1. Memberikan akses solusi keuangan Syariah di Indonesia.
2. Bank Syariah harus melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi Top 5 Bank berdasarkan jumlah asset yaitu lebih dari 500 triliun rupiah dan nilai buku 50 triliun di tahun 2025 mendatang.
3. Menjadi bank Besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Bank Syariah Indonesia harus menjadi Top 5 Bank

yang Profitable di Indonesia dengan jumlah REO 18% dan valuasi kuat ($PB > 2$).

4. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat, Serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

c. Gambar 4.2 Struktur Organisasi BSI KCP Martapura A.Yani



2. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil riset lapangan yang penulis lakukan di lapangan melalui wawancara secara langsung dengan para informan Pegawai Bank Syariah Indonesia dan Nasabah, penulis mendapatkan data penelitian yang terkait dengan kepuasan nasabah dalam pelayanan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Martapura A.Yani dan Strategi Peningkatan Pelayanan. Adapun hasil wawancara dengan 2 orang pegawai Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Martapura A. Yani yang dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai strategi pelayanan yang diterapkan oleh pihak bank dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepuasan nasabah dan 5 orang nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Martapura A. Yani yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah dan mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap pelayanan.

- a. Hasil data scoring analisis Penilaian tingkat kepuasan nasabah tersebut menggunakan data scoring dimensi (SERVEQUAL) sebagai berikut :

Tabel 1.1 Informan Nasabah BSI KCP Martapura A.Yani

No	Informan
1	Nama : Lia Umur : 47 Jenis Kelamin : Perempuan Pekerjaan : Swasta Tanggal Wawancara : Senin, 12 Januari 2026

2	Nama : Masniati Umur : 29 Jenis Kelamin : Perempuan Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga Tanggal Wawancara : Senin, 12 Januari 2026
3	Nama : Mursidah Umur : 36 Jenis Kelamin : Perempuan Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga Tanggal Wawancara : Senin, 12 Januari 2026
4	Nama : Muhammad Umur : 30 Jenis Kelamin : Laki Laki Pekerjaan : Pedagang Tanggal Wawancara : Selasa, 13 Januari 2026
5	Nama : Jamilah Umur : 47 Jenis Kelamin : Perempuan Pekerjaan : Pedagang Tanggal Wawancara : Selasa, 13 Januari 2026

Tabel 1.2 Hasil Data Scoring berdasarkan lima dimensi SERVEQUAL yaitu :

NO	Pernyataan	Dimensi	N1 Ekspektasi (harapan)	N2	N3	N4	N5	Rata rata ekspektasi (harapan)	N1 Realita	N2	N3	N4	N5	Rata rata Realita	Gap (P-R)	Keteranga n
1	Saya merasa puas dengan Kelengkapan Fasilitas fisik dan kenyamanan pelayanan di BSI KCP Martapura sudah memadai	Tangibles	5	5	5	5	4	4,8	5	4	4	4	5	4,4	-0,4	Nasabah cukup puas, namun fasilitas fisik masih perlu ditingkatkan.
2	Saya merasa puas dengan pelayanan dan transaksi yang diberikan pegawai sudah berjalan dengan baik dan sesuai harapan	Reliability	5	4	4	4	5	4,4	4	4	5	3	4	4,2	-0,2	Nasabah puas, pelayanan dan transaksi sudah sesuai harapan.
3	Saya merasa puas dengan kecepatan dan ketanggapan pegawai dalam melayani kebutuhan atau keluhan nasabah	Responsiveness	5	5	5	4	4	4,6	4	3	5	4	5	4,2	-0,4	Nasabah cukup puas, tetapi ketanggapan pegawai perlu ditingkatkan.
4	Saya merasa aman dan percaya terhadap pegawai serta produk BSI	Assurance	5	4	4	4	4	4,2	3	4	3	4	5	3,8	-0,4	Nasabah cukup puas, namun rasa aman dan kepercayaan perlu diperkuat.
5	Saya merasa puas dengan Pegawai dalam melayani saya ramah dan sopan	Empathy	5	4	5	5	5	4,8	5	5	4	4	4	4,6	-0,2	Nasabah puas, sikap ramah dan sopan pegawai sudah sesuai harapan.

Berdasarkan hasil data scoring yang diperoleh dari lima orang nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Martapura A. Yani, analisis kepuasan nasabah dapat dijelaskan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sebagai berikut :

Pada dimensi *tangibles* menunjukkan bahwa rata-rata nilai ekspektasi nasabah sebesar 4,8, sedangkan nilai realita sebesar 4,4 dengan nilai gap -0,4. Nilai gap yang bernilai negatif menunjukkan bahwa pelayanan yang dirasakan oleh nasabah masih sedikit di bawah harapan yang mereka inginkan. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas terhadap fasilitas fisik dan kenyamanan pelayanan, seperti ruang tunggu, fasilitas pelayanan, dan kondisi kantor bank. Namun demikian, beberapa nasabah masih mengharapkan peningkatan pada aspek fasilitas fisik, seperti kenyamanan ruang tunggu, ketersediaan tempat duduk, serta sistem antrean agar pelayanan menjadi lebih tertib dan nyaman.

Pada dimensi *reliability* diperoleh rata-rata nilai ekspektasi sebesar 4,4 dan nilai realita sebesar 4,2 dengan gap -0,2. Nilai gap yang relatif kecil menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank hampir sesuai dengan harapan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa pegawai bank dinilai mampu memberikan pelayanan secara tepat, akurat, dan sesuai prosedur, terutama dalam proses transaksi perbankan. Nasabah menilai bahwa pelayanan yang diberikan sudah cukup baik dan dapat dipercaya sehingga memberikan rasa nyaman saat melakukan transaksi.

Pada dimensi *responsiveness* diperoleh nilai rata-rata ekspektasi sebesar 4,6 dan nilai realita sebesar 4,2 dengan nilai gap -0,4. Hal ini menunjukkan

bahwa nasabah cukup puas terhadap kecepatan dan ketanggapan pegawai dalam memberikan pelayanan. Pegawai dinilai cukup responsif dalam membantu kebutuhan nasabah serta memberikan informasi yang diperlukan. Namun demikian, pada kondisi tertentu seperti saat jumlah nasabah meningkat, pelayanan menjadi sedikit lebih lambat sehingga waktu tunggu menjadi lebih lama.

Pada dimensi *assurance* diperoleh rata-rata nilai ekspektasi sebesar 4,2 dan nilai realita sebesar 3,8 dengan nilai gap -0,4. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah cukup puas terhadap rasa aman dan kepercayaan terhadap pegawai bank, namun masih terdapat sedikit kesenjangan antara harapan dan pelayanan yang dirasakan. Nasabah mengharapkan pegawai dapat memberikan penjelasan yang lebih jelas terkait produk dan layanan perbankan sehingga dapat meningkatkan rasa aman serta kepercayaan terhadap bank.

Pada dimensi *empathy* diperoleh nilai rata-rata ekspektasi sebesar 4,8 dan nilai realita sebesar 4,6 dengan nilai gap -0,2. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa puas terhadap sikap ramah, sopan, dan perhatian pegawai bank dalam memberikan pelayanan. Pegawai dinilai mampu berinteraksi dengan baik serta memberikan perhatian kepada nasabah sehingga nasabah merasa nyaman saat melakukan transaksi.

Berdasarkan hasil analisis pada kelima dimensi SERVQUAL, selanjutnya dilakukan analisis gap untuk mengetahui kesenjangan antara harapan dan kenyataan pelayanan. Hasil analisis gap ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan. Meskipun secara umum nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank

Syariah Indonesia KCP Martapura A. Yani, namun pelayanan tersebut masih belum sepenuhnya memenuhi harapan nasabah secara optimal.

Dimensi yang memiliki nilai gap terbesar adalah *tangibles*, *responsiveness*, dan *assurance* dengan nilai gap sebesar -0,4. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga dimensi tersebut menjadi faktor utama yang perlu mendapatkan perhatian lebih dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan. Pada dimensi *tangibles*, kesenjangan terjadi karena fasilitas fisik yang belum sepenuhnya memberikan kenyamanan maksimal bagi nasabah. Pada dimensi *responsiveness*, kesenjangan disebabkan oleh kecepatan pelayanan yang masih belum konsisten, terutama pada saat jumlah nasabah meningkat. Sedangkan pada dimensi *assurance*, kesenjangan terjadi karena masih adanya nasabah yang belum sepenuhnya memahami produk dan layanan perbankan sehingga mempengaruhi tingkat kepercayaan.

Sementara itu, dimensi *reliability* dan *empathy* memiliki nilai gap yang lebih kecil yaitu -0,2, yang menunjukkan bahwa pelayanan pada kedua dimensi tersebut sudah cukup baik dan mendekati harapan nasabah. Pegawai dinilai mampu memberikan pelayanan yang cukup akurat, ramah, dan sopan, sehingga memberikan pengalaman pelayanan yang positif bagi nasabah.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka strategi peningkatan kualitas pelayanan yang dapat dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Martapura A. Yani adalah dengan memfokuskan perbaikan pada dimensi yang memiliki gap terbesar. Pada dimensi *tangibles*, strategi yang dapat dilakukan yaitu meningkatkan kenyamanan fasilitas fisik seperti penambahan tempat duduk, perbaikan ruang tunggu, serta penataan sistem antrean agar lebih tertib. Pada

dimensi *responsiveness*, strategi yang dapat dilakukan adalah meningkatkan kecepatan dan ketanggapan pegawai melalui pelatihan pelayanan prima (*service excellence*) serta penyesuaian jumlah pegawai pada jam-jam sibuk. Sedangkan pada dimensi *assurance*, strategi yang dapat dilakukan adalah meningkatkan kompetensi pegawai dalam memberikan penjelasan terkait produk dan layanan perbankan syariah serta memperkuat edukasi kepada nasabah agar dapat meningkatkan rasa aman dan kepercayaan.

Dengan demikian, melalui penerapan strategi yang tepat berdasarkan analisis gap pada setiap dimensi pelayanan, diharapkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Martapura A. Yani dapat meningkat sehingga mampu memenuhi harapan nasabah dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah secara berkelanjutan.

b. Hasil Wawancara dengan nasabah BSI KCP Martapura A. Yani

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan lima nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Martapura, diperoleh berbagai informasi terkait kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan nasabah. Adapun hasil wawancara tersebut adalah sebagai berikut:

Ibu Lia menyampaikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Martapura sangat memuaskan. Pegawai bank dinilai ramah, sopan, serta membantu nasabah dalam setiap proses transaksi. Selain itu, fasilitas yang tersedia juga cukup memadai sehingga memberikan kenyamanan bagi nasabah.

Ibu Masniati mengungkapkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank sudah sangat baik dan memuaskan. Pegawai mampu memberikan informasi yang jelas serta membantu nasabah dalam melakukan transaksi. Namun demikian, pada waktu tertentu, terutama saat jam pelayanan ramai, antrean nasabah menjadi cukup panjang sehingga waktu menunggu relatif lebih lama.

Ibu Mursidah menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank sangat memuaskan dan telah berjalan dengan baik sesuai dengan harapan nasabah. Pegawai dinilai ramah serta mampu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. Selain itu, fasilitas yang tersedia juga dinilai cukup mendukung kenyamanan nasabah saat melakukan transaksi.

Bapak Muhammad menyampaikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Martapura sudah memuaskan. Pegawai bank dinilai mampu melayani nasabah dengan baik serta memberikan penjelasan terkait produk dan layanan yang tersedia. Namun, ketika jumlah nasabah meningkat, pelayanan cenderung menjadi sedikit lebih lambat karena adanya antrean.

Ibu Jamilah menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank sudah memuaskan. Pegawai dinilai ramah, sopan, serta memberikan perhatian kepada nasabah saat melakukan transaksi, sehingga nasabah merasa nyaman.

c. Hasil Wawancara dengan Pegawai BSI KCP Martapura A.Yani

Tabel 1.3 Informan Pegawai BSI Martapura A.Yani

No	Informan
1	Nama : Misran Umur : 36 Jenis Kelamin : Laki laki Pekerjaan : BOSM Tanggal wawancara : Rabu 14 Januari 2026
2	Nama : Rizka Umur : 24 Jenis Kelamin : Perempuan Pekerjaan : Teller Tanggal wawancara : Rabu 14 Januari 2026

1. Bagaimana strategi utama pelayanan yang diterapkan BSI KCP Martapura untuk meningkatkan kepuasan nasabah?

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan dua orang pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Martapura A. Yani yaitu Bapak Misran selaku BOSM dan Ibu Rizka selaku Teller, diperoleh informasi bahwa strategi utama pelayanan yang diterapkan oleh bank dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah melalui penerapan pelayanan prima (*service excellence*). Pelayanan tersebut menekankan pada penampilan pegawai yang rapi dan profesional, sikap ramah dan sopan dalam melayani nasabah, serta ketepatan dan kecepatan dalam melakukan transaksi. Selain itu, pimpinan cabang juga memiliki peran penting dalam mengarahkan strategi pelayanan melalui briefing pagi, monitoring langsung terhadap pelayanan yang diberikan oleh frontliner, serta melakukan evaluasi terhadap kinerja pegawai. Pegawai juga diberikan berbagai

pelatihan dan pembinaan, seperti pelatihan pelayanan prima, pelatihan kompetensi produk perbankan, serta pengembangan kemampuan komunikasi dalam melayani nasabah. Dalam menangani keluhan nasabah, pihak bank menerapkan strategi dengan mendengarkan keluhan nasabah secara aktif, memberikan penjelasan secara empatik, serta memberikan solusi yang sesuai dengan prosedur yang berlaku. Selain itu, bank juga terus melakukan inovasi pelayanan dengan mengoptimalkan layanan digital melalui aplikasi Byon BSI serta memberikan edukasi kepada nasabah agar dapat memanfaatkan layanan digital tersebut.

2. Strategi apa yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan dimensi SERVQUAL?

Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Martapura A. Yani, strategi pelayanan yang diterapkan oleh bank mengacu pada lima dimensi kualitas pelayanan dalam konsep SERVQUAL, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Pada dimensi *tangibles*, bank berupaya meningkatkan kualitas fasilitas fisik, menjaga kerapian penampilan pegawai, serta menyediakan sarana pelayanan yang nyaman bagi nasabah. Pada dimensi *reliability*, pelayanan dilakukan sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) agar setiap transaksi dapat dilakukan secara tepat dan akurat. Pada dimensi *responsiveness*, pegawai memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap terhadap kebutuhan maupun keluhan nasabah. Pada dimensi *assurance*, pegawai memberikan jaminan keamanan transaksi serta menjaga kerahasiaan data nasabah dengan menunjukkan sikap profesional dalam bekerja. Sedangkan pada dimensi *empathy*, pegawai memberikan perhatian secara

personal kepada nasabah dengan sikap ramah, sabar, dan komunikatif. Penerapan kelima dimensi pelayanan tersebut menjadi dasar dalam memberikan pelayanan kepada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Martapura A. Yani.

3. Pelatihan atau pembinaan apa yang diberikan kepada pegawai untuk meningkatkan kualitas pelayanan?

Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Martapura A. Yani, keberhasilan strategi pelayanan yang diterapkan oleh bank dievaluasi melalui monitoring pimpinan, rapat internal, penilaian kinerja pegawai, serta masukan yang diberikan oleh nasabah. Evaluasi tersebut dilakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang telah diberikan serta faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Informan juga menyampaikan bahwa dalam penerapan strategi pelayanan masih terdapat beberapa kendala, seperti antrean nasabah yang cukup panjang pada jam-jam sibuk, keterbatasan waktu pelayanan, serta perbedaan karakter dan kebutuhan nasabah. Untuk mengatasi kendala tersebut, pegawai bekerja sama dalam tim, tetap berpedoman pada standar operasional prosedur (SOP), serta meningkatkan kemampuan komunikasi dalam menghadapi berbagai situasi pelayanan sehingga pelayanan kepada nasabah dapat tetap berjalan dengan baik.

B. Pembahasan

1. Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan BSI KCP Martapura

A. Yani

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui teknik wawancara dan dokumentasi, serta didukung oleh data berupa scoring SERVQUAL sebagai data

pendukung, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan di BSI Kantor Cabang Pembantu Martapura A. Yani secara umum berada pada kategori puas, namun belum mencapai tingkat sangat puas secara optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank telah mampu memenuhi sebagian besar harapan nasabah, tetapi belum sepenuhnya mampu melampaui ekspektasi yang diharapkan oleh nasabah dalam memperoleh pelayanan yang lebih berkualitas.

Dalam pendekatan kualitatif, tingkat kepuasan nasabah tidak hanya dilihat dari hasil akhir pelayanan, tetapi juga dari pengalaman dan persepsi nasabah selama proses pelayanan berlangsung. Kepuasan terbentuk melalui interaksi antara nasabah dengan pegawai, kecepatan pelayanan, serta kondisi lingkungan pelayanan yang dirasakan secara langsung. Oleh karena itu, analisis dalam penelitian ini lebih menekankan pada hasil wawancara sebagai sumber utama dalam memahami tingkat kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar nasabah menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan sudah cukup baik dan memuaskan. Hal ini terlihat dari adanya penilaian positif terhadap sikap pegawai yang ramah, sopan, dan komunikatif dalam melayani nasabah. Selain itu, nasabah juga menilai bahwa proses pelayanan sudah cukup tepat dan sesuai dengan prosedur yang berlaku, sehingga memberikan rasa aman dalam bertransaksi. Keamanan transaksi menjadi salah satu aspek penting yang dirasakan oleh nasabah, mengingat perbankan merupakan lembaga yang sangat bergantung pada kepercayaan.

Di samping itu, beberapa nasabah juga menyampaikan bahwa pegawai bank cukup membantu dalam memberikan informasi serta bersedia menjelaskan hal-

hal yang kurang dipahami oleh nasabah. Sikap empati dan perhatian yang ditunjukkan oleh pegawai memberikan kesan positif dan meningkatkan kenyamanan nasabah selama menerima pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa pada beberapa dimensi pelayanan, khususnya yang berkaitan dengan sikap dan perilaku pegawai, kualitas pelayanan sudah tergolong baik.

Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan adanya beberapa keluhan yang masih dirasakan oleh nasabah, terutama yang berkaitan dengan lamanya waktu tunggu akibat antrean yang cukup panjang. Pada waktu-waktu tertentu, seperti jam sibuk, jumlah nasabah yang datang meningkat sehingga menyebabkan antrean menjadi lebih panjang dan waktu pelayanan menjadi lebih lama. Kondisi ini menimbulkan ketidaknyamanan bagi nasabah, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan waktu. Dalam pelayanan jasa, waktu merupakan faktor yang sangat penting, sehingga lamanya proses pelayanan dapat secara langsung mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

Selain itu, keterbatasan fasilitas fisik juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan. Beberapa nasabah menyampaikan bahwa ruang tunggu yang tersedia masih kurang memadai, baik dari segi kapasitas maupun kenyamanan. Jumlah kursi yang terbatas serta kondisi ruangan yang kurang luas menyebabkan nasabah merasa kurang nyaman, terutama ketika jumlah pengunjung sedang ramai. Hal ini menunjukkan bahwa aspek fisik pelayanan memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman nasabah secara keseluruhan.

Apabila dianalisis lebih lanjut, kondisi ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah bersifat parsial, yaitu nasabah merasa puas pada beberapa aspek

pelayanan, tetapi belum merasakan kepuasan secara menyeluruh. Dalam hal ini, nasabah merasa puas terhadap sikap dan pelayanan pegawai, namun masih merasa kurang puas terhadap kecepatan pelayanan dan fasilitas yang tersedia. Hal ini sejalan dengan konsep dalam teori SERVQUAL yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan terdiri dari beberapa dimensi yang saling berkaitan, sehingga kelemahan pada satu dimensi dapat mempengaruhi persepsi keseluruhan terhadap kualitas pelayanan.

Data scoring SERVQUAL yang digunakan sebagai data pendukung juga menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan pelayanan pada beberapa dimensi. Meskipun kesenjangan tersebut tidak terlalu besar, namun tetap menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya optimal. Hasil ini sejalan dengan temuan dari wawancara yang menunjukkan bahwa pelayanan sudah baik, tetapi masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan.

Lebih lanjut, kondisi kepuasan yang belum optimal ini menunjukkan bahwa pihak bank masih memiliki peluang yang cukup besar untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Perbaikan dapat difokuskan pada aspek-aspek yang paling sering dikeluhkan oleh nasabah, seperti kecepatan pelayanan dan kenyamanan fasilitas. Dengan melakukan perbaikan pada aspek tersebut, diharapkan kualitas pelayanan dapat meningkat dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi nasabah.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa tingkat kepuasan nasabah di BSI KCP Martapura A. Yani berada pada kategori puas, namun belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan

agar mampu meningkatkan kepuasan nasabah menjadi sangat puas. Peningkatan tersebut diharapkan tidak hanya berdampak pada kepuasan, tetapi juga dapat meningkatkan loyalitas nasabah serta memperkuat kepercayaan terhadap layanan perbankan syariah yang diberikan oleh pihak bank.

2. Faktor Pelayanan yang Paling Berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Martapura A.Yani

Berdasarkan hasil analisis yang mengintegrasikan data kualitatif melalui wawancara dan data kuantitatif berupa scoring SERVQUAL, dapat diidentifikasi bahwa faktor pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah dimensi yang memiliki nilai gap terbesar, yaitu sebesar -0,4. Nilai gap tersebut menunjukkan adanya kesenjangan yang cukup signifikan antara harapan nasabah dengan kenyataan pelayanan yang mereka terima. Semakin besar nilai gap negatif, maka semakin tinggi tingkat ketidakpuasan yang dirasakan, sehingga dimensi tersebut menjadi prioritas utama dalam upaya perbaikan kualitas pelayanan. Adapun dimensi yang memiliki nilai gap terbesar meliputi *responsiveness* (daya tanggap), *tangibles* (bukti fisik), dan *assurance* (jaminan). Namun demikian, apabila dianalisis lebih mendalam dengan mempertimbangkan intensitas keluhan nasabah serta dampaknya terhadap pengalaman pelayanan, maka dapat ditegaskan bahwa dimensi *responsiveness* merupakan faktor yang paling dominan, sedangkan dimensi *tangibles* dan *assurance* berperan sebagai faktor pendukung dalam membentuk kepuasan nasabah secara keseluruhan.

Dimensi *responsiveness* memiliki nilai gap sebesar -0,4 yang menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan nasabah terhadap kecepatan pelayanan

dengan kenyataan yang mereka rasakan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah mengeluhkan lamanya waktu tunggu, terutama pada jam-jam sibuk, serta kurangnya kesigapan pegawai dalam merespons kebutuhan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa dalam pelayanan jasa, khususnya perbankan, kecepatan pelayanan merupakan faktor yang sangat krusial karena berkaitan langsung dengan pengalaman nasabah saat menerima layanan. Nasabah tidak hanya menilai hasil pelayanan, tetapi juga proses pelayanan yang mereka alami secara langsung. Oleh karena itu, pelayanan yang lambat atau kurang responsif akan secara langsung menurunkan tingkat kepuasan, bahkan dapat menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan. Permasalahan pada dimensi ini tidak hanya disebabkan oleh faktor teknis, tetapi juga faktor struktural, seperti tingginya volume nasabah pada waktu tertentu, keterbatasan jumlah sumber daya manusia, serta sistem antrean yang belum sepenuhnya efisien. Dengan demikian, nilai gap sebesar -0,4 pada dimensi *responsiveness* mencerminkan adanya ketidakseimbangan antara kapasitas pelayanan dengan jumlah permintaan nasabah. Oleh karena itu, dapat ditegaskan bahwa dimensi *responsiveness* merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah, karena memiliki nilai gap tertinggi, paling sering dikeluhkan, serta berpengaruh langsung terhadap pengalaman pelayanan yang dirasakan secara nyata.

Selain itu, dimensi *tangibles* juga menunjukkan nilai gap sebesar -0,4 yang mengindikasikan bahwa fasilitas fisik yang disediakan oleh bank belum sepenuhnya memenuhi harapan nasabah. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa keterbatasan ruang tunggu, kurangnya jumlah kursi, serta

kondisi ruangan yang kurang nyaman menjadi faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Dalam teori kualitas pelayanan, dimensi *tangibles* merupakan aspek awal yang membentuk persepsi nasabah terhadap kualitas layanan, karena sebelum menerima pelayanan inti, nasabah terlebih dahulu menilai kondisi lingkungan fisik yang mereka lihat dan rasakan. Fasilitas yang kurang memadai dapat menimbulkan ketidaknyamanan baik secara fisik maupun psikologis, seperti rasa jenuh dan persepsi bahwa pelayanan kurang profesional. Oleh karena itu, kondisi gap sebesar -0,4 pada dimensi *tangibles* menunjukkan bahwa aspek fasilitas fisik bukan hanya sebagai pelengkap, tetapi telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi persepsi kualitas pelayanan secara keseluruhan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dimensi *tangibles* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah karena berkaitan langsung dengan kenyamanan dan pengalaman nasabah selama berada di lingkungan bank.

Secara keseluruhan, berdasarkan integrasi antara hasil scoring SERVQUAL dan temuan lapangan, dapat ditegaskan bahwa kepuasan nasabah tidak hanya ditentukan oleh hasil pelayanan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh proses pelayanan dan kondisi lingkungan pelayanan. Dalam hal ini, dimensi *responsiveness* mencerminkan kualitas proses pelayanan, sedangkan dimensi *tangibles* mencerminkan kualitas lingkungan pelayanan. Kedua dimensi tersebut saling berinteraksi dalam membentuk pengalaman nasabah secara menyeluruh. Oleh karena itu, peningkatan kepuasan nasabah harus difokuskan pada perbaikan kecepatan pelayanan serta peningkatan kualitas fasilitas fisik, sehingga kesenjangan antara harapan dan kenyataan pelayanan dapat diminimalisir dan kualitas pelayanan dapat meningkat secara optimal.

3. Strategi Peningkatan Kepuasan Nasabah BSI KCP Martapura A.Yani

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dengan menggunakan pendekatan SERVQUAL, diketahui bahwa masih terdapat beberapa dimensi pelayanan yang memiliki nilai gap negatif, khususnya pada dimensi *responsiveness*, *tangibles*, dan *assurance*. Oleh karena itu, strategi peningkatan kepuasan nasabah perlu difokuskan pada perbaikan dimensi-dimensi tersebut secara terintegrasi dan berkelanjutan. Upaya peningkatan kualitas pelayanan tidak hanya dilakukan pada satu aspek saja, tetapi harus mencakup seluruh elemen pelayanan agar mampu memberikan pengalaman yang optimal bagi nasabah.

Strategi pertama yang perlu dilakukan adalah perbaikan fasilitas fisik (*tangibles*). Perbaikan ini menjadi penting karena berdasarkan hasil penelitian, dimensi *tangibles* memiliki nilai gap sebesar -0,4 yang menunjukkan bahwa fasilitas yang tersedia belum sepenuhnya memenuhi harapan nasabah. Dalam hal ini, pihak bank perlu melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kenyamanan lingkungan pelayanan, seperti penambahan jumlah kursi di ruang tunggu agar dapat menampung nasabah pada saat kondisi ramai, perluasan area pelayanan untuk mengurangi kepadatan, serta penataan ulang tata ruang agar lebih rapi, nyaman, dan efisien. Selain itu, peningkatan kebersihan dan kerapian ruangan juga perlu diperhatikan secara konsisten, karena lingkungan yang bersih dan tertata dengan baik akan memberikan kesan profesional serta meningkatkan kenyamanan nasabah. Dengan fasilitas yang lebih memadai, nasabah akan merasa

lebih nyaman selama menunggu maupun saat menerima pelayanan, sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

Strategi kedua adalah peningkatan daya tanggap (*responsiveness*), yang merupakan faktor paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah berdasarkan hasil analisis SERVQUAL dengan nilai gap sebesar -0,4. Untuk mengatasi permasalahan terkait lamanya antrean dan kurangnya kecepatan pelayanan, pihak bank perlu melakukan perbaikan pada sistem operasional pelayanan. Hal ini dapat dilakukan melalui penambahan jumlah pegawai pada jam-jam sibuk untuk mengimbangi tingginya jumlah nasabah, pengaturan jadwal kerja yang lebih efektif dan efisien, serta penerapan sistem antrean berbasis digital yang mampu mengatur alur pelayanan secara lebih terstruktur. Selain itu, pemanfaatan teknologi dalam proses pelayanan juga perlu dioptimalkan untuk mempercepat waktu transaksi dan mengurangi beban kerja pegawai. Dengan meningkatnya kecepatan dan ketanggapan pelayanan, maka waktu tunggu nasabah dapat diminimalisir, sehingga pengalaman pelayanan menjadi lebih baik dan tingkat kepuasan nasabah dapat meningkat secara signifikan.

Strategi ketiga adalah pengembangan sumber daya manusia (SDM), yang merupakan faktor utama dalam keberhasilan pelayanan jasa. Kualitas pelayanan sangat ditentukan oleh kemampuan dan sikap pegawai dalam berinteraksi dengan nasabah. Oleh karena itu, pihak bank perlu melakukan pelatihan pelayanan prima (*service excellence*) secara berkala guna meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Selain itu, peningkatan keterampilan komunikasi juga sangat penting agar pegawai mampu menyampaikan informasi secara jelas, sopan, dan mudah dipahami oleh nasabah. Pembinaan sikap profesional, empati, serta tanggung

jawab dalam bekerja juga perlu terus ditingkatkan agar pelayanan yang diberikan tidak hanya cepat, tetapi juga berkualitas dan berorientasi pada kepuasan nasabah. Dengan SDM yang kompeten dan profesional, maka pelayanan yang diberikan akan lebih konsisten dan mampu memenuhi harapan nasabah.

Strategi keempat adalah peningkatan edukasi produk syariah kepada nasabah sebagai bagian dari penguatan dimensi assurance. Berdasarkan hasil penelitian, masih terdapat nasabah yang belum sepenuhnya memahami produk dan layanan yang ditawarkan, sehingga diperlukan upaya edukasi yang lebih intensif. Strategi yang dapat dilakukan antara lain dengan mengadakan sosialisasi produk secara berkala, menyediakan brosur dan media informasi yang mudah dipahami, serta memberikan penjelasan secara langsung oleh pegawai dengan bahasa yang sederhana dan komunikatif. Edukasi ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pemahaman nasabah, tetapi juga untuk menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan terhadap produk perbankan syariah. Dengan meningkatnya pemahaman dan kepercayaan nasabah, maka tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah juga akan meningkat.

Strategi terakhir adalah optimalisasi digitalisasi layanan sebagai upaya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan. Dalam era perkembangan teknologi saat ini, penggunaan layanan digital menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, pihak bank perlu mendorong nasabah untuk memanfaatkan layanan *mobile banking* dan layanan digital lainnya melalui edukasi dan pendampingan. Selain itu, peningkatan kualitas sistem digital juga perlu dilakukan agar layanan yang diberikan lebih cepat, aman, dan mudah digunakan. Dengan meningkatnya penggunaan layanan digital, maka

ketergantungan nasabah terhadap layanan manual di kantor dapat berkurang, sehingga antrean dapat diminimalisir dan beban kerja pegawai menjadi lebih ringan. Hal ini pada akhirnya akan berdampak positif terhadap peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara keseluruhan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi peningkatan kepuasan nasabah di BSI KCP Martapura A. Yani harus difokuskan pada perbaikan dimensi *responsiveness* sebagai faktor utama, serta didukung oleh peningkatan pada dimensi *tangibles* dan *assurance*. Apabila strategi-strategi tersebut dapat dilaksanakan secara optimal dan berkelanjutan, maka kesenjangan antara harapan dan kenyataan pelayanan dapat diminimalisir, sehingga tingkat kepuasan nasabah dapat meningkat dari kategori puas menjadi sangat puas.