

Analisis Peranan *Customer Service* Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah KCP Binjai Jamin Ginting)

Sri wahyuni¹, Sugianto²

UINSU

Sriwahyunivivoy20@gmail.com, Sugianto@uinsu.ac.id

ABSTRACT

This is a new author's manual and a template for Jurnal Dirosah Islamiyah. Published every May and November since 2019. Articles must start with Article Title followed by Author Name and Affiliate Address and abstract. This part of the abstract must be typed in 150-250 word counts. Especially for the abstract, use the Cambria font, measuring 10 pt. Single space per line in this article. If the article is written in Indonesian, the abstract should be typed in English and Indonesian. Meanwhile, if the article is written in English, the abstract must be typed in English only. The abstract is typed as concisely as possible and consists of: research objectives, methods, results and discussion and brief conclusions. 250 words maximum. Abstract should only be typed in one paragraph and in one column format.

Keywords: peranan Customer Service, loyalitas Nasabah

ABSTRAK

Customer service merupakan bagian yang langsung berhubungan dengan nasabah. Tugas utamanya yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan nasabah dengan nasabah. *Customer service* juga dapat menjaga nasabah lama agar tetap

menjadi nasabah bank. Loyalitas pelanggan merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari tapi menjadi lebih sulit ketika dianalisis maknanya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research) penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Binjai Jamin Ginting. Sumber data yang digunakan yaitu : data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti antara lain : observasi dan wawancara. Hasil penelitian bahwa Pelayanan yang di berikan termasuk menerima masalah yang sedang dihadapi, perusahaan dalam menghadapi pelanggan. Pada prinsipnya semua atau seluruh pegawai, mulai dari cleaning service, satpam, sampai pada direktur utama harus bisa menjadi customer service. Jadi apabila kualitas dikelola dengan tepat, maka akan terwujud kepuasan dan loyalitas pelanggan pada perusahaan. Begitu juga dengan dunia perbankan, dimana loyalitas nasabah merupakan hal yang penting. Nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menyebarkan berbagai kelebihan produk yang sedang digunakan sehingga akan menarik nasabah baru.

Kata kunci: Peranan Customer Service, Loyalitas Nasabah

PENDAHULUAN

Seiring dengan kehidupan dunia nyata yang semakin berkembang, transaksi serta kegiatan ekonomi masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan keuangan. Maka dari itu banyak masyarakat lebih selektif dalam memilih lembaga keuangan yang menurut mereka memberi manfaat antara kedua belah pihak. Pilihan akan lembaga keuangan tersebut pastinya menurut mereka adalah yang terbaik, peran karyawan dalam dunia perbankan saat ini menjadi besarnya pengaruh dalam kemajuan perbankan. Dengan pelayanan yang memuaskan pastinya akan lebih banyak masyarakat yang tertarik menggunakan jasa perbankan tersebut.

Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang, pinjaman uang, serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya. Kepercayaan itu sangat

penting, karena tanpa kepercayaan mustahil bank akan maju dan berkembang.¹ Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah tersebut maka bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang di bangun tidak akan efektif.

Nasabah merupakan salah satu faktor utama keberhasilan suatu bank agar terus mampu bertahan ditengah pesatnya persaingan bisnis di bidang jasa perbankan. Perkembangan dan pertumbuhan dunia perbankan akan di pengaruhi oleh kemampuannya dalam menghimpun dana masyarakat, baik skala kecil maupun besar.² Oleh karena itu, setiap bank di tuntutan untuk memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas agar tidak kalah saing dengan berbagai layanan jasa keuangan digital saat ini. Oleh karena itu, setiap bank di tuntutan untuk memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas agar tidak kalah saing dengan berbagai layanan jasa keuangan digital saat ini. Perbankan berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai dan megutamakan pelayanan yang akan diterima oleh nasabah.

Pelayanan yang di berikan oleh karyawan merupakan salah satu model untuk menarik dan mempertahankan para nasabahnya. Maka dari itu karyawan di tuntutan untuk selalu memberikan pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang di lakukan secara ramah tamah, adil, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.³ Jadi apabila kualitas dikelola dengan tepat, maka akan terwujud kepuasan dan loyalitas pelanggan pada perusahaan. Begitu juga dengan dunia perbankan, dimana loyalitas nasabah merupakan hal yang penting. Nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menyebarkan berbagai kelebihan produk yang sedang digunakan sehingga akan menarik nasabah baru.

¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*. (Jakarta: Kencana, 2020), hal. 201

² Abdul Nasser Hasibuan., "Strategis Pemasaran Produk Funding Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidimpuh" (2021), hlm. 52.

³ Muhammas Isa dkk., "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap penumpang menggunakan jasa angkutan penyebrangan PT. ASDP Indonesia Ferry (persero) Cabang Sibolga ", *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* VOL 2 No 2, (2019), hlm 167.

Nasabah yang loyal pada umumnya akan memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian produk lain di bank, karena telah mempercayai kualitasnya. Kepercayaan nasabah terhadap kualitas produk/jasa bank tidak terlepas dari peran penting *front officer* salah satunya *customer service*.

Customer service merupakan bagian yang langsung berhubungan dengan nasabah. Tugas utamanya yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan nasabah dengan nasabah. *Customer service* juga dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.⁴ Dalam upaya menciptakan dan meningkatkan loyalitas nasabah, bank menerapkan *customer service* yang harus selalu mampu memberikan pelayanan yang maksimal. Kemampuan *customer service* dalam meyakinkan nasabah agar tetap memakai produk/jasa suatu bank juga merupakan upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah khususnya bagi nasabah penabung.

Untuk menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah penabung. Maka dalam memberikan pelayanan customer service harus memiliki sikap ramah tamah agar nasabah merasa nyaman dan aman menitipkan dananya kepada bank .

Setelah adanya di atas,peneliti merasa tertarik untuk membahas lebih lanjut tentang hal tersebut. Sehingga peneliti membuat penelitian yang berjudul “**ANALISIS PERANAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS BSI BINJAI JAMIN JAMIN GINTING (STUDI KASUS PT BSI BINJAI JAMIN JAMIN GINTING)**”.

TINJAUAN LITERATUR

1. Customer Service

a. Pengertian *Customer service*

Pelayanan nasabah dapat diberikan oleh berbagai pihak baik *customer service*, *teller* atau *kasir*. Nsmun, istilah *customer service* di gunakan secara khusus unuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian khusus melayani

⁴ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018), hlm 299.

nasabah dengan nama customer service.⁵ Customer service untuk bidang jasa sangat memegang peranan penting dalam menentukan kualitas jasa, bank memerlukan pelayanan yang unggul, yakni suatu cara karyawan dalam melayani nasabah secara memuaskan. Customer service adalah setiap kegiatan yang di tujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang di berikan oleh seseorang kepada setiap nasabah dalam menyelesaikan masalahnya.⁶ Pelayanan yang di berikan termasuk menerima menyelesaikan masalah dengan memuaskan. Pelayanan yang di berikan termasuk menerima masalah yang sedang dihadapi, perusahaan dalam menghadapi pelanggan. Pada prinsipnya semua atau seluruh pegawai, mulai dari cleaning service, satpam, sampai pada direktur utama harus bisa menjadi customer service. Namun secara khusus tugas customer service ini di emban oleh orang yang memang dididik untuk memegang fungsi sebagai customer service suatu perusahaan.

b. Fungsi dan tugas customer service

Fungsi dan tugas customer service adalah :

1. Sebagai resepsionis yang melayani pertanyaan nasabah yang datang ketempat suatu usaha.
2. Sebagai customer relation yang membina hubungan baik dengan para nasabah termasuk mengajak atau membujuk agar pelanggan tetap bertahan.
3. Sebagai komunikator yang memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya dengan perusahaan dan nasabah agar dapat memudahkan nasabahnya menyelesaikan masalahnya.
4. Sebagai deskman atau orang yang yang melayaniberbagai macam aplikasi yang diajukan kepada pelanggan
5. Sebagai salesman yang merupakan seseorang yang menjualkan produk kepada pelanggan.

Tugas customer service sendiri adalah:

⁵ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2019), hlm. 179.

⁶ Agung Pratama. *Fungsi dan tugas customer service* (2019) <https://w.w.o.google.com.tgl.9.agustus.2019>.

1. Mempertahankan nasabah
2. Mampu menciptakan perasaan yang aman bagi nasabahnya
3. Harus dapat berkomunikasi yang baik dengan pelanggan, karyawan yang lain maupun atasannya. ⁷

c. **Ciri-ciri pelayanan yang baik terhadap nasabah**

Apabila perusahaan ingin di angap yang terbaik dimata pelanggan, perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya.

Beberapa ciri pelayanan yang baik dari perusahaan adalah:

1. Tersedia karyawan yang baik
2. Tersedianya sarana dan prasarana
3. Bertanggung jawab
4. Mampu melayani secara cepat
5. Mampu berkomunikasi dengan pelanggan
6. Memberikan jaminan kerasiaan
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan
8. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan
9. Mampu memberikan kepercayaan

2. **Loyalitas Nasabah**

Pengertian loyalitas nasabah menurut oliver dalam sangadji & sopiah (2020, hlm. 104) adalah loyalitas sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.⁸ Sedangkan menurut purwaningsih & huda (2018, hlm. 167-168) menyatakan bahwa secara harfiah, loyal berarti setia atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung

⁷ Kasmir, etika customer service.....,hal.181

⁸ Sangadji, E.M., Sopiah., *Perilaku konsumen*. (Yogyakarta: Andi Offset. (2020)) hlm. 104

mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menekankan kepada perilaku pembeliannya. Loyalitas pelanggan merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari tapi menjadi lebih sulit ketika dianalisis maknanya.

Menurut (Yuseheng & Ibrahim, 2019). Loyalitas merupakan indikator dari kemauan dan tekad pelanggan untuk tetap bersama dengan penyedia layanan dan menjalin hubungan jangka panjang dengan suatu perusahaan. Dapat diketahui bahwa loyalitas itu ada dalam setiap bisnis karena loyalitas bisa disebut dengan suatu kesetiaan terhadap jasa yang diberikan oleh penyedia jasa. Setiap bank yang ada di Indonesia mestinya menjalin hubungan baik dengan nasabah, serta dapat meningkatkan hubungan tersebut setiap tahun agar nasabah dapat terus melakukan transaksi pada bank tersebut yang salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia.⁹

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research) penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Binjai Jamin Ginting. Sumber data yang digunakan yaitu : data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti antara lain : observasi dan wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Customer Service Pada BSI KCP Binjai Jamin Ginting

Strategi mendasar customer service terhadap loyalitas nasabah menabung di BSI yaitu:

1. Bersikap Ramah

Saat melayani nasabah seorang cs wajib bersikap ramah agar nasabah merasa nyaman saat melakukan kegiatan yang berkaitan dengan perbankan misalnya seperti pembukaan rekening baru, berkonsultasi terkait produk, dan

⁹ Yusheng, Ibrahim, ... 2019

keluhan yang dialami oleh nasabah.

2. Komunikatif

Customer service harus memiliki keahlian dalam bidang komunikasi, karena cs berhadapan langsung dengan nasabah yang memiliki sifat yang berbeda-beda. Selain itu perlu memperhatikan komunikasi, cs harus menggunakan bahasa yang baik dan benar dan menggunakan bahasa yang jelas.

3. Selalu menjaga kepuasan nasabah

Customer service harus menjaga kepuasan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang benar dan tepat agar nasabah merasa senang dan puas, serta pemecahan atas masalah yang di hadapinya.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Pada dasarnya loyalitas nasabah terbentuk karena adanya beberapa faktor yang mempengaruhinya untuk tetap bertahan sebagai pemakai produk. Zainuddin menyatakan bahwa loyalitas pelanggan terhadap suatu produk dapat tumbuh disebabkan oleh faktor, seperti citra baik yang dimiliki, kualitas pelayanan yang diberikan dan kepuasan terhadap pelanggan.¹⁰ Menurut Schiff dan Kanuk (2018) faktor-faktor yang berpengaruh dengan loyalitas, adalah sebagai berikut:¹¹

1. Keunggulan produk (*Perceived product superiority*)

Pelanggan harus memahami dengan baik keunggulan yang dimiliki produk atau jasa yang ditawarkan agar dapat menciptakan loyalitas kepada produk dan jasa. Keunggulan dari produk atau jasa harus dibedakan dengan produk lain agar pelanggan mudah membedakan produk dari perusahaan dengan produk lainnya. Mempertahankan keunggulan produk merupakan hal yang penting untuk menciptakan atau menawarkan produk, karena keunggulan produk tersebut dapat membuat produk mudah untuk dikenali sehingga dapat memudahkan konsumen untuk membangun citra merek tersebut dan dapat memberikan kesan

¹⁰ Zainuddin Tahuman, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing" Vol 4, Nomor 3 (t.t):hlm.7.

¹¹ Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. 2018. *Consumer behavior*. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall

positif yang akan mendorong pelanggan untuk membeli ulang secara konsisten di masa depan sehingga akan menjadi pelanggan yang loyal pada produk dari perusahaan.

2. Keyakinan Terhadap Merk (*personal Fortitude*)

Pelanggan yang memiliki keyakinan pada merek akan membantu pelanggan untuk membeli. Apabila pelanggan memiliki kesan yang positif terhadap merek, maka pelanggan akan memiliki kesan yang positif terhadap merek, maka pelanggan akan memiliki keyakinan bahwa merek tersebut memiliki kualitas yang bagus. Hal tersebut akan membuat pelanggan terdorong untuk membeli kembali merek yang sama di masa depan.

3. Ketertarikan dengan produk atau perusahaan (*bonding with the product or company*)

Pelanggan yang tertarik dengan produk atau perusahaan akan menciptakan hubungan yang loyal antara perusahaan dengan pelanggan. Apabila pelanggan tertarik pada produk maupun perusahaan maka akan memungkinkan dimasa mendatang pelanggan akan membeli produk dari perusahaan atau produk lain.

4. Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)

Perusahaan harus mengurangi keluhan dan memenuhi harapan pelanggan sehingga akan menghasilkan hubungan dan citra yang baik. Dampak dari loyalitas adalah kecenderungan untuk membeli ulang. Mereferensikan kepada orang lain dan menunjukkan ketertarikan pada produk di masa akan datang. Hal tersebut terbentuk karena adanya kepercayaan dari konsumen yang timbul karena adanya pengalaman berkesan yang positif.

5. Kualitas produk

Kualitas produk merupakan bentuk pandangan antara produk dengan harapan konsumen. Apabila harapan konsumen dapat terpenuhi oleh produk, maka produk dianggap berkeualitas dan menimbulkan

kepuasan dan kepercayaan terhadap produk. Kepuasan dan kepercayaan produk yang diberikan pelanggan akan mendorong untuk membeli ulang di masa yang akan mendatang.

6. Harga

Harga dapat di jadikan patoak kualitas dan kepuasan konsumen, bagi konsumen harga dapat menciptakan citra merek tertentu jika harga suatu produk lebih tinggi dari pasaran dengan kualitas produk yang baik dan begitu pula bila kualitas baik dengan harga yang terjangkau, harga mempengaruhi minat konsumen untuk membeli ulang agar dapat memutuskan bertahan atau berpindah produk merk lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Customer service adalah setiap kegiatan yang di tujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang di berikan oleh seseorang kepada setiap nasabah dalam menyelesaikan masalahnya. Pelayanan yang di berikan termasuk menerima menyelesaikan masalah dengan memuaskan. Pelayanan yang di berikan termasuk menerima masalah yang sedang dihadapi, perusahaan dalam menghadapi pelanggan. Pada prinsipnya semua atau seluruh pegawai, mulai dari cleaning service, satpam, sampai pada direktur utama harus bisa menjadi customer service. Strategi mendasar customer service terhadap loyalitas nasabah menabung di BSI yaitu :

1. Bersikap Ramah

Saat melayani nasabah seorang cs wajib bersikap ramah agar nasabah merasa nyaman saat melakukan kegiatan yang berkaitan dengan perbankan misalnya seperti pembukaan rekening baru, berkonsultasi terkait produk, dan keluhan yang dialami oleh nasabah.

2. Komunikatif

Cs harus memiliki keahlian dalam bidang komunikasi, karena cs berhadapan langsung dengan nasabah yang memiliki sifat yang berbeda-beda. Selain itu perlu memperhatikan komunikasi, cs harus menggunakan bahasa yang baik dan benar dan menggunakan bahasa yang jelas.

3. Selalu menjaga kepuasan nasabah

Cs harus menjaga kepuasan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang benar dan tepat agar nasabah merasa senang dan puas, serta pemecahan atas masalah yang di hadapinya.

B. Saran

1. Kepada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Binjai Jamin Ginting agar tetap memberikan pelayanan yang lebih baik, serta selalu menjaga silaturahmi dengan nasabah, serta pada bagian *customer service* tetpa menjaga kualitas dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah agar nasabah tetap loyal kepada PT Bank Syariah Indonesia. Agar loyalitas tetap terjaga dan mengalami kenaikan dari tahun ke tahun dan BSI KCP Binjai Jamin Ginting juga harus lebih meningkatkan lagi strategi pemasarannya.
2. Kepada fakultas hasil penelitian ini menjadi bahan rujukan dalam mengembangkan penelitian terkait dengan meningkatkan loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Zainuddin Tahuman, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing” Vol 4, Nomor 3 (t.t):hlm.7.

Schiffman, I.G . dan Kanuk, Leslie L. 2018. *Consumer behavior*. 8th edition. New Jerse: Prentice Hall

Kasmir, *Pemasaran Bank*. (Jakarta: Kencana, 2020), hal. 201

Abdul Nasser Hasibuan., “Strategis Pemasaran Produk Funding Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidimpun” (2021), hlm. 52.

Muhammas Isa dkk., “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap penumpang menggunakan jasa angkutan penyebrangan PT. ASDP Indonesia Ferry (persero) Cabang Sibolga “,

Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah VOL 2 No 2, (2019), hlm 167.

Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018), hlm 299.

Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2019), hlm. 179.

Agung Pratama. *Fungsi dan tugas customer service* (2019)

<https://w.w.o.google.com.tgl.9.agustus.2019>

Sangadji, E.M., Sopiah,. *Perilaku konsumen*. (Yogyakarta: Andi Offset. (2020)) hlm.

104

Yusheng,Ibrahim, *Loyalitas Nasabah* (2019).hlm.123