

Meningkatkan Loyalitas Nasabah Melalui Excellent Service Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banyuwangi Basuki Rahmat

Muhammad Rafi Khorul Umam¹, Putri Stevi Anggraeni², M. Mirza Pratama³

^{1,2,3} Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

¹m.rafikhoirulmum@gmail.com, ²putristevianggraeni@gmail.com, ³mirzha.jo@gmail.com

Abstrak

Excellent service menjadi faktor kunci dalam memenangkan hati pelanggan dan membangun loyalitas jangka Panjang. Dalam dunia perbankan penerapan excellent service ditunjukkan agar dapat mencapai kepuasan dan loyalitas nasabah. Perbankan syariah sebagai subsector penting dalam industri keuangan, beroperasi dan mengembangkan berbagai produknya berdasarkan prinsip syariah Islam. hal ini terutama berkaitan dengan pelarangan praktik riba (bunga), maisir (judi) dan gharar (ketidakjelasan atau ketidakpastian). Bank Syariah Indonesia KC Banyuwangi Basuki Rahmat merupakan Lembaga keuangan yang telah menerapkan standar pelayanan excellent service yang tinggi kepada para nasabahnya. Pelayanan ini meliputi berbagai aspek mulai dari keramahan dan kesigapan dalam melayani nasabah. Keberhasilan Bank Syariah Indonesia KC Banyuwangi Basuki Rahmat dalam memberikan pelayanan prima terbukti berpengaruh signifikan terhadap peningkatan loyalitas dan kepercayaan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah nasabah dan peningkatan reputasi positif bank tersebut di mata Masyarakat. Pengukuran kepuasan nasabah misalnya melalui survey kepuasan pelanggan, dapat memberikan gambaran yang lebih detail mengenai efektivitas pelayanan prima.

Kata Kunci: Excellent Service, Loyalitas Nasabah, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Bank Syariah merupakan sebuah lembaga keuangan yang fungsinya sebagai perantara dari pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Dalam undang-undang nomor 21 tahun 2008 membahas tentang perbankan syariah yang telah disebutkan bahwasannya. Bank Syariah adalah suatu bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah agama Islam, yang kemudian menurut jenisnya Bank Syariah terdiri atas Bank Umum Syariah serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Menurut (Anggitaningsih., 2023) Bank Syariah Indonesia KC Banyuwangi Basuki Rahmat juga dituntut agar berusaha menciptakan keunggulan agar tetap survive dalam persaingan global. Di Tengah persaingan yang ketat, perbankan menyadari bahwa Excellent Service adalah strategi untuk memenangkan hati nasabah. Kepercayaan dan kepuasan nasabah yang diwujudkan melalui pelayanan yang baik akan membentuk loyalitas, yang merupakan faktor penentu keberhasilan bank. Perbankan sangat bergantung pada hubungan yang kuat dengan nasabah. Oleh karena itu, excellent service menjadi prioritas utama. Kepuasan nasabah yang dihasilkan dari pelayanan berkualitas akan membangun loyalitas dan memperkuat hubungan jangka panjang.

Kepuasan layanan terhadap nasabah yang merupakan prioritas utama dalam bisnis perbankan. Kepuasan konsumen dapat menciptakan loyalitas konsumen, Dimana konsumen akan mengkonsumsi/menggunakan jasa Perusahaan terus menerus (Masrohatin dkk., 2024). Oleh sebab itu, semua bank sangat mementingkan kualitas layanan kepada nasabah agar nasabah puas terhadap layanan yang diberikan. Semakin baik kualitas pelayanan, akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Konsekuensi dari kepuasan pelanggan yang tinggi adalah akan memberi keuntungan yang tinggi pula. Salah satu keuntungannya adalah akan meningkatkan loyalitas pelanggan yang hal ini nantinya akan mempengaruhi keuntungan Perusahaan. Excellent service merupakan penerapan komunikasi dalam menunjang perbuatan ataupun tindakan kepada nasabah atas apa yang para nasabah itu harapkan pada saat berinteraksi. Dengan tujuan guna menciptakan hubungan baik sehingga dapat mencapai kesejahteraan bersama serta menjaga kepuasan, kenyamanan dan integritas (nilai-nilai) dari Bank Syariah itu sendiri. Program peningkatan loyalitas nasabah menjadi sangat penting bagi bank karena untuk mendapatkan kontribusi yang sangat besar bagi seorang nasabah. Selain untuk membangun loyalitas nasabah tersebut merupakan suatu tuntutan yang harus segera dilaksanakan, karena dengan terpeliharanya loyalitas nasabah pihak bank akan mendapatkan sumber dana yang ada yang pada akhirnya akan memberikan keuntungan yang maksimal.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrument kunci yang melakukan penemuan dalam kondisi alamiah. Dengan bekal teori dan wawasan, peneliti menganalisis dan mengkonstruksi objek penelitian untuk mengungkap makna dan nilai. Penelitian ini tepat digunakan untuk

memahami makna, interaksi sosial, mengembangkan teori dan memastikan kebenaran data. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 2 Januari sampai 14 Februari tahun 2025, yang bertempat di Bank Syariah Indonesia KC Banyuwangi Basuki Rahmat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perbankan memegang peranan krusial dalam dinamika ekonomi. Sebagai lembaga intermediasi, perbankan menyalurkan dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan dana kepada mereka yang membutuhkannya. Perbankan semakin menguasai perekonomian dan bisnis suatu negara, perbankan juga berperan dalam menyediakan sistem pembayaran yang efisien, mendukung permodalan usaha, memfasilitasi transaksi internasional serta menyediakan layanan penyimpanan barang berharga dan jasa lainnya yang menunjang aktivitas ekonomi (Pratiwi dkk. 2022). Bank sebagai penyedia jasa keuangan, harus memberikan pelayanan terbaik untuk meningkatkan dan loyalitas nasabah. Hal ini dapat dicapai melalui peningkatan kualitas produk dan pelayanan (Anam.2023).

Dalam dunia perbankan kepuasan peanggan memiliki kontribusi yang sangat signifikan terhadap loyalitas nasabah (Junaedi. 2020)Kepuasan pelanggan memiliki kontribusi yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan reputasi terhadap Perusahaan. Dalam konteks industri Perbankan, kualitas pelayanan merupakan faktor penentu kepuasan nasabah yang berimplikasi pada peningkatan minat dan loyalitas nasabah dalam menyimpan dana (Noviarita. 2020). Service Excellent atau pelayanan prima merupakan upaya terbaik pelaku bisnis untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang diberikan karyawan yang bertujuan untuk menciptakan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Dengan melayani pelanggan secara baik dan memperhatikan kebutuhan merek, perusahaan dapat membuat pelanggan merasa dihargai dan puas. Upaya mempertahankan loyalitas nasabah melalui excellent service melibatkan tiga elemen penting yaitu, kemampuan, sikap dan penampilan. Kemampuan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan, sikap yang ramah dan profesional serta penampilan yang sopan dan representative akan menciptakan kesan yang positif dan membangun hubungan jangka Panjang.

Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan kosep pendekatannya. Upaya mengembangkan pola pelayanan prima terus dilakukan dengan prinsip A3 yaitu *Attitude* (sikap), *Attention* (perhatian) dan *Action* (tindakan). Selain prinsip A3, konsep A6 juga digunakan dalam pengembangan pelayanan prima, yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan meylaraskan faktor-faktor *Ability* (kemampuan), *Attitude* (sikap), *Appearance* (penampilan), *Attention* (perhatian), *Action* (tindakan) dan *Accountability* (tanggun jawab).

1. *Ability* (kemampuan)
Pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperuntukkan untuk menunjang program layanan prima yang meliputi bidang kerja, komunikasi efektif, motivasi dan *public relations* dalam membina hubungan internal dan eksternal perusahaan.
2. *Attitude* (sikap)
Dalam menjalankan konsep prima, sikap atau attitude merupakan poin utama yang perlu diperhatikan. Keramahan dan kesabaran dalam melayani konsumen, baik pelanggan kelas atas maupun pelanggan kecil, harus diterapkan secara seimbang. Sikap yang baik harus ditunjukkan kepada semua pelanggan, tanpa memandang status atau kelas mereka. Pelanggan kelas atas mungkin memberikan kontribusi besar bagi Perusahaan, tetapi pelanggan kecil juga penting untuk keberlangsungan bisnis. Dengan menerapkan perilaku yang positif, perusahaan dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan. Hal ini akan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan, loyalitas dan citra positif Perusahaan.
3. *Appearance* (penampilan)
Bagaimana seseorang tampil, baik secara fisik maupun non fisik, dan memberikan gambaran tentang siapa mereka dan seberapa dapat dipercayanya mereka.
4. *Attention* (perhatian)
Perhatian yang mendalam terhadap pelanggan, yang menunjukkan kepedulian dengan memahami kebutuhan dan menerima masukan pelanggan
5. *Action* (tindakan)
Kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Apabila dikaitkan dengan pelaksanaan pelayanan, yaitu upaya atau perbuatan nyata yang ditunjukan untuk memberikan pelayanan yang wajar atau pelayanan yang baik
6. *Accountability* (tanggun jawab)
Suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan

KESIMPULAN

Excellent Service memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan nasabah, yang mempengaruhi loyalitas mereka. Kepercayaan tersebut sangat berperan dalam membentuk loyalitas nasabah. Pelayanan dalam mempertahankan loyalitas nasabah sangat bergantung pada kemampuan, karena dengan keterampilan yang baik, nasabah akan merasa puas dengan layanan yang diberikan. Selain itu, sikap juga berperan penting, di mana pelayanan harus dilakukan dengan sikap ramah, senyum dan emosi yang terkendali. Penampilan yang sopan juga sangat penting. Penampilan yang menarik akan memberikan kesan positif dan menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah. Kinerja layanan yang optimal dan melebihi harapan nasabah akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah yang tinggi akan membawa

keuntungan bagi bank, baik dalam bentuk loyalitas yang berkelanjutan maupun sumber dana yang mendukung pertumbuhan dan keuntungan perusahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini tidak akan terlaksana tanpa adanya kerjasama dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh karyawan Bank Syariah Indonesia KC Bnayuwangi Basuki Rahmat yang telah memberikan dukungan dan bantuannya selama proses penelitian berlangsung. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Mirza Pratama atas dukungan, dorongan, dan kerjasamanya dalam menyelesaikan penelitian ini hingga sampai ke tahap publikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam A. K. 2023. Mengelola Layanan Perbankan. Jawa Tengah
- Anggitaningsih R. 2023. Pengaruh Keramahan Karyawan, Pemahaman Tentang Produk, dan Keragaman Item Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Alfamart di Wilayah Kota Surabaya (Studi Kasus Perbandingan Model SEM Rekursif dan Non Rekursif). *Journal Of Sharia Management*. Vol 2, No 1.
- Barata, A.A. Dasar-Dasar Pelayanan Prima. Pt Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Junaedi D. 2020. Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus di PT. Bank Jatim Cepem Mabon Probolinggo). *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*. 4. (1). 24-32.
- Laili, P. N. dan T. Rahman. 2024. Excellent Service dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*. 7 (2) 279-287.
- Masrohatin S., T. P. Susanti dan Y. C Kurniasih. 2024. Analisis Strategi Pelayanan Pada Produk Kredit Umum di PT. BPR Mitra Jaya Mandiri Pusat Kalisat. *Jurnal Gembira (Pengabdian Kepada Masyarakat)*. Vol. 2, No. 1.
- Pratiwi A., K. Z. Laila dan D. Anondo. 2022. Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan di Indonesia. *Jurnal Akuntatansi Terapan dan Bisnis* 2 (1). 60-71.
- Tohari H. N. 2020. Kepuasan Nasabah Tinjauan Melalui Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Nasabah Bank Syariah. Jawa Barat