

J A M – E K I S

JURNAL ILMIAH AKUNTANSI, MANAJEMEN, & EKONOMI ISLAM

Pelindung : Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB)

Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB

Ketua Dewan Redaksi : Dr. Meilaty Finthariasari, M.M

Sekretaris Dewan Redaksi : Marini, S.E., M. EK

Dewan Redaksi :

1. Prof. Lizar Alfansi, Ph.D
2. Dr. Arfan Ikhsan
3. Karona Cahya Susena, S.E., M.M
4. Dr. Afi Parnawi
5. Dr. Willy Abdilla
6. Dr. Rumanintya Lisaria Putri, S.E., M.M
7. Dr. Mochammad Arif Budiman, S. Ag., M.E.I.,
CIRR., CIIQA
8. Dr. Sugiyanto. S.Sos. MM
9. Dr. Arfan Ikhsan, M.Si
10. Dr. Asep Risman
11. Dr. Nurlaila, S.E., MA., CMA
12. Dr. Fachruzzaman
13. Dr. Onsardi, M.M
14. Dr. Nizwan Zukri

Executive Editors : 1. Dr. Muhammad Kristiawan
2. Berto Usman, Ph.D

Dewan Editor : 1. Marliza Ade Fitri, S.E., M.M
2. Yulius Wahyu Setyadi, M.M
3. Diah Khoiriah, M.Acc
4. Tezar Arianto, M.M

Secretariat and Administration : 1. Ade Tiara, M.M
2. Merta Kusuma, M.M

SEMUA TULISAN YANG ADA DALAM JURNAL PENELITIAN INI BUKAN
MERUPAKAN CERMINAN SIKAP ATAU PENDAPAT DEWAN REDAKSI
TANGGUNGJAWAB TERHADAP ISI ATAU AKIBAT DARI TULISAN TETAP
TERLETAK PADA PENULIS

ALAMAT REDAKSI

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Kampus IV Jl. Adam Malik KM. 9, Sidomulyo, Gading Cempaka Bengkulu

DAFTAR ISI

| | |
|---|--------|
| DAMPAK PEMBATALAN KEBERANGKATAN HAJI PADA MASA PANDEMI DI KEMENTERIAN AGAMA KOTA BENGKULU Annisa Fajriani Miti Yarmunida Idwal B | 1-17 |
| MANFAAT MEDIA DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN PROMOSI PAKET UMRAH DI PT.AQM TOUR AND TRAVEL KOTA BENGKULU Oktari Pramudita Eka Sri Wahyuni Idwal B | 18-29 |
| PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI ASN DINAS PERPUSTAKAAN DAN KERASIPAN PROVINSI BENGKULU Furqonti Ranidiah Tezar Arianto | 30-39 |
| ANALISIS TRANSPARANSI DAN AKUNTABILITAS PENGELOLAAN DANA DESA TERHADAP MANFAAT BAGI KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA Sri Wahyuni Darmawan Sriyanto Novi Mutiara | 40-52 |
| HUBUNGAN PELATIHAN DENGAN KINERJA KARYAWAN Desy Setyorini Achmad Syahlani | 53-62 |
| ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) ARGAMAKMUR - BENGKULU Yunita Sri Lestari1 Asnaini Debby Arisandi | 63-73 |
| PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Wardah Toko Lova Kota Bengkulu) Reni Indriani1 Desi Fitria Fatihatunnisa | 74-86 |
| ANALISIS SISTEM PEMBAYARAN NON TUNAI MENGGUNAKAN E-MONEY TERHADAP KEINGINAN MEMBELI Herlin Yanto Effendi Kiemas Kurniawan | 87-98 |
| PERAN FINANSIAL TEKNOLOGI TERHADAP DAYA SAING UMKM DI KOTA PANGKALPINANG SELAMA MASA PANDEMI COVID 19 Darus Altin Nanang Wahyudin Vebstasvili | 99-114 |

JURNAL ILMIAH AKUNTANSI, MANAJEMEN, & EKONOMI ISLAM

- FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KERJA KARYAWAN PT.
INDOMACO ADI PRIMA KOTA BENGKULU 115-129
Sri Handayani
Andriyani Prawitasari
- ANALISIS RASIO CAR, ROA, ROE DAN BOPO TERHADAP KONDISI FINANCIAL
DISTRESS PADA BANK UMUM SYARIAH PERIODE 2019-2020 130-146
Annisa Chairina Lasa
Muhammad Haris Riyaldi
Teuku Muhammad Syahrizal
- ANALISIS MANAJMEN STRATEGI DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Pada Mini Market El-Jhon Pagar Dewa Kota Bengkulu) 147-157
Heryunda Afista
Fatimah Yunus
Kustin Hartini
- PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP
KINERJA PEGAWAI ASN DINAS PERPUSTAKAAN DAN KERASIPAN
PROVINSI BENGKULU 158-171
Meiffa Herfianti
Mimi Kurnia Nengsih
- STRATEGI PEMASARAN BISNIS FASTFOOD PALUPI CULINARY DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Penelitian di Palupi Culinary Kota Bengkulu) 172-191
Sri Ekowati
Nabila Saufira
- PENGARUH GAJI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP LOYALITAS TENAGA
HONORER PADA SATUAN POLISI PAMONG PRAJA KOTA BENGKULU 192-203
Muhamad Galy Njoman Ari Pribowo
Deni Septadinata

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) ARGAMAKMUR - BENGKULU

SERVICE QUALITY ANALYSIS ON CUSTOMER SATISFACTION AT BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) ARGA MAKMUR - BENGKULU

Yunita Sri Lestari¹, Asnaini², Debby Arisandi³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

lestariyunita021@gmail.com¹, asnaasnaini@gmail.com², debbyarisandi@gmail.com³

Jl. Raden Fatah Kel. Pagar Dewa Kec. Selebar Kota Bengkulu

Corresponding email: lestariyunita021@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima : 22 November 2022

Direvisi : 31 Desember 2022

Disetujui : 23 Januari 2023

Keywords:

Customer Satisfaction, Service Quality

Kata kunci:

Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT:

The purpose of this study was to determine customer satisfaction and the form of service provided by Bank Syariah Indonesia KCP Arga Makmur, Bengkulu Province. This research is a qualitative research with a field survey method (field research). Sources of data used in this study are primary data and secondary data. The data analysis technique used is data reduction, data display and conclusion drawing/verification. The results of this study indicate that the services available at Bank Syariah Indonesia KCP. Arga Makmur Bengkulu Province provides satisfaction for customers. This is shown through 5 (five) factors, namely: tangible (physical evidence), Reability (reliability), Responsiveness (responsiveness), Assurance (guarantee), Empathy (empathy).

ABSTRAK:

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan nasabah dan bentuk pelayanan Bank Syariah Indonesia KCP Arga Makmur Provinsi Bengkulu. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode survey lapangan (*field research*). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dengan melakukan reduksi data, data display dan conclusion drawing/verification. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP. Arga Makmur Provinsi Bengkulu memberikan kepuasan bagi nasabah. Hal tersebut ditunjukkan melalui

5 (lima) faktor yaitu : *tangible* (bukti fisik), *Reability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empaty* (empati).

PENDAHULUAN

Perbankan berperan besar dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, yakni untuk menjadi motor penggerak kegiatan keuangan inklusif mengingat perbankan Indonesia memiliki share kegiatan keuangan sampai dengan 80%. Namun demikian keterlibatan dalam keuangan inklusif tidak hanya terkait dengan tugas Bank Indonesia, namun juga Pemerintah dalam upaya pelayanan keuangan kepada masyarakat luas.

Menurut Mukadar et al., (2021), Ranidiah & Arianto (2020), dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan dimasa yang akan datang kita tidak akan lepas dari dunia perbankan jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan (Mukadar et al., 2021; Ranidiah & Arianto, 2020; Tito et al., 2018; Kasmir, 2016). Demikian juga halnya dengan Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank Syariah di Indonesia telah diatur dengan Undang-Undang, yaitu UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan. Hingga tahun 2007, terdapat 3 institusi Bank Syariah di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri, dan Bank Mega Syariah. Bank umum yang telah memiliki unit usaha syariah sekarang ini sudah puluhan bank, di antaranya bank besar seperti Bank Negara Indonesia (Persero) dan Bank Rakyat Indonesia (Persero), serta sistem Syariah juga telah digunakan oleh Bank Perkreditan Rakyat, yang saat ini telah berkembang ratusan BPR Syariah (Muljono, 2015).

Salah satu tujuan utama bank adalah menciptakan kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa kemudian harapan tersebut di bandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk atau jasa tersebut (Finthariasari, Ekowati, Ranidiah, et al., 2020; Onsardi et al., 2021; Sari & Finthariasari, 2022). Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui memberikan kepuasan nasabah atau pelanggan. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan. Sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya. Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank atau dengan kata lain apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan loyal kepada bank, mengulang kembali pembelian produknya, membeli lagi produk lain dalam bank yang sama serta memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut.

Indikator kepuasan nasabah menurut Hawkins dan Lonney (Finthariasari, Ekowati, & Krisna, 2020) terdiri dari kesesuaian harapan yang merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan. Untuk mendapatkan kepuasan upaya peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa perbankan harus berorientasi masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan.

Hal ini berkaitan dengan harapan masyarakat, mereka ingin mendapatkan hubungan yang baik dengan bank yang nyaman dan mudah melakukan transaksi. Namun, pada kenyataan yang terjadi dilapangan sering kita temukan pegawai tidak bersikap seperti yang seharusnya. Bahkan sering ditemukan pegawai yang cuek, sombong, jarang senyum. Dan tidak bersikap ramah terhadap nasabah yang terjadi bukan memberikan kesan yang baik tetapi memberikan kesan yang buruk dimata nasabah karena tidak melayani dengan baik.

Kualitas pelayanan semestinya dijadikan sebagai pintu berbang utama oleh bank untuk menerima segala pengajuan bantuan, saran, kritik, bahkan keluh dan tentunya menjadi jalur yang diharapkan oleh nasabah sebagai purnajual (Nasfi et al., 2020). Disinilah nasabah akan memiliki pengalaman pertama yang baik atau buruk. Oleh karena itu, diperlukan keahlian khusus untuk merespon segala pertanyaan nasabah agar tidak menimbulkan efek kecewa yang malah mengakibatkan buruknya citra perbankan dimata masyarakat atau nasabah. Kualitas yang diberikan bank akan mempengaruhi kepuasan nasabah (Hamzah & Purwati, 2019) di mana bank yang memiliki kualitas yang buruk akan di tinggalkan pelanggannya namun sebaliknya bank yang kualitasnya prima akan banyak dicari nasabah dengan reputasi pelayanan terbaik dan posisi tawar yang kuat. Bank tidak perlu takut kehilangan nasabahnya. Bahkan bank bias di jadikan pemenang dalam memperebutkan dana nasabah. Melihat perkembangannya Bank Syariah Indonesia yang mendapat respon dari masyarakat, dan jumlah nasabah semakin bertambah maka di mugkinkan adanya kepuasan tersendiri. Sebagai langkah awal untuk mengimplementasikan gagasan ini maka kualitas pelayanan kini mulai dicoba untuk dikembangkan dengan meningkatkan kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP. Arga Makmur - Bengkulu.

TINJAUAN PUSTAKA

Bank Syariah

Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antar bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah (Ascarya, 2005).

Bank Syariah merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai islam, khususnya yang bebas dari bunga (riba), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal. Bank syariah sering dipersamakan dengan bank tanpa bunga. Bank tanpa bunga merupakan konsep yang lebih sempit dari bank syariah, ketika sejumlah instrumen atau operasional bebas dari bunga. Bank syariah, selain menghindari bunga, juga secara aktif turut berpartisipasi dalam mencapai sasaran dan tujuan dari ekonomi islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial.

Dalam operasionalnya Bank syariah mengikuti aturan-aturan dan norma-norma islam, seperti yang disebutkan dalam pengertian di atas yaitu : 1) Bebas dari bunga (riba), 2) Bebas dari kegiatan spekulasi yang non produktif seperti perjudian (maysir), 3) Bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar), 4) Bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah (bathil), 5) Hanya membiayai kegiatan usaha yang halal, 6)

Secara singkat empat prinsip pertama biasa disebut anti MAGHRIB (Maysir, Gharar, Riba, Dan Bathil) (Ascarya, 2005).

Bank syariah mempunyai ciri yang berbeda dengan bank konvensional. Ciri-ciri ini bersifat universal dan kualitatif, artinya Bank Syariah beroperasi dimana harus memenuhi ciri-ciri tersebut, yaitu: 1) Bebas biaya yang telah disepakati pada waktu akad perjanjian diwujudkan dalam bentuk jumlah nominal yang besarnya tidak kaku dan dapat ditawarkan dalam batas yang wajar. 2) Penggunaan persentasi dalam hal kewajiban untuk melakukan pembayaran selalu dihindarkan. 3) Di dalam kontrak pembiayaan proyek bank tidak menetapkan perhitungan berdasarkan keuntungan yang pasti (fixed Return) yang ditetapkan di muka. 4) Pengalangan dana masyarakat dalam bentuk deposito atau tabungan oleh penyimpanan dianggap sebagai titipan (al-wadi'ah), sedangkan bagi hasil dianggap sebagai titipan yang amanatkan sebagai pernyataan dana pada proyek yang dibiayai oleh bank sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sehingga kepada penyimpanan tidak dijanjikan imbalan yang pasti (fixed return).

Kualitas Layanan

Pelayanan memiliki arti yang sangat luas dalam hal pekerjaan dan cara bekerja dari para juru layan yang semuanya ditujukan untuk memberikan kepuasan pada konsumen. Untuk mencapai tingkat pelayanan yang setiap karyawan harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya penampilan yang baik dan menarik, sikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tentang dalam melayani, tidak merasa tinggi hati karena dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, bisa memahami bahasa isyarat konsumen dan memiliki kemampuan menangani keluhan konsumen secara profesional (Wahab, 2017).

Adapun konsep kualitas dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri dari desain kualitas dari desain kualitas dan kualitas kesesuaian. Pengertian dari kualitas yang paling mendasar adalah bebas dari cacat.

Selain itu kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Perasuraman yang dikutip oleh Sholihin (Sholihin, 2019), ada lima dimensi atau lima faktor utama kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut: 1) Keandalan (*reability*) yakni kemampuan orang memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. 2) Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. 3) Jaminan (*Asurance*) mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. 4) Empati (*Emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. 5) Bukti fisik (*Tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Menurut Zeithaml et.al (2018), dari hasil penelitian pada 12 fokus grup di amerika, menghasilkan adanya 10 dimensi kualitas pelayanan dan selanjutnya disederhanakan menjadi 5 dimensi yaitu: 1) Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan

untuk melakukan pelayanan yang semestinya secara cepat. 2) Ketanggapan (*responsiveness*) adalah keinginan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan seharga. 3) Empati (*empathy*) adalah memiliki rasa memperhatikan dan memelihara pada masing-masing nasabah/pelanggan. 4) Kepastian (*assurance*) adalah pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuannya untuk memberi kesan dapat dipercaya dan penuh keyakinan. 5) Keberwujudan (*tangible*) adalah penampilan fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personil, dan perlengkapan-perengkapan komunikasi (Wahab, 2017).

Kepuasan Nasabah

Pakar pemasaran menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terkait dengan ukuran dan arah diskonfirmasi, yang didefinisikan sebagai perbedaan antara evaluasi pasca-pembelian dan pasca-penggunaan dari kinerja produk/jasa dan harapan yang dimiliki sebelum pembelian. Di sisi lain, penelitian lain telah mengakui bahwa pengaruh dialami selama perolehan dan konsumsi produk atau layanan juga dapat memiliki pengaruh pada penilaian kepuasan menunjukkan bahwa konsumen respon afektif dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan lebih akurat dari pada evaluasi kognitif. Oleh karena itu, hipotesis bahwa kepuasan pelanggan memiliki dampak positif terhadap loyalitas pelanggan (Ahmad & Al-Zu'bi, 2011).

Kepuasan pelanggan menurut Kotler merasa senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dianggap produk dari kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Itu berarti semacam penilaian hak istimewa barang atau jasa atau barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhannya kebutuhan, termasuk memenuhi kebutuhan di bawah harapan atau memenuhi kebutuhan melebihi pelanggan harapan. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat yang dirasakan dari suatu produk sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan (M et al., 2020).

Selanjutnya menurut Mundir, kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberi nilai pelanggan yang tinggi. Menurut Michael Lanning dalam karyanya *Delivering Profitabel Value*, sebuah perusahaan harus mengembangkan satu proposisi nilai yang superior secara bersaing, dan sistem penyerahan nilai yang superior. Proposisi nilai sebuah perusahaan adalah jauh lebih dari sekedar positioningnya pada suatu atribut tertentu (Mundir, 2015).

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan nasabah. Ada 4 metode untuk mengukur kepuasan nasabah: 1) Sistem keluhan dan saran. 2) Survey kepuasan pelanggan. 3) Belanja Siluman (*Ghost Shopping*). 4) Analisis pelanggan yang hilang (*lost customer analysis*) (Wahyuningsih & Janah, 2018).

Kepuasan dan ketidakpuasan ditentukan oleh persepsi dari harapan pelanggan. Adapun 5 faktor yang menentukan tingkat kepuasan, antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga dan biaya. Dalam kaitannya dengan beberapa faktor yang mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen ada juga hal yang mempengaruhi ketidakpuasan konsumen/ nasabah disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang relatif dapat dikendalikan oleh perusahaan, misalnya karyawan yang kasar, jam karet, kesalahan pencatatan transaksi dan

sebaliknya faktor eksternal diluar kendali perusahaan seperti cuaca, gangguan pada jaringan , infrastruktur, criminal, dan masalah pribadi lainnya (Wahyuningsih & Janah, 2018).

Kepuasan Konsumen Kepuasan merupakan salah satu elemen utama dalam upaya memaknai ketahanan konsumen yang sudah ada atau untuk menarik konsumen baru. Oleh sebab itu, membutuhkan beberapa strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen tersebut diantaranya menurut Nurdin adalah : 1) *Relationship Marketing Strategy*, menciptakan hubungan jangka panjang untuk mewujudkan kesetiaan pelanggan melalui kemitraan. 2) *Superior Cutomer Service Strategy*, menawarkan jasa yang lebih baik dibandingkan jasa yang ditawarkan oleh pesaing. 3) *Extra Ordinary Guarantees Strategy*, memberikan jaminan istimewa untuk mengatasi kerugian pelanggan. 4) *Customer Complai Handing Strategy*, mengenai keluhan pelanggan untuk mengubah ketidak puasan dan loyalitas. 5) *Service Performance Improvement Strategy*, memperbaiki setiap dimensi kualitas jasa secara priodik dan terus menerus untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. 6) *Quality Function Development Strategy*, merancang strategi pengembangan fungsi kualitas untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan pelanggan (Nurdin et al., 2020).

Implikasi dari perkembangan kepuasan konsumen memberikan beberapa dampak diantaranya adanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan konsumen, sebagai landasan acuan bagi pihak-pihak tertentu dalam membeli kembali dan menciptakan loyalitas konsumen serta membentuk acuan dari mulut ke mulut yang bermanfaat bagi perusahaan (Lie et al., 2019).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) yaitu menggunakan kenyataan atau reaktas lapangan sebagai sumber data, dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan, dalam penelitian ini dilakukan secara langsung dimana obyek yang akan diteliti yaitu dengan 2 orang yaitu dengan nasabah dan pimpinan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Bengkulu Arga Makmur (Sukmadinata, 2015).

Informan dalam penelitian ini berjumlah 7 orang yang terdiri dari 1 orang BOMS (*Branch Operasional & Service Marger*), 2 orang guru, 1 orang staf karyawan notaris, 1 orang staf , 1 orang buruh, dan 1 orang mahasiswa. Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer. . Sumber data primer yaitu data primer yang di peroleh dengan lapangan yang menggunakan metode pengumpulan data langsung, penulis melakukan penelitian secara langsung di Bank Syariah Indonesia KCP. Bengkulu Arga Makmur dan sumber data primer yang penulis menemui dilapangan adalah nasabah yang akan diwawancarai. Sedangkan Sumber data sekunder Merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku,jurnal, laporan, dan lain-lain.

Teknik Pengumpulan Data Penulis mengumpulkan data-data Obervasi, interview (wawancara) dan dokumentasi. Teknik Analisis Data dalam penelitian kualitatif, peneliti menggunakan model analisis interaksi di mana komponen reduksi data dan

sajian data dilakukan bersamaan proses pengumpulan data. Tiga tahap dalam menganalisa data, yaitu: 1) Data Reduction (Reduksi Data), 2) Data Display (Penyajian Data), 3) Conclusion Drawing/ verification (Penerarikan Kesimpulan) (Sugiyono, 2016).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP. Bengkulu Arga Makmur

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi diperoleh gambaran diketahui bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Bengkulu Arga Makmur memiliki sebuah transaksi ekonomi pasti tak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diperoleh.

Adapun indikator kepuasan nasabah menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Suwito, atribut pembentuk kepuasan terdiri dari :

1. Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :
 - a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
 - c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
2. Minat berkunjung kembali kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :
 - a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 - c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
3. Kesiediaan merekomendasi merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasi produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :
 - a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan
 - b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa (Suwito, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa semua nasabah diperlakukan sama tanpa memandang latar belakang pendidikan dan pekerjaannya, tua maupun muda, yang naik mobil maupun naik motor. Mereka tetap santun dan menghargai nasabah dengan selayaknya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP. Bengkulu Arga Makmur sudah cukup baik. Serta adanya fasilitas wifi yang dipakai nasabah dalam mengisi kejenuhan dalam menunggu antrian itu membuat

nasabah yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP. Bengkulu Arga Makmur merasa nyaman. Dan nasabah sudah merasa puas dengan pelayanan yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP. Bengkulu Arga Makmur. Hanya saja terdapat beberapa faktor yang masih perlu dibenahi oleh pihak bank seperti kantor cabangnya masih kurang banyak serta fasilitas ATM sangat minim dan juga luas ruangan kantor yang terbatas. Hal ini tentu menjadi kendala bagi kenyamanan nasabah dan juga nasabah yang bertempat tinggal diluar kota lingkungan kota.

Dari pengamatan penulis dilapangan menunjukkan bahwa pelayanan pada Bank Syariah Indonesia KCP. Bengkulu Arga Makmur ini berpedoman pada Standar Operasional Perusahaan (SOP) yang telah ditetapkan oleh kantor pusat. Suasana kerohaniannya Islamnya sangat terasa. Dan yang sangat menjadi perhatian penulis yaitu tidak banyak antrian Nasabah kecuali dihari atau tanggal tertentu sehingga mempermudah nasabah dalam meminimalisir waktunya terutama bagi nasabah yang memiliki tanggung jawab untuk selalu tetap waktu dalam menjalani tugasnya seperti seorang Guru. Semua nasabah dilayani dengan cepat dan tepat sesuai standar waktu yang telah di tetapkan. Hal ini terjadi karena rendahnya perputaran nasabah yang datang.

Bentuk Pelayanan Bank Syariah Indonesia KCP. Bengkulu Arga Makmur

Berdasarkan hasil observasi, wawancara , dan dokumentasi diperoleh gambaran bahwa dalam memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada nasabah, Bank Syariah Indonesia KCP. Bengkulu Arga Makmur dengan menggunakan pelayanan seperti layanan ultimate Service sebagai Transformasi layanan yang berusaha memberikan layanan terbaik kepada nasabah dengan mengedepankan solusi digital dan uniqueness layanan Bank Syariah yang meningkatkan kualitas pelayanan dalam memberikan kenyamanan dan kepercayaan serta meningkatkan literasi dan wawasan nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia. Dan untuk kendalanya saat ini belum di temui kendala yang signifikan.

Dalam pengembangan atau meningkatkan pelayanan perusahaan maka salah satu hal yang harus di lakukan oleh perusahaan tersebut yaitu meningkatkan kualitas pelayanan sebagai mana Bank Syariah Indonesia KCP. Bengkulu Arga Makmur dalam meningkatkan kualitas pelayanan melakukan beberapa cara seperti dalam melaksanakan pekerjaan setiap karyawan harus memiliki kompetensi atau keahlian yang mendukung jabatannya. Oleh sebab itu, Bank Syariah Indonesia KCP Bengkulu Arga Makmur memberikan pelatihan kepada karyawan yang rutin dilaksanakan setiap minggu . Pelatihan ini disebut dengan Role Play. Role Play adalah cara pelatihan paling mudah yang bisa diterima oleh karyawan dengan berbagai latar belakang pendidikan. Role Play sendiri sebenarnya mirip dengan diskusi kelompok, hanya saja dalam bentuk praktek peran. Dimana secara khusus karyawan akan memerankan atau memperagakan sesuatu yang diambil dari lingkup pekerjaan mereka dalam sebuah skenario yang sudah ditentukan. Aktivitas peran ini sangat efektif dalam sebuah pembelajaran.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP. Bengkulu Arga Makmur sudah cukup melayani dengan ramah, sopan, dan penuh tanggung jawab, serta memberikan informasi sesuai dengan apa diinginkan oleh nasabah sehingga nasabah merasa sangat puas. Pelayanan yang cukup baik ini juga didukung adanya fasilitas yang memadai seperti fitur layanan BSI Mobile dan dengan adanya fasilitas wifi yang dipakai nasabah dalam mengisi kejenjutan dalam menunggu antrian itu membuat nasabah yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP. Bengkulu Arga Makmur merasa nyaman. Akan tetapi terdapat beberapa terdapat faktor yang masih harus dibenahi oleh pihak bank seperti kantor cabangnya masih kurang banyak serta fasilitas ATM sangat minim dan juga luas ruangan kantor yang terbatas. Hal ini tentu menjadi kendala bagi kenyamanan nasabah dan juga nasabah yang bertempat tinggal diluar kota lingkungan kota.

Bentuk pelayanan yang digunakan pada bank syariah indonesia kcp. Bengkulu arga makmur yaitu: dengan memberikan layanan ultimate service sebagai transformasi layanan yang berusaha memberikan layanan terbaik kepada nasabah dengan mengedepkan solusi digital dan uniqueness layanan bank syariah yang meingkatkan kualitas pelayanan dalam memberikan kenyamanan dan kepercayaan serta meningkatkan literasi dan wawasan nasabah terhadap bank syariah indonesia . dan terhadap di bank syariah indonesia kcp. Bengkulu arga makmur terdapat 5 bentuk pelayanan yang diberikan faktor yaitu : tangible (bukti fisik) berupa lokasi kantor dan fasilitas ruang tunggu merupakan point yang sangat diperhatikan. Reability (kehandalan) kemudahan prosedur pelayanan seperti transaksi perbankan diberikan secara cepat dan tepat. Responsiveness (daya tanggap) diberikan melalui respon yang tanggap terhadap kebutuhan nasabah, membantu nasabah yang mengalami kesulitan mengisi slip, mengarahkan nasabah ke unit yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Assurance (jaminan) terdiri dari beberapa komponen seperti komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. Empaty (empati) memberikan perhatian dengan berupaya memahami keinginan nasabah.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, A. M. K., & Al-Zu'bi, H. A. (2011). E-banking Functionality and Outcomes of Customer Satisfaction: An Empirical Investigation. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1), 50–65.
- Ascarya, D. Y. (2005). *Bank Syariah : Gambaran Umum*. Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualias Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149–159. <https://journal.stekom.ac.id/index.php/E-Bisnis/article/view/78>
- Finthariasari, M., Ekowati, S., Ranidiah, F., Yuniarti, R., & Muchlis, M. (2020). Pengaruh Work-Family Conflict Terhadap Turnover Intention Melalui Komitmen Organisasi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 4(3), 421–438. <https://doi.org/10.24034/J25485024.Y2020.V4.I3.4584>

- Hamzah, Z., & Purwati, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(1), 98–105. <https://doi.org/10.31539/costing.v3i1.846>
- Kasmir. (2016). *Dasar-Dasar Perbankan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Lie, D., Sudirman, A., Efendi, E., & Butarbutar, M. (2019). Analysis of mediation effect of consumer satisfaction on the effect of service quality, price and consumer trust on consumer loyalty. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 421–428.
- M, H., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). Effect of Customer Value and Customer Experience on Customer Satisfaction and Loyalty Pt Meratus Samarinda. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(01), 84–94. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i01.909>
- Mukadar, A., Setiorini, H., & Setiawan, D. (2021). Analisis Pembiayaan Murabahah Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) (Studi Kasus Pada LKMS MM Sejahtera Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 4(1). <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v4i1.1274>
- Muljono, D. (2015). *Perbankan Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Andi Yogyakarta.
- Mundir, A. (2015). Mencapai Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Layanan Bank Syariah. *Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 3(2), 1–17.
- Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(1), 19. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3146>
- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>
- Onsardi, O., Finthariasari, M., & Hermawan, D. J. (2021). The Influence of Human Resource Management Practices on Employee Outcomes in Private and Public Banking in Indonesia. *RIGEO (Review Of International Geographical Education)*, 11(9), 1–8. <https://doi.org/10.48047/rigeo.11.09.1>
- Ranidiah, F., & Arianto, T. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Perbankan Syariah (Studi Empiris Bank Syariah ” Badan Usaha Milik Negara ” Di Indonesia Periode 2015-2018)”. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1). <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v3i1.541>
- Sari, T. M., & Finthariasari, M. (2022). Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1).
- Sholihin, U. (2019). Pengaruh 5 Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *At-Tamwil : Kajian Ekonomi Syariah*, 1(1), 72–97.
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2015). *Media Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Suwito, J. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV GLOBAL AC BANJARBARU. *KINDAI*, 14(3), 255–262.

- Tito, B. A., Astuti, B., & Fratnesi Fratnesi. (2018). Analisis Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik Pada Laporan Keuangan Koperasi Simpan Pinjam Timur Indah Kencana Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 1(1).
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), 51–66.
- Wahyuningsih, N., & Janah, N. (2018). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(2), 295. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i2.3596>