

## Pengaruh Pelayanan Customer Service Dalam Mengatasi Keluhan Nasabah Pada PT Bank Sulutgo Cabang Limboto

Azhar J. Habu<sup>1</sup>, Sumarni Simon<sup>2</sup>.

<sup>1,2</sup>Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo, Indonesia  
<sup>1</sup>Azharhabu@gmail.com, <sup>2</sup>Sumarni.simon16@gmail.com

### **Abstract**

*This study aims to determine and test the Effect of Customer Service Services in Overcoming Customer Complaints of Customer Satisfaction in P. Sulutgo Bank Limboto Branch. This type of research is quantitative research. The population in this study is the customer at P. Sulutgo Bank Limboto Branch. The sample used in this study was 100 customers. The data used are primary data obtained through a questionnaire that is processed using the IBM SPSS 25 application. Data analysis method used is a simple regression analysis. The results of this study indicate that there is a positive and significant influence of Customer Service on Customer Satisfaction at PT. Bank Sulutgo Limboto Branch with a significance value of 0.040. the value of t count is greater than t table for customer service variables of  $2,077 > 1,660$  and a significance value of 0.040. This significance value is still smaller than the alpha value (0.05) so that  $H_0$  is rejected.*

**Keywords:** Customer Service, Customer Satisfaction

### **PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat, persaingan ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk mutunya lebih baik.

Disisi lain, perusahaan juga harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Kepuasan pelanggan atau nasabah akan terpenuhi bila mereka memperoleh apa yang menjadi harapan mereka. Mereka juga menginginkan agar keluhan mereka dapat di dengar dan di tangani sesegera mungkin secara profesional. Pelayanan yang dimaksud adalah pelayanan nasabah yang mempunyai tujuan memberikan informasi mengenai produk dan jasa yang di pasarkan serta membantu nasabah yang mengalami kesulitan.

Dalam pelayanan yang diberikan kepada nasabah, pelayanan dari customer service sebuah bank merupakan bagian yang sangat berpengaruh terhadap pelayanan keseluruhan, karena hampir sebagian besar nasabah perbankan yang mendatangi banking hall terlebih

dahulu mendatangi counter customer services untuk mendapatkan pelayanan sehingga dapat terpenuhi segala keinginan dan kebutuhan nasabah dengan cepat dan tepat sehingga nasabah tersebut mendapatkan kepuasan dari pelayanan yang telah diberikan.

Kerangka maqashid syariah, yang merupakan tujuan utama syariat Islam, menjadi landasan penting bagi lembaga keuangan syariah dalam merancang strategi bisnis yang mencerminkan nilai-nilai Islam. Maqashid syariah menekankan perlindungan terhadap lima aspek utama: agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam konteks pemasaran perbankan syariah, penerapan maqashid syariah membantu BSI merancang strategi pemasaran yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga memberikan manfaat sosial yang lebih luas kepada masyarakat (Mursyid et al., 2021). Dengan demikian, konsep ini memungkinkan bank syariah untuk mempromosikan kesejahteraan sosial dalam setiap aktivitas pemasarannya, menjadikannya sebagai landasan operasional yang penting dalam melayani masyarakat Indonesia yang beragam (Taufik, 2021)

Kepuasan nasabah sangat tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan perbankan salah satunya customer service. Pada Bank Sulutgo Cabang limboto Sikap customer service kurang memuaskan ini terlihat dari customer service yang kurang ramah, tidak tepat waktu dalam melayani nasabah, dan ada juga customer service yang melayani nasabah yang tidak memegang nomor antrian sehingga hal tersebut membuat para nasabah lainnya marah dan mengeluh, hal tersebut merupakan kendala dalam melayani nasabah dengan baik. Dengan demikian customer service setiap bank harus meningkatkan kualitas pelayanan dengan tetap memperhatikan SOP setiap standar penilaian kinerja customer service, agar nasabah menjadi loyal terhadap bank tersebut dan tidak pindah ke bank pesaing lainnya.

Gorontalo merupakan salah satu wilayah dengan mayoritas pemeluk agama Islam yang mencapai 98,05% dari total populasi (BPS, 2024), sehingga kebutuhan akan layanan perbankan syariah yang berbasis pada prinsip-prinsip Islam sangat relevan. Tingginya jumlah pemeluk agama Islam menjadikan masyarakat Gorontalo cenderung mencari layanan keuangan yang sesuai dengan syariah. Hal ini mendukung strategi pemasaran berbasis syariah yang diimplementasikan oleh PBO BSI KC Gorontalo dalam upaya memenuhi kebutuhan nasabah akan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam konteks ini, PBO memiliki peran strategis dalam menjembatani kepentingan finansial nasabah dan bank dengan tetap menjaga nilai-nilai syariah (Fitriyani & Anggraini, 2023).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada salah satu customer service (CS) bahwa CS membenarkan apa yang menjadi masalah dalam penelitian tersebut dimana CS melakukan pelayanan kepada nasabah yang tidak mengikuti aturan yang ada yaitu mengikuti jalur antrian, sesuai apa yang diwajibkan oleh CS tersebut hal tersebut terjadi dikarenakan nasabah tersebut merupakan anggota keluarga maupun kerabat yang telah melakukan pemberitahuan awal sehingga dilayani meskipun tidak memiliki nomor antrian (EI, 24-8-2020)

Adapun data nasabah yang melakukan transaksi di customer service dalam 2 tahun terakhir, yaitu dari tahun 2018 sampai 2019 sebagai berikut :

Tabel 1: Jumlah pelayanan Transaksi pada customer service Bank Sulutgo Cabang Limboto Tahun 2018-2019

Tahun	Jumlah Nasabah
2018	15.343
2019	15.654
Jumlah	30.997

Sumber : PT Bank Sulutgo Cabang Limboto

Berdasarkan table 1 di atas, terlihat bahwa jumlah nasabah yang melakukan transaksi yang di layani oleh customer service pada Bank Sulutgo Cabang Limboto dari tahun ke tahun mengalami kenaikan, pada tahun 2018 memiliki jumlah transaksi sebanyak 15.343 orang dan pada tahun 2019 memiliki jumlah transaksi sebanyak 15.654 orang. Dalam hal ini Bank dituntut dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah untuk menciptakan kepuasan serta loyalitas dari Nasabah, pelayanan yang baik dapat diberikan melalui pelayanan customer service yang dimana customer service sebagai tempat untuk bertransaksi oleh nasabah sehingga diperlukan pelayanan yang baik oleh pegawai Bank Sulutgo.

Tabel 2: Jumlah Nasabah Bank Sulutgo Cabang Limboto Tahun 2018 Dan 2019

2018	19.887
2019	21.796

Sumber : PT. Bank Sulutgo Cabang Limboto

Berdasarkan tabel 2 di atas, terlihat bahwa jumlah nasabah pada Bank Sulutgo Cabang Limboto dari tahun ke tahun mengalami kenaikan dengan jumlah keseluruhan 41.683 orang, pada tahun 2018 memiliki nasabah sebanyak 19.887 orang dan pada tahun 2019 memiliki nasabah sejumlah 21.796 orang. Dalam hal ini Bank dituntut dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah untuk menciptakan kepuasan serta loyalitas dari Nasabah.

Dari hasil tabel 1 dan tabel 2 dapat di lihat bahwa terdapat perbedaan jumlah nasabah yang melakukan pelayanan pada customer service dengan jumlah total nasabah pada tahun yang sama di mana pada tahun 2018 jumlah nasabah yang melakukan pelayanan pada customer service 15.343 orang dari jumlah keseluruhan pada tahun yang sama sebanyak 19.887 dan pada tahun 2019 jumlah nasabah yang melakukan pelayanan pada customer service 15.654 orang dari jumlah keseluruhan pada tahun yang sama sebanyak 21.796 orang, sehingga dapat dikatakan bahwa dengan jumlah yang cukup besar nasabah yang memerlukan pelayanan pada customer service.

## KERANGKA TEORI

### A. Definisi Pelayanan

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen

dengan nasabah atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Selain definisi pelayanan di atas Kotler pun ikut mendefinisikan pelayanan sebagai “pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik”

Sedangkan menurut R.A. Suprianto pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Pelayanan menjadi salah satu yang paling utama dalam segala bidang pekerjaan, termasuk dibagian administrasi, usaha jasa, instansi public dan lain sebagainya. Pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa dihargai dan semakin menanamkan kepercayaan penuh pada instansi yang melayaninya.

Kualitas pelayanan nasabah terhadap kepuasan konsumen dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya adalah pada sejauh mana kemampuan perusahaan atau organisasi melayani atau member pelayanan secara maksimal kepada pelanggannya secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis.

Definisi pelayanan adalah sebuah aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan nasabah atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Berikut ini ada 5 aspek yang menentukan mutu pelayanan ;

1. Kepercayaan atau *reality*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan baik dan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan dengan tepat.
2. Daya tanggap atau *responsiveness*, yaitu kemampuan melayani yang berfokus pada pelayanan untuk membantu konsumen dan memberikan *service* dengan cepat dan tanggap
3. Keyakinan atau *assurance*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan mengutamakan aspek kesopanan, pengetahuan dan skill sehingga membuat konsumen merasa percaya dan yakin akan mutu perusahaan yang bersangkutan.
4. Empati atau *empey*, yakni kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan mengedepankan rasa kepedulian dan perhatian pribadi kepada konsumen. Hal ini akan membuat konsumen merasa nyaman dan senang bisa berinteraksi dengan institusi tersebut.
5. Berwujud atau *tangibles*, yaitu kemampuan untuk melayani dengan didukung oleh fasilitas, penampilan, peralatan, personel, dan media komunikasi yang baik demi kenyamanan dan kepercayaan konsumen. (Phillip Kotler, 2020)

Kualitas pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan nasabah bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan, sering juga ditemukan masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan perbankan dan ketidak berhasilan memuaskan sebagian besar nasabah.

## **B. Unsur-Unsur Kualiatas Pelayanan**

Apapun pelayanan kepada masyarakat tentunya telah ada suatu ketetapan tatalaksananya, prosedur dan kewenangan sehingga penerima pelayanan puas apa yang telah diterima. Sehubungan dengan itu pelayanan kepada masyarakat harus mempunyai makna mutu pelayanan yang memenuhi standar waktu, tempat, biaya, kualitas dan prosedur yang ditetapkan untuk penyelesaian setiap tugas dalam pemberian pelayanan.

Berikut ini unsur-unsur kualitas pelayanan yang harus di pahami dalam memberikan pelayanan :

### **1. Penampilan**

Personal dan fisik sebagaimana layanan kantor depan (resepsionis) memerlukan persyaratan seperti : wajah harus menawan, badan harus tegap/tidak cacat, tutur bahasa menarik, familiar dalam perilaku, penampilan penuh percaya diri, busana harus menarik.

### **2. Tepat waktu dan janji**

Secara utuh dan prima petugas pelayanan dalam menyampaikan perlu diperhitungkan janji yang disampaikan kepada pelanggan bukan sebaliknya selalu ingkar janji. Demikian juga waktu jika mengutarakan 2 hari selesai harus betul-betul memenuhinya.

### **3. Kesiediaan melayani**

Sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada para nasabah konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani kepada para pelanggan.

### **4. Pengetahuan dan keahlian**

Sebagai syarat untuk melayani dengan baik, petugas harus mempunyai pengetahuan dan keahlian. Disini petugas pelayanan harus memiliki tingkat pendidikan tertentu dan pelatihan tertentu yang di syaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman yang luas dibidangnya.

### **5. Kesopanan dan ramah tamah**

Masyarakat pengguna jasa pelayanan itu sendiri dan lapisan masyarakat baik tingkat status ekonomi dan social rendah maupun tinggi terdapat perbedaan karakternya maka petugas pelayanan masyarakat dituntut adanya keramahan yang standar dalam melayani ,sabar, tidak egois dan santun dalam bertutur kata.

### **6. Kejujuran dan kepercayaan**

Pelayanan ini oleh pengguna jasa dapat dipergunakan berbagai aspek, maka dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran dalam pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktu. Dari aspek kejujuran ini, petugas pelayanan tersebut dapat

dikategorikan sebagai pelayanan yang dapat di percaya dalam menyelesaikan akhir pelayanan sehingga otomatis pelanggan merasa puas.

#### 7. Kepastian hukum

Secara sadar bahwa hasil pelayanan terhadap masyarakat yang berupa surat keputusan, harus mempunyai legitimasi atau mempunyai kepastian hukum.

#### 8. Keterbukaan

Secara pasti bahwa setiap urusan/kegiatan yang memperlakukan ijin, maka ketentuan keterbukaan perlu ditegakan. Keterbukaan itu akan mempengaruhi unsure-unsur kesederhanaan, kejelasan informasi kepada masyarakat.

### C. Kualitas Pelayanan dalam Prespektif Islam

Konsep islam mengajarkan bahwa dalam memeberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak pada al-quran surat al-Baqarah ayat 267 :

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji.”*

Dalam konteks perbankan syariah, penerapan maqashid syariah menjadi landasan penting bagi setiap strategi yang diterapkan oleh PBO. Maqashid syariah mencakup lima tujuan utama: perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Oleh karena itu, layanan yang diberikan oleh PBO harus sejalan dengan tujuan-tujuan ini, memastikan bahwa produk dan layanan tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga memberikan manfaat sosial bagi masyarakat. PBO harus mampu menjelaskan bagaimana produk yang ditawarkan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan memberikan dampak positif bagi nasabah dan komunitas (Rambe et al., 2021).

Lebih jauh lagi, penerapan maqashid syariah dalam praktik PBO juga mencakup tanggung jawab sosial bank. PBO harus berperan aktif dalam mengedukasi nasabah tentang pentingnya investasi yang etis dan berkelanjutan, serta mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam program-program sosial yang bermanfaat. Dengan demikian, PBO tidak hanya berfungsi sebagai penjual produk, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mendukung kesejahteraan masyarakat (Fitriyani & Anggraini, 2021). Melalui pendekatan ini, bank syariah dapat memperkuat posisinya sebagai lembaga keuangan yang tidak hanya fokus pada profit, tetapi juga pada pencapaian tujuan sosial yang lebih luas.

#### D. Customer Service

Customer service secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Customer service memegang peranan yang sangat penting, dalam dunia perbankan tugas utama seorang customer service adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. Customer service bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara.

Banyak nasabah yang masih beranggapan bahwa customer service (CS) ini adalah sebagai pusat informasi. Padahal kenyataannya customer service ini juga memberikan pelayanan jasa-jasa perbankan. Untuk dapat menduduki jabatan ini ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi antara lain, memiliki pengetahuan luas tentang masalah-masalah yang berhubungan dengan masalah perbankan, harus memiliki sifat bijaksana, tanggap, setia, dan ramah kepada setiap nasabah.

Setiap customer service tentu telah mengetahui fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas yang harus dilaksanakan dalam arti dapat dilaksanakan sebaik-baiknya dan bertanggung jawab dari awal sampai selesai suatu pelayanan nasabah. Fungsi dan tugas customer service yang harus benar-benar dipahami hingga seorang customer service dapat menjalankan tugasnya secara prima.

Sebagai seorang customer service tentu ditetapkan tugas harus diembannya, tugas ini harus dilaksanakan dengan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan bertanggung jawab dari awal sampai selesai suatu nasabah.

Menurut kasmir tugas-tugas customer service harus benar-benar dipahami sehingga seorang customer service dapat menjalankan tugasnya secara prima. Dalam prakteknya tugas customer service adalah :

1. Sebagai receptionist (penerima tamu) sehingga customer service harus ramah tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik dan menyenangkan. Dalam hal ini customer service harus memberikan perhatian, berbicara dengan tutur kata yang lemah lembut dan bahasa yang mudah di mengerti oleh nasabah.
2. Sebagai deksman (orang yang melayani berbagai aplikasi) dalam hal ini customer service memberikan informasi mengenai produk-produk bank, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi.
3. Sebagai salesman (orang yang menjual produk perbankan) sekaligus sebagai cross selling, mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru, mengatasi setiap keluhan dan masalah nasabah serta sebagai solusi bagi nasabah yang masih minim pengetahuannya terhadap bank.
4. Sebagai customer official ( orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah), termasuk membujuk atau merayu agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah.

5. Sebagai komunikator (orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi) tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.

Inilah antara lain tugas-tugas customer service, sehingga customer dituntut menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti pada saat proses pelayanan kepada calon nasabah atau nasabah.

Dalam tugas operasional sehari-hari, hampir sebagian jam kerja customer service dipergunakan untuk pelayanan pada nasabah antara lain :

1. Melayani transaksi nasabah baik tunai maupun non tunai di counter.
2. Melayani pembukaan/penutupan rekening giro, tabungan, deposito, ATM, pembiayaan dan lainnya.
3. Melayani penerbitan buku cek/giro bilyet
4. Melayani permintaan :
  - a. Informasi saldo
  - b. Salinan rekening Koran
  - c. Surat referensi bank
  - d. Standing instruction
  - e. Perubahan specimen tanda tangan dan lain-lain
  - f. Perubahan alamat dan data nasabah
  - g. Rehabilitas rekening
  - h. Pembuatan rekening Koran/deposito/tabungan
  - i. Permintaan kartu ATM
5. Melayani dan mengatasi keluhan nasabah
6. Memperkenalkan produk-produk kepada nasabah
7. Melakukan pembinaan yang baik terhadap nasabah

#### **E. Kepuasan nasabah**

Saat ini kepuasan nasabah menjadi faktor perhatian oleh hampir semua pihak baik pemerintah, pelaku bisnis, dan konsumen. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman atas konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan dunia bisnis.

Kotler menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu dapat menurunkan jumlah pelanggan dan menyebabkan pelanggan tidak tertarik lagi menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan. Menurut Schanaars, pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang merasa puas. terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain, hubungan yang harmonis antara perusahaan atau konsumennya, memberikan dasar yang baik bagi pembeli



ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Penilaian kepuasan pelanggan mempunyai tiga bentuk yang berbeda, yaitu :

1. *Positive disconfirmation*, dimana kinerja lebih baik dari harapan
2. *Simple confirmation*, dimana kinerja sama dengan harapan
3. *Negative disconfirmation*, dimana kinerja lebih buruk dari harapan.

Ada beberapa metode yang dapat digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya juga pesaingnya, yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran (complaint and suggestion system)

Perusahaan meminta keluhan dan saran dari pelanggan dengan membuka kotak saran baik melalui surat, telepon bebas pulsa, customer bot line, kartu komentar, kotak saran maupun berbagai sarana keluhan lainnya. Informasi ini dapat memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut, konsumen akan menilai kecepatan dan ketanggapan perusahaan dalam menangani kritik dan saran yang diberikan.

2. Survei kepuasan pelanggan (customer satisfaction systems)

Perusahaan melakukan survey untuk mendeteksi komentar pelanggan diharapkan dari survei ini mendapat umpan balik yang positif dari konsumen. Survei ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi atau pelanggan diminta mengisi angket.

Analisis kepuasan konsumen akan memainkan peranan penting pula dalam merancang kebijakan public. Bagi pengambil kebijakan bidang ekonomi, suatu Negara memerlukan kajian ini untuk melindungi konsumen. Bagi kalangan akademisi, kajian ini akan dapat dipergunakan untuk memperdalam pengetahuan tentang kepuasan konsumen dan kaitannya dalam pengambilan keputusan strategi pemasaran.

#### **F. Bentuk-Bentuk kepuasan**

Adapun bentuk-bentuk kepuasan pelanggan menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam tjptono dari :

1. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja nasabah yang di harapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :

- a. Pelayanan oleh nasabah yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan.
- b. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan.

2. Minat berkunjung kembali Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali meliputi :

- a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh nasabah memuaskan,

- b. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
3. Keseluruhan yaitu kepuasan berdasarkan pengalaman menjadi nasabah.

### G. Konsep Kepuasan Nasabah dalam Prespektif Islam

Dalam pandangan islam yang menjadi tolak ukur yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan nasabah adalah standart syariah. Kepuasan nasabah dalam pandang syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.

Menurut Yusuf Qardawi, Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya berkaitan dengan :

#### 1. Sifat jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan rasa jujur kepada seluruh personil yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan sabda nabi Muhammad SAW :

ان لنبي صلى الله عليه وسلم قال : المسلمو اخو المسلم ولا بخلا لمسلم باع من اخيه بيعا لا بينه له (رواه احمد  
وابن مالكة)

Artinya : *bahwasanya nabi SAW bersabda: muslim yang satu dengan muslim lainnya adalah bersaudara, tidak halal bagi seorang muslim menjual barangnya kepada muslim lain, padahal pada barang tersebut terdapat aib/cacat melainkan dia harus menjelaskannya". (HR.Ahmad, Ibnu Majah, Ad-daraquthni, Al-hakim dan Arh-thabrani)*

#### 2. Sifat amanah

Amanah adalah mengembalik hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa barang atau yang lainnya. Dalam berdagang dikenal dengan istilah "menjual dengan amanah" artinya penjual menjelaskan cirri-ciri kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkan. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang dan jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk mendalami peran PBO dalam strategi pemasaran berbasis syariah di BSI kantor cabang Gorontalo. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan petugas customer service, funding transaction staff dan teller yang berinteraksi langsung dengan nasabah prioritas (Susila, 2015).

Tabel 1. Daftar sumber informan untuk

No	Nama informan	Keterkaitan	Jabatan
1		Pegawai BSI	Customer service
2		Pegawai BSI	Funding transaction
3		Pegawai BSI	Teller
4		Pegawai BSI	Costimer service

Wawancara dilakukan, mengeksplorasi pemahaman mereka tentang penerapan maqashid syariah, tantangan dalam menyampaikan produk syariah, dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, data sekunder diperoleh dari literatur dan publikasi yang relevan tentang pemasaran syariah dan maqashid syariah, yang akan memberikan dasar teori dan perbandingan dalam analisis temuan (Dyarini et al., 2021). Data yang diperoleh akan dianalisis secara tematik, meliputi transkripsi, pengkodean, dan identifikasi tema utama terkait maqashid syariah dalam strategi pemasaran serta kepuasan nasabah. Validitas data akan dijaga melalui triangulasi, yaitu membandingkan temuan wawancara dengan literatur terkait.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil analisis data diketahui nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  untuk variabel pelayanan customer service sebesar  $2.077 > 1.660$  dan nilai signifikasi sebesar  $0,040$ . Nilai signifikasi ini masih lebih kecil dari nilai alpha ( $0,05$ ) sehingga ditolak. Dengan kata lain pada tingkat kepercayaan  $95\%$  dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Pelayanan Customer Service Dalam Mengatasi Keluhan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Sulutgo Cabang Limboto.

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan nasabah atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Kualitas pelayanan nasabah terhadap kepuasan konsumen dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya adalah pada sejauh mana kemampuan perusahaan atau organisasi melayani atau member pelayanan secara maksimal kepada pelanggannya secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis.

Customer service secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Customer service memegang peranan yang sangat penting, dalam dunia perbankan tugas utama seorang customer service adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. Customer service bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara

Dari hasil analisis data diketahui nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  untuk variabel pelayanan customer service sebesar  $2.077 > 1.660$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,040$ . Nilai signifikansi ini masih lebih kecil dari nilai alpha ( $0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan kata lain pada tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Sulutgo Cabang Limboto

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh risdayanti tentang " pengaruh pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah pada bank BRI syariah KCP sungguminasa". Hasil penelitian penelitian ini memuktikan bahwa terdapat pengaruh pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah. hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi ( $0,000$ ) lebih kecil dari  $0,50$  dan terhitung  $4.144$  dengan demikian hipotesis penelitian yang berbunyi " ada pengaruh antara pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah KCP sungguminasa. Hal ini dapat dilihat bahwa pelayanan customer service sangat mendominasi terhadap kepuasan nasabah, sebab keluhan yang terjadi pada nasabah yang di timbulkan melalui pelayanan customer service yang tidak maksimal sehingga menimbulkan kekecewaan pada nasabah, karena pelayanan yang utama dalam suatu Bank adalah terdapat pada pelayanan customer service dalam memberikan kepuasan pada pelanggan.

Setiap customer service tentu telah mengetahui fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas yang harus dilaksanakan dalam arti dapat dilaksanakan sebaik-baiknya dan bertanggung jawab dari awal sampai selesai suatu pelayanan nasabah. Fungsi dan tugas customer service yang harus benar-benar dipahami hingga seorang customer service dapat menjalankan tugasnya secara prima, untuk keadaan yang saat ini yang terjadi pada PT. Bank Sulutgo Cabang Limboto dimana terjadi antrian panjang dikarenakan pengurusan ATM maupun buku tabungan oleh pegawai negeri sipil sehingga diperlukan pelayanan yang prima yang dilakukan oleh customer service yang ada pada PT. Bank Sulutgo Cabang Limboto.

Dari hasil penelitian di atas maka peneliti dan berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh penelliti maka dapat menyimpulkan pelayanan customer service dapat mepengaruh kepuasan nasabah di PT. Bank Sulutgo Cabang Limboto sebab dengan memberikan pelayanan yang baik bukan hanyadapat memberikan kepuasan nasabah sekaligus dapat menjadikan nasabah loyal terhadap PT. Bank Sulutgo Cabang Limboto.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan Pengaruh yang positif dan signifikan dari Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Sulutgo Cabang Limboto dengan nilai signifikansi sebesar  $0,040$ . nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  untuk variabel pelayanan customer service sebesar  $2.077 > 1.660$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,040$ . Nilai signifikansi ini masih lebih kecil dari nilai alpha ( $0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan kata lain pada tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh

yang positif dan signifikan dari Pelayanan Customer Service Dalam Mengatasi Keluhan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Sulutgo Cabang Limboto

## REFERENSI

Al-arif Arianto M.Nur, 2010. *Dasar-dasar pemasaran bank syariah*

Hasibuan Melayu, 2005. *Dasar-dasar perbankan*. Jakarta : PT bumi aksara

Kolter Phillip. 19-11-2020. *Berbagai mutu pelayanan menurut para ahli*. <http://www.bimbingan/>

Qardawi Yusuf, 1997. *Norma dan etika ekonomi islam*. GIP : Jakarta

RI Agama Departemen, 2005. *Al-Quran dan terjemahannya*. Bandung : PT syamil cipta media

Widyoko ekoputro, 2013. *teknik penyusunan instrument penelitian*. Yogyakarta : pustaka belajar