

Analysis of Customer Satisfaction Levels with Sharia Banking Services at BSI Bener Meriah

Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Layanan Perbankan Syariah di BSI Bener Meriah

Wahyuni ¹⁾; Muhammad Doli Harahap ²⁾; Muhammad Lathief Ilhamy Nasution ³⁾

^{1,2,3)} *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*

Email: ¹⁾ Wahyunniia27@gmail.com; ²⁾ doliharahapm@gmail.com; ³⁾ mlathiefilhamy@uinsu.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [22 Februari 2022]

Revised [7 Maret 2022]

Accepted [16 Maret 2022]

KEYWORDS

Customer Satisfaction, Service

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan syariah di Bsi Bener Meriah Menghadapi masyarakat yang semakin kritis seperti sekarang selain produk, pelayanan yang diberikan juga mempengaruhi keberlangsungan perusahaan oleh sebab itu perusahaan dibidang jasa terutama perbankan Syariah harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan mereka terhadap nasabah, demi mempertahankan kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap pelayanan mereka. Layanan sebagai bentuk promosi pertama pada calon nasabah, kalau kualitas pelayanan unggul, maka nasabah akan melanjutkan untuk bertransaksi, begitupun sebaliknya.

ABSTRACT

This article aims to determine the level of customer satisfaction with sharia banking services at Bsi Bener Meriah. Facing an increasingly critical society like now, apart from products, the services provided also affect the sustainability of the company. maintain customer trust and satisfaction with their services. Service as the first promotion to prospective customers, if the quality of service is excellent, then the customer will continue to transact, and vice versa.

PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga intermediasi yang menerima simpanan dari nasabah kelebihan dana dan menyalurkan kepada nasabah yang kekurangan dana. Pada perbankan kepuasan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, di mana hal tersebut merupakan aspek strategis memenangkan persaingan dalam mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan pelayanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas pelayanan dan produk, menjadi utama bagi perbankan. Produk yang ditawarkan oleh perbankan Syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu: Produk penyaluran dana (financing), Produk penghimpunan dana (funding), dan Produk jasa (service).

Pengertian pelayanan dalam konteks perbankan syariah adalah memberikan pelayanan sesuai dengan standar prosedur pelayanan yang ada, dan dengan SALAM (Senyum Amanah Luwes Antusias Melayani) baik dalam memberikan penjelasan produk maupun complain nasabah. Sehingga harapan masyarakat untuk berhubungan baik dengan bank, nyaman, dan mudah dalam melakukan transaksi akan terpenuhi.

LANDASAN TEORI

Pengertian Layanan

Layanan atau pelayanan secara umum adalah menyediakan segala apa yang dibutuhkan orang lain. Dalam definisi lain, menyebutkan pelayanan adalah sebagai suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Pelayanan dan etika pemasaran produk jasa bank maupun layanan yang lainnya harus dilakukan dengan baik dan benar sehingga mendapat simpati dan menarik bagi nasabah.

Ada lima dimensi layanan yang harus dipenuhi dalam pelayanan, yaitu:

1. Tangible (Bukti langsung). Tangible yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal.
2. Reliability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3. Responsiveness (Daya tanggap). Responsiveness adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Assurance (Jaminan). Assurance yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
5. Empathy (Empati). Empathy adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Layanan Perbankan

Dalam kehidupan sehari-hari, bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana, menyalurkan dana dan memberikan jasa-jasa lainnya. Beberapa jasa layanan yang ditawarkan bank meliputi :

1. Transfer (Jasa pengiriman uang). Transfer adalah suatu kegiatan jasa bank untuk memindahkan sejumlah dana tertentu sesuai dengan perintah si pemberi amanat yang ditujukan untuk keuntungan seseorang yang ditunjuk sebagai penerima transfer.
2. Tabungan merupakan jenis simpanan yang dilakukan oleh pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu sesuai perjanjian antara bank dan pihak nasabah. Dalam perkembangannya, penarikan tabungan dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan sarana penarikan berupa slip penarikan, ATM, surat kuasa, dan sarana lainnya yang dipersamakan dengan itu.
3. Safe Deposit Box. Layanan Safe Deposit Box adalah jasa penyewaan kotak penyimpanan harta atau surat-surat berharga yang dirancang secara khusus dari bahan baja dan ditempatkan dalam ruang khasanah yang kokoh, tahan bongkar dan tahan api untuk memberikan rasa aman bagi penggunaannya.
4. Debit Card (Kartu Debit). Kartu debit adalah APMK yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelanjaan, dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada bank atau lembaga selain bank yang berwenang untuk menghimpun dana sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
5. Internet Banking/ SMS Banking. Internet Banking merupakan layanan perbankan 24 jam. Dengan menggunakan komputer dan terkoneksi dengan jaringan internet dan dapat melakukan berbagai transaksi perbankan dengan mudah, nyaman dan aman. Sedangkan SMS Banking adalah layanan perbankan 24 jam yang disediakan bagi yang mobilitasnya tinggi.

Layanan kepada Nasabah.

Layanan nasabah dalam dunia perbankan biasa disebut dengan Customer Service (CS). Customer service adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan.

Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan / masalah yang sedang dihadapi. Seorang customer service harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh tamunya.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) yaitu penelitian yang bertumpu pada data-data di lapangan. Adapun sifat penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan metode wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan nasabah yang berdomisili di Bener Meriah dengan status pekerjaan sebagai pedagang. Sedangkan, dokumentasi dilakukan dengan mendokumentasikan dokumen dan literatur yang berkaitan dengan materi penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi.

Dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah diperlukan etiket atau sikap sopan santun, sehingga kedua belah pihak baik nasabah maupun pegawai bank dapat saling menghargai. Secara umum etiket pelayanan yang dapat diberikan oleh pegawai bank dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore. Jika kita sudah tau agama nasabah, misalnya muslim maka ucapkan assalamualaikum.
2. Setelah mengucapkan salam, segera mempersilahkan tamu untuk masuk atau duduk dengan sopan santun atau suruh menunggu sebentar.
3. Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilakan tamu masuk atau duduk selalu dengan ramah dan murah senyum.
4. Bertanya tentang keperluan nasabah, secara ramah, sopan, dan lemah lembut.
5. Biasakan dan mulailah mengucapkan tolong atau maaf untuk menyuruh nasabah mengisi formulir atau menunggu sesaat.
6. Ucapkan kata terima kasih apabila nasabah memberikan saran a tau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya.

Faktor-Faktor Pendukung Kepuasan Nasabah

Untuk memuaskan nasabah tentunya perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Kesamaan makna antara nasabah dan konsumen yang di bedakan pada lingkup status pengguna produk dan jasanya, maka faktor kepuasan konsumen hampir sama dengan faktor kepuasan nasabah. Menurut Handi Irawan ada lima faktor yang menentukan kepuasan konsumen yaitu:

Kualitas Produk

Pelanggan merasa puas jika setelah membeli dan menggunakan produk, ternyata produk yang digunakan berkualitas. Ada beberapa elemen kualitas produk, yaitu: Performance (daya guna), Durability (daya tahan), Feature (keutamaan), Reliability (keandalan), Costintency (konsisten) dan Design (desain).

Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga

Kualitas Pelayanan

Salah satu konsep kualitas pelayanan yang paling populer adalah ServQual yang dikembangkan oleh Berry dan Zeithalm. Berdasarkan konsep ini, kualitas pelayanan mempunyai lima dimensi, yaitu: Reliability (keandalan), Responsiveness (ketanggapan), Assurance (jaminan), Empathy (empati), dan Tangible (bukti fisik).

Faktor Emosional

Pelanggan yang merasa bangga dan yakin orang lain kagum terhadap dia apabila menggunakan produk merek tertentu, cenderung memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan bukan karena kualitas produk tetapi rasa bangga dan rasa percaya diri.

Biaya dan Kemudahan Untuk Mendapatkan Produk dan Jasa

Pelanggan akan semakin puas dan senang apabila relatif mudah dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Hal ini disebabkan pelanggan tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa.

Bank Syariah

Bank syariah adalah badan usaha yang memberikan jasa penyimpanan uang, pengiriman uang, pengiriman uang, serta permintaan dan penawaran pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang, beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.

Dasar hukum perbankan syariah yaitu Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998.

1. Fatwa DSN-MUI tentang Perbankan Syariah
2. Fatwa DSN-MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah
3. Fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Ijarah
4. Fatwa DSN-MUI No. 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang Mudarabah
5. Fatwa DSN-MUI No. 08/DSN-MUI/IV/2000 tentang Musyarakah
6. Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn
7. Fatwa DSN-MUI No. 12/DSN-MUI/IV/2000 tentang Hawalah
8. Fatwa DSN-MUI No. 10/DSN-MUI/IV/2000 tentang Wakalah
9. Fatwa DSN-MUI No. 42/DSN-MUI/IV/2000 Tentang syariah charge card

Tujuan Bank Syariah

Tujuan dasar perbankan syariah ialah menyediakan fasilitas keuangan dengan cara mengupayakan instrumen-instrumen keuangan (*financial instruments*) yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan dan norma-norma ariah. Sementara itu para banker Muslim beranggapan bahwa peranan dari perbankan syariah adalah semata-mata komersial, dengan mendasarkan pada instrument-instrumen keuangan yang bebas bunga dan ditujukan untuk menghasilkan keuntungan yang bebas bunga dan ditujukan untuk menghasilkan keuntungan finansial

Produk dan Jasa Bank Syariah

Secara umum keseluruhan transaksi diperbankan syariah dapat di bagi menjadi tiga bagian besar, yakni :

1. Produk pembiayaan, produk-produk yang bergabung disini adalah produk yang bertujuan untuk membiayai kebutuhan masyarakat.
2. Produk dana, produk-produk yang tergabung disini adalah produk yang bertujuan untuk menghimpun dana masyarakat.
3. Produk jasa, produk-produk yang bergabung disini adalah produk yang dibuat untuk melayani kebutuhan masyarakat yang berbasis pendapatan tanpa exposure pembiayaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Layanan atau pelayanan secara umum adalah menyediakan segala apa yang dibutuhkan orang lain. Dalam definisi lain, menyebutkan pelayanan adalah sebagai suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Pelayanan dan etika pemasaran produk jasa bank maupun layanan yang lainnya harus dilakukan dengan baik dan benar sehingga mendapat simpati dan menarik bagi nasabah.
2. Layanan nasabah dalam dunia perbankan biasa disebut dengan Customer Service (CS). Customer service adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan.
3. Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi..

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an, 2011 Mushaf Al-Fattah: Mikraj Khazanah Ilmu
- Akila.2017. Pengaruh Insentif dan Pengawasan terhadap Produktivitas Kerja Karyawan, ejournal.uigm.ac.id diakses 8 Januari 2019
- Anggoro,Agustinus,dkk.2007.Jurnal Studi Manajemen & Organisasi <http://ejournal.undip.ac.id>. diakses 19 Desember 2018
- Anshori, Muslich, dkk.2009.Metodologi Penelitian Kuantitatif. Cet.I; Surabaya : Airlangga University Press
- Antonio, Muhammad Syafii.2001. Bank Syariah : Dari Teori ke Praktik. Cet.I;Jakarta : Gema Insani Press
- Awaluddin.2012. Manajemen Bank Syariah. Makassar: Alauddin University Press Departemen Agama
- Hasan, Iqbal.2002. Pokok-pokok Materi Statistik 1.Jakarta : PT Bumi Aksara
- Internet Banking/SMS Banking, www.bni Syariah.co.id, diakses 8 Januari 2019
- Irianto, Agus.2004. Statistik :Konsep Dasar dan Aplikasinya.Jakarta : Kencana
- Ismail. 2010. Manajemen Perbankan : Dari Teori Menuju Aplikasi, Jakarta: Prenada Media

Ismail. 2011. Perbankan Syariah, Jakarta: Kencana Kasmir.2004. Pemasaran Bank.Cet I ; Jakarta : Kencana
Kasmir,2011. Etika Customer Service. Jakarta: Raja Grafindo Persada
Kotler, Philip dan Gary,Amstrong.2008.Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid Edisi kedua belas; Jakarta: Erlangga
Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat
Mujahidin,Akhmad.2006.Perbankan Syariah.Cet 1; Jakarta : Rajawali