



**UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DI BANK
NAGARI CABANG SYARIAH BATUSANGKAR DALAM
MENJAGA LOYALITAS NASABAH**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Perbankan Syariah*

Oleh:

ROZA SYAFRIANI
NIM. 1830401129

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2022**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas Nama Roza Syafriani, NIM: 1830401129 dengan judul : “Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah” memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang Munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 21 Juni 2022

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Pembimbing



Elmilayani Wahyuni, M. E. Sv
NIP. 198803302018012002

Elfadhli, SEI., M. Si
NIP. 198206172007101002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus
Batusangkar

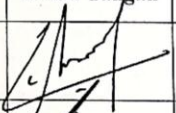
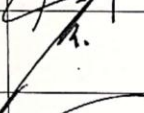



D. H. Rizal, M. Ag., CRP
NIP. 197310072002121001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama Roza Syafriani, NIM: 1830401129, judul: **“Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah”** telah diuji dalam Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar yang dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 8 Juli 2022 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Strata Satu (S. 1) pada Jurusan Perbankan Syariah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Elfadhli, SE. I., M. Si 19820617200710 1 002	Ketua/ Pembimbing		3/8-2022
2.	Dr. H. Rizal, M. Ag., CRP 19731007 200212 1 001	Anggota/ Penguji I		29/07 2022
3.	Khairul Marlin. SE., M. Kom., MM 201801011027	Anggota/ Penguji II		27/07-2022

Batusangkar, Agustus 2022

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Rizal, M. Ag. CRP
NIP: 197310072002121001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Roza Syafriani
NIM : 1830401129
Tempat/Tanggal Lahir : Batusangkar/ 08 November 1999
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah”** adalah benar **karya saya sendiri bukan plagiat** kecuali dicantumkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini adalah plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan undang-undang yang berlaku. Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, Juni 2022

Saya yang menyatakan,



Roza Syafriani
Nim 1830401129

BIODATA PENULIS



Nama : Roza Syafriani
NIM : 1830401129
Tempat/Tanggal Lahir : Batusangkar/ 08 November 1999
Golongan Darah : O
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
No. Hp : 082286759669
Alamat Email : rozasyafriani1348@gmail.com
Alamat : Jorong Mandahiliang, Pagaruyung, Tanjung Emas,
Tanah Datar
Agama : Islam
Riwayat Pendidikan
TK : TK Putih Bungsu Tahun 2006
SD : SDN 01 Pagaruyung Tahun (2006-2012)
SMP : SMPN 2 Tanjung Emas Tahun (2012-2015)
SMA : SMAN 2 Batusangkar Tahun (2015-2018)
Perguruan Tinggi : UIN Mahmud Yunus Batusangkar Tahun 2022

KATA PERSEMBAHAN



Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat, dan hidayah sehingga penulis masih bisa diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Meskipun masih jauh dari kata sempurna, namun penulis merasa bangga karena telah sampai pada titik ini. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- ❖ Ayah dan Ibu, yaitu **Syafri** dan **Reni Hilda**, yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan semangat, dan nasehat yang tidak henti-hentinya sampai saat ini.
- ❖ Kakak, yaitu **Diko Nugraha**, yang selalu memberikan arahan dan nasehat yang tidak henti-hentinya.
- ❖ Seluruh keluarga besar penulis yang telah membantu baik itu berupa materil, maupun bantuan lainnya selama penulis mengikuti perkuliahan di UIN Mahmud Yunus Batusangkar ini.
- ❖ Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan dan paling sabar dalam memberikan masukan dan saran selama ini sampai penyelesaian skripsi ini yaitu Bapak **Elfadhli, SEL., M. Si.**
- ❖ Kepada sahabat yang paling mengerti dan menemani disegala kondisi, sekaligus sahabat curhat, dan healing yaitu **Vivien Astra, S. E.**
- ❖ **Parity, Rani Afrilia, Mardhatila, Indri Rahayu,** dan **Maya Az-zahra** yang selalu memberikan bantuan selama penulisan skripsi ini.
- ❖ Kepada teman-teman **perbankan syariah lokal D** dan seluruh teman-teman **perbankan syariah angkatan 2018** yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.
- ❖ Kepada semua rekan-rekan yang sudah terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

ABSTRAK

Skripsi atas nama ROZA SYAFRIANI, NIM 1830401129, Judul Skripsi “Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah”. Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar, 2022.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya meningkatkan kualitas pelayanan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam menjaga loyalitas nasabah. Di mana setiap bank yang ingin meningkatkan kualitas pelayanannya agar nasabahnya tetap loyal sehingga bisa menambah nasabah baru. Dalam mencapai tujuan tersebut, Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar menggunakan strategi atau upaya pelayanan seperti bukti langsung (*tangible*), daya tanggap (*responsiviness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*empathy*).

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan/verifikasi, serta teknik penjamin keabsahan data yaitu triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Upaya Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar Dalam Menjaga Loyalitas Nasabahnya menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu pertama Bukti langsung (*tangible*) yang diberikan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar yaitu berupa brosur, kebersihan ruangan, yang disetiap sudutnya disediakan AC yang membuat nasabah nyaman. Kedua, Daya tanggap (*responsiviness*) yang diberikan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar yaitu dengan selalu cepat tanggap dengan menanyakan langsung apa kendala atau permasalahan yang dihadapi oleh nasabah. Ketiga, Keandalan (*reliability*) yang diberikan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dibuktikan dengan memiliki karyawan yang handal sesuai dengan bidangnya. Keempat, Jaminan (*assurance*) yang diberikan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dibuktikan dengan keamanan dalam menjaga rahasia atau identitas nasabah. Dan kelima, Perhatian (*empathy*) yang diberikan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dibuktikan dengan memberikan komunikasi yang terbuka dan transparan kepada nasabah dan memenuhi kebutuhan nasabah. Maka dari itu dapat dikatakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar kepada nasabahnya sudah maksimal dan efektif dalam menjaga loyalitas nasabah.

Kata Kunci: Upaya, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Nasabah

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Tak lupa shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada nabi kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan cahaya ilmu, beserta keluarga dan sahabatnya sampai kepada kita yang senantiasa mengikuti jejak langkahnya sampai akhir zaman. Tak lupa pula penulis ucapkan beribu terimakasih kepada kedua orang tua penulis **Syafri** dan **Reni Hilda** dan juga kepada saudara penulis **Diko Nugraha** yang selalu mendoakan dan memberikan yang terbaik kepada penulis. Untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana pada program studi Perbankan Syariah UIN Mahmud Yunus Batusangkar, maka penulis menyusun skripsi ini dengan judul **Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah**.

Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan berbagai pihak yang telah membantu penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Marjoni Imamora, M. Sc selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar
2. Dr. H. Rizal, M. Ag., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.
3. Elmiliyani Wahyuni, M. E. Sy selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar
4. Elfadhli, SEI., M. Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan ilmunya dalam memberikan bimbingan, arahan serta saran dalam penyusunan skripsi ini.

5. Dr. H. Rizal, M. Ag., CRP dan Khairul Marlin, SE., M. Kom., MM selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan, nasehat, dan juga ilmunya dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar khususnya seluruh Dosen Jurusan Perbankan Syariah yang telah membekali ilmu kepada penulis.
7. Pimpinan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dan juga seluruh staff karyawan/karyawati Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya selama penulis melakukan penelitian.
8. Kepada seluruh keluarga besar penulis yang telah membantu baik berupa materil, dukungan dan sebagainya.
9. Kepada sahabat Vivien Astra S. E, Parity, Rani Afrilia, Mardhatila, Indri Rahayu, dan Maya Az-zahra yang selalu memberikan bantuan selama penulisan skripsi ini.
10. Semua keluarga besar Perbankan Syariah angkatan 2018, terimakasih atas dukungan dan kebersamaan yang telah dilalui selama ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Disamping itu, disadari juga bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, diharapkan kepada semua pihak untuk dapat memberikan kontribusi pemikiran demi perbaikan skripsi ini. Kepada Allah SWT kita memohon ampunan-Nya. Semoga amal kebbaikannya diterima oleh Allah SWT.

Batusangkar, Juli 2022

Penulis,



Roza Syafriani

Nim. 1830401129

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN TIM PENGUJI	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	7
F. Definisi Operasional.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Upaya	10
2. Kualitas Pelayanan.....	11
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	11
b. Pelayanan dalam Pandangan Islam.....	15
c. Tujuan Kualitas Pelayanan.....	17
d. Fungsi Kualitas Pelayanan.....	18
e. Kualitas Pelayanan sebagai Kunci Sukses Bisnis.....	18
f. Ukuran atau Dimensi Kualitas Pelayanan.....	19
g. Prinsip-Prinsip Kualitas Layanan.....	22
h. Kualitas Pelayanan dalam Tinjauan Strategi Pemasaran.....	24
i. Kriteria dalam menilai Kualitas Pelayanan.....	27

3. Loyalitas Nasabah	27
a. Pengertian Loyalitas Nasabah	27
b. Karakteristik Loyalitas Nasabah	29
c. Tingkatan Loyalitas Nasabah.....	31
d. Faktor-faktor yang membentuk Loyalitas Nasabah	32
e. Dampak buruk akibat salah mengelola keluhan Pelanggan	33
f. Cara mengukur Loyalitas Nasabah	35
B. Penelitian Yang Relevan	37
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Latar dan Waktu Penelitian	43
C. Instrumen Penelitian.....	44
D. Sumber Data.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Teknik Analisis Data.....	46
G. Teknik Penjamin Keabsahan data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran umum Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar	48
1. Sejarah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar	48
2. Visi dan Misi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar	51
3. Logo Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.....	52
4. Struktur Organisasi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar	54
5. Produk-Produk Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.....	54
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	43
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.....	52
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar	54
Gambar 4. 1 Bagian Luar Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar	62
Gambar 5. 1 Suasana ruangan didalam Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar	63
Gambar 6. 1 <i>Customer Service</i> sedang melayani nasabah.....	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang selain menyediakan jasa perbankan/keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah. Perkembangan sistem keuangan syariah sebenarnya telah dimulai sebelum pemerintah meletakkan dasar-dasar hukum operasional secara formal (Indonesia, 2014: 3). Bank Islam atau yang dinamakan dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi di sektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual beli, atau lainnya) berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersifat makro atau mikro (Ascarya, 2008: 30).

Dewasa ini perbankan syariah di Indonesia berkembang sangat pesat, hal ini terbukti dengan munculnya bank syariah di setiap daerah, bahkan bank konvensional juga banyak yang melakukan konversi ke bank syariah. Persaingan yang terjadi dalam bidang industri perbankan di Indonesia saat ini menjadi semakin ketat (Mawardi, 2018: 44-45). Perusahaan-perusahaan dituntut untuk menempuh langkah-langkah strategis agar mampu bersaing pada kondisi apapun. Selain tuntutan akan kemampuan bersaing, perusahaan juga dituntut untuk memiliki keunggulan yang dapat membedakan yang satu dengan yang lain. Kemajuan teknologi informasi menjadi sarana persaingan yang sangat kompetitif bagi perusahaan. Keuntungan kompetitif sangat diperlukan agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis dalam jangka panjang (Hasbiyah, 2020: 117).

Apalagi pada industri perbankan syariah, selain bersaing dengan sesama bank syariah industri perbankan syariah juga menghadapi

persaingan dengan industri perbankan konvensional maupun industri keuangan lainnya. Walaupun perbankan syariah sudah tumbuh lama tetap harus memiliki suatu upaya yang tepat untuk dapat bersaing dengan bank-bank lainnya. Saat sekarang, menjual jasa dan produk saja tidaklah cukup bahkan bank syariah harus bisa mendapat kepercayaan oleh nasabah agar tetap memakai produk dan jasa yang dimiliki sehingga perbankan syariah dapat terus tumbuh dan berkembang menghadapi persaingan. Dibutuhkan suatu upaya atau strategi bersaing yang tepat agar bank syariah tersebut unggul dari bank-bank syariah lainnya.

Salah satu cara untuk menghadapi tantangan tersebut adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di bank tersebut. Kualitas pelayanan menjadi aspek yang cukup penting yang harus diperhatikan. Siddiqi (2011) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan subjek yang sangat menarik dalam industri perbankan (Kinasih, 2019: 76). Pelayanan di sini menurut Kotler (2002: 83) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, di mana pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi terciptanya kepuasan pada konsumen itu sendiri (Sumantri, 2014: 143).

Menurut Zeithaml dkk, kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah secara langsung dan tidak langsung. Kualitas pelayanan mendorong pelanggan untuk setia kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas pelayanan terutama pada perusahaan jasa sangat penting dalam mempertahankan nasabah dalam waktu yang lama. Kualitas pelayanan akan menentukan performa perusahaan. Sedangkan menurut Beerli dkk, loyalitas nasabah memiliki korelasi yang positif dengan performa bisnis suatu perusahaan. Loyalitas nasabah tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik pelanggan baru. Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas nasabah akan membawa

profit pada penjualan. *Profit* merupakan motif utama dalam bisnis, dengan keuntungan maka roda perputaran bisnis dan produk maupun jasa yang ditawarkan dikembangkan serta melakukan perluasan pasar yang dilayani. Dalam jangka panjang, memperbaiki loyalitas umumnya akan lebih profitabel, yakni nasabah bersedia membayar harga lebih tinggi (pada pembeli yang sudah loyal), penyediaan layanan yang lebih murah dan bersedia merekomendasikan ke pelanggan yang baru (Nurhayati & Sukesti, 2016: 143).

Dalam dunia perbankan yang semakin berkembang pesat dengan meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing, menuntut setiap bank untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan para nasabahnya serta berusaha memenuhi harapan para nasabahnya dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh bank lain. Pelayanan yang cepat dan efisien dapat menciptakan hubungan yang berkesinambungan antara nasabah dengan pihak bank sedangkan *complain* dan membiarkan nasabah menunggu berlama-lama dalam transaksi bisnis atau mencairkan uangnya, mengabaikan teknologi pelayanan, bahkan masih ada kalau nasabah ingin kreditnya lancar, nasabah harus tahu persis selera petugas pelayanan dan direksi bank (Siregar, 2018: 100-101).

Terkait dengan kualitas pelayanan di bank syariah, banyak kritik dari masyarakat, terutama mengenai penerapan sistem bagi hasil yang diterapkannya. Beberapa diantara mereka masih meragukan kesesuaian bank syariah dengan syariat Islam. Selain itu, beberapa keluhan pelayanan di bagian *front office* yang terkesan kurang profesional juga banyak dilontarkan masyarakat. Hal semacam ini tentu saja harus segera diselesaikan untuk menjaga loyalitas nasabah yang mengutamakan prinsip syariah sebagai motivator untuk menggunakan bank syariah. Upaya yang memungkinkan untuk dilakukan adalah dengan memperbaiki dan meningkatkan pelayanan bank syariah yang didalamnya juga melibatkan

kesesuaian produk dengan prinsip syariah yang menjadi pembeda bank syariah dengan bank konvensional (Astuti, 2009: 48).

Upaya peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah harus berorientasi pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan. Hal ini berkaitan dengan harapan masyarakat, mereka ingin mendapatkan hubungan yang baik dengan bank yang nyaman dan mudah untuk melakukan transaksi. Menurut Othman dan Owen (2001), alasan bank syariah harus sadar akan pentingnya kualitas pelayanan adalah: pertama, produk dan layanan bank syariah harus diterima sebagai produk dan layanan yang berkualitas tinggi oleh konsumen. Allah senang melihat pekerjaan selesai pada tingkat *itqan* yang artinya mempersiapkan dan memberikan hasil terbaik atau melakukan segala sesuatu dengan kualitas tinggi. Kedua, menggunakan kualitas layanan dalam bank syariah menjadi penting karena hubungannya dengan biaya, keuntungan, kepuasan konsumen, ingatan konsumen, serta kata-kata positif dari mulut konsumen. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan, memuaskan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan, di mana kepuasan nasabah merupakan faktor yang sangat strategis dalam memenangkan persaingan, mempertahankan *citra* perusahaan di masyarakat luas. Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas produk dan layanan, untuk kepuasan konsumen terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan konsumen terhadap pelayanan dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan. Konsumen selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan (Rafidah, 2014: 115).

Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu: a) *Bukti langsung* merupakan kualitas pelayanan yang berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, dan tempat informasi. b) *Daya tangkap* merupakan kesanggupan untuk membantu dan menyediakan

pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen. c) *Keandalan* merupakan suatu kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. d) *Jaminan* merupakan kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen. e) *Perhatian* merupakan sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen (Semil, 2018: 84-85).

Untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap perbankan yang berprinsip syariah, maka didirikanlah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar pada tanggal 26 Desember 2013 yang beralamat di Jl Prof Dr. Hamka No. 1 Batusangkar. Bank Nagari Syariah atau disebut juga dengan Bank Nagari adalah Unit Usaha Syariah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat. Didirikannya Bank Nagari Syariah ini adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat muslim. Sampai saat ini, Unit Usaha Syariah Bank Nagari telah mempunyai 3 Kantor Cabang Syariah, 6 Kantor Cabang Pembantu Syariah, 35 Unit Layanan Syariah, dan 1 Kantor Kas Syariah. Berdasarkan wawancara penulis kepada nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar mengenai pelayanan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, yaitu:

“Pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut sudah bagus, dan karyawan di sana melayani nasabah dengan baik. Saat saya ke sana untuk bertransaksi saya dilayani sampai tuntas oleh bagian customer service” (Rida, Wawancara: 30 Januari 2022).

“Pelayanan yang diberikan cukup baik, misalnya pada saat pembukaan rekening, itu membutuhkan waktu yang lama dan ditambah juga antrian yang juga banyak, dan customer service di sana hanya satu orang. Di mana, menyebabkan pelayanan yang lama dalam melayani nasabah satu persatu” (Yuliana, Wawancara: 30 Januari 2022).

“Pelayanan yang diberikan sudah bagus, meskipun terkadang lama. Karena ada beberapa nasabah yang tidak kebagian tempat duduk dan membuat nasabah tersebut harus berdiri menunggu untuk dilayani. Dan apabila ini dibiarkan terus menerus akan menimbulkan kebosanan kepada kami sebagai nasabah” (Nofiara, Wawancara: 30 Januari 2022).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, terlihat bahwa masih ada nasabah yang mengeluh mengenai pelayanan yang diberikan. Dalam

hubungan ini, bank harus dapat mengatur suatu upaya yang baik untuk menjalankan strateginya agar proses komunikasi antara bank dan nasabah berjalan lancar. Kualitas dan kepuasan nasabah sangat berkaitan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank. Ikatan yang seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka. Bank yang gagal memuaskan nasabahnya melalui pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks, masalah tersebut diantaranya adalah jika nasabah tidak merasa puas dengan pelayanan bank tersebut maka akan menyampaikan ketidakpuasannya kepada orang lain. Dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan nasabah. Dengan demikian, setiap bank wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplemenstasikan, dan mengendalikan sistem pengendalian kualitas pelayanan sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para nasabahnya (Siregar, 2018: 101-102). Oleh karena itu, Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar harus bisa menjaga loyalitas nasabahnya agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat pada umumnya dan masyarakat di sekitar Batusangkar khususnya.

Berdasarkan penjelasan dan permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang penulis paparkan diatas, fokus dalam penelitian ini yaitu **“Bagaimana Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam Menjaga Loyalitas Nasabah”**.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **Bagaimana upaya meningkatkan**

kualitas pelayanan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam menjaga loyalitas nasabah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui upaya meningkatkan kualitas pelayanan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam menjaga loyalitas nasabah.

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

Adapun manfaat dan luaran penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi serta menjadi sumber informasi dan bahan perbandingan untuk penelitian sebelumnya.
- 2) Sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi pada Jurusan Perbankan Syariah pada Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

b. Manfaat praktis

- 1) Bagi penulis, manfaat penelitian ini bagi penulis yaitu untuk sarana mempraktekkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan praktek di lapangan. Selain itu, untuk menambah wawasan penulis tentang upaya meningkatkan kualitas pelayanan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam menjaga loyalitas nasabah.
- 2) Bagi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana ataupun masukan kepada pimpinan instansi dan karyawan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar pada upaya meningkatkan kualitas pelayanan dalam menjaga loyalitas nasabah.

- 3) Bagi Akademik. Manfaat penelitian ini bagi akademik yaitu diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi sebagai pemahaman dan pengetahuan, khususnya dalam hal upaya meningkatkan kualitas pelayanan di bank syariah sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Luaran Penelitian

Adapun luaran penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat diterbitkan pada jurnal ilmiah dan bisa menambah referensi perpustakaan UIN Mahmud Yunus Batusangkar.

F. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan mempermudah pemahaman dalam memahami masalah yang penulis maksud maka perlu dijelaskan istilah-istilah yang memungkinkan terjadinya perbedaan pemahaman bagi pembaca. Maka penulis menjelaskan hal-hal sebagai berikut:

Upaya merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam menjaga kualitas pelayanan kepada nasabahnya yang bertujuan untuk mencapai visi dan misi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Di mana kualitas pelayanan merupakan segala kegiatan atau tindakan yang mengandung manfaat yang ditawarkan oleh pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar yang bersifat *intangibles* (tidak dapat diraba) namun dapat dirasakan (Mustofa, 2016: 46). Dalam meningkatkan kualitas pelayanan tersebut, Bank Nagari Cabang Syariah menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu bukti langsung (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*emphaty*).

Hal ini dilakukan agar nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar setia dan tetap menggunakan produk dan jasa bank. Di mana, loyalitas nasabah merupakan kesetiaan yang ditunjukkan oleh nasabah terhadap Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar sebagai bukti dari emosi dan perasaan dalam upaya membangun relasi agar tetap bertahan

dan setia menggunakan produk dan jasa Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar (Budiman, 2020: 145-146). Dalam menjaga loyalitas nasabah tersebut, Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar terus memberikan pelayanan yang berkualitas yang semenarik mungkin agar nasabahnya tetap loyal kepadanya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Upaya

Menurut Poerwadarminta, upaya merupakan usaha untuk menyampaikan maksud, akal, dan ikhtiar. Upaya merupakan segala sesuatu yang bersifat mengusahakan terhadap sesuatu hal supaya dapat lebih berdayaguna dan berhasil guna sesuai dengan yang dimaksud, tujuan dan fungsi serta manfaat suatu hal tersebut dilaksanakan. Upaya sangat berkaitan erat dengan penggunaan sarana dan prasarana dalam menunjang kegiatan tersebut, agar berhasil maka digunakanlah suatu cara, metode, dan alat penunjang lainnya.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan pengertian upaya adalah tindakan yang dilakukan seseorang untuk mencapai apa yang diinginkan atau merupakan suatu strategi. Upaya adalah aspek yang dinamis dalam kedudukan (status) terhadap sesuatu, apabila seseorang melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu upaya. Upaya dijelaskan sebagai usaha (syarat) suatu cara, juga dapat dimaksud sebagai suatu kegiatan yang dilakukan secara sistematis, terencana, terarah untuk menjaga sesuatu hal agar tidak meluas atau timbul.

Dapat disimpulkan bahwa upaya adalah usaha, akal, ikhtiar (untuk mencapai suatu maksud). Dalam setiap upaya yang dilakukan oleh seseorang bertujuan untuk mencegah sesuatu yang dianggap tidak diperlukan atau mengganggu agar bisa dicarikan jalan keluarnya. Dalam penelitian ini, upaya dapat dipahami sebagai suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan seseorang untuk mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan dengan mengarahkan tenaga dan pikiran

Adapun jenis-jenis upaya yaitu:

- a. Upaya preventif memiliki konotasi yaitu sesuatu masalah atau suatu hal yang berusaha untuk dicegah. Adapun sesuatu yang

dimaksud itu mengandung bahaya baik bagi lingkup personal maupun global.

- b. Upaya preservatif adalah upaya yang memelihara atau mempertahankan kondisi yang telah kondusif atau baik, jangan sampai terjadi keadaan yang tidak baik.
- c. Upaya kuratif adalah upaya yang bertujuan untuk membimbing seseorang kembali kepada jalurnya yang semula, dari yang mulanya menjadi seseorang bermasalah menjadi seseorang yang bisa menyelesaikan masalah dan terbebas dari masalahnya. Upaya ini juga berusaha untuk membangun rasa kepercayaan diri seseorang agar bisa bersosialisasi dengan lingkungannya.
- d. Upaya adaptasi adalah upaya yang berusaha untuk membantu terciptanya penyesuaian antara seseorang dan lingkungannya sehingga dapat timbul kesesuaian antara pribadi seseorang dan lingkungannya (Nasional, 2008: 231).

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan menurut Philip Kotler adalah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja tersebut dapat berupa suatu tindakan yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan kepada siapapun (Pertiwi, 2021: 68). Sedangkan menurut Zaithami dan Bitner (2004: 74), kualitas pelayanan ditentukan oleh persepsi konsumen tentang persepsi kualitas pelayanan dalam arti hasil dari suatu proses jasa (*outcome process*) yang diwujudkan dalam bentuk bagaimana jasa itu diberikan. Zaithami dan Bitner (2004: 75), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor pribadi/individu pelanggan. Dalam bisnis jasa, dengan karakteristik yang tidak terwujud (*intangibility*), bervariasi (*variability*), dan tidak terpisahkan (*inseparability*), maka faktor kualitas pelayanan

(*service quality*) menjadi salah satu strategi yang sangat menentukan dalam persaingan. Kualitas pelayanan dalam bisnis jasa hanya dapat diukur melalui persepsi konsumen terhadap kualitas jasa yang diberikan pemberi jasa (Rusmawati, 2021: 11-13).

Menurut *American Society* dalam buku Kotler dan Keller (2016) pengertian kualitas ialah keseluruhan karakteristik produk, layanan yang dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2015), *service quality* ialah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas pelayanan adalah dasar dalam penciptaan nilai bagi pelanggan dan perusahaan, dengan memberikan pelayanan yang berkualitas secara lebih efisien. Kualitas pelayanan berpengaruh dalam meningkatkan keuntungan jangka panjang perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen atau nasabahnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau nasabahnya. Kinerja pelayanan ialah sebuah tindakan yang bisa dirasakan. Pelayanan yang baik kepada konsumen atau nasabah bertujuan pada tercapainya kepuasan konsumen atau nasabah itu sendiri. Kualitas pelayanan yang baik dapat diberikan pada saat proses pembelian produk, sampai setelah keputusan pembelian. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena dengan mendapatkan kualitas pelayanan sesuai harapan, konsumen akan mendapatkan kepuasan, selanjutnya, kepuasan konsumen atau nasabah tersebut, menjadikan konsumen atau nasabah loyal, sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan (Wulandari, 2020: 65-66).

Dalam bisnis jasa, persepsi pelanggan tentang kualitas pelayanan suatu perusahaan menurut Zaithami dan Bitner (2003: 85) dibentuk oleh tiga hal:

1) *Service Encounter (Moment of Truth)*

Pelanggan mempersiapkan kualitas pelayanan berdasarkan kontak fisik yang dilakukan penyedia jasa. Kontak fisik ini terdiri atas tiga bentuk:

- a) *Remote encounter*, merupakan kontak yang terjadi antara pelanggan dengan bukan manusia, tetapi melalui peralatan yang dipersiapkan oleh pemberi jasa. Misalnya, kontak dengan mahasiswa bank dengan ATM
- b) *Phone encounter*, merupakan kontak yang terjadi antara pelanggan dengan orang dari penyedia jasa tetapi melalui bantuan alat komunikasi. Misalnya, percakapan antara petugas bank dengan mahasiswa melalui telepon (*phone banking*)
- c) *Face to face encounter*, merupakan kontak langsung melalui tatap muka antara petugas pemberi jasa dengan pelanggan.

2) *The Evidence of Service* (bukti pelayanan)

Jasa pada umumnya bersifat tidak berwujud, sehingga baik dengan pelanggan maupun pemberi jasa berusaha mengasosiasikan hubungan transaksi mereka melalui bukti-bukti fisik. Ada tiga faktor yang menentukan dalam persepsi pelanggan berkaitan dengan asosiasi mereka terhadap kualitas jasa yang diberikan oleh pemberi jasa:

- a) *People* adalah orang atau petugas pemberi jasa dalam melakukan interaksi dengan pelanggan
- b) *Physical evidence* adalah bukti-bukti fisik yang mempengaruhi persepsi pelanggan, misalnya ruang

pelayanan, suasana pelayanan, gedung, tempat parkir, atau penggunaan teknologi pelayanan

- c) *Process* adalah persepsi pelanggan mengenai bagaimana cara kerja perusahaan pemberi jasa, misalnya kebijakan dan peraturan pemberi jasa terhadap pelanggan, aliran operasi, dan aliran informasi yang diberikan kepada pelanggan.

3) *Image*

Image atau citra merupakan persepsi pelanggan terhadap perusahaan pemberi jasa (*corporate image*) yang merupakan cerminan dari misi, filosofi, nilai inti dan budaya kerja dari suatu perusahaan. *Image* dalam pemberi jasa seperti pengalaman, pengetahuan, dan teknologi dari pemberi jasa, serta kualitas fungsional yang meliputi perilaku, penampilan, sikap, dan kesadaran dalam memberikan pelayanan dari pemberi jasa, *citra* perusahaan dibentuk melalui komunikasi seperti iklan *public relation*, citra fisik, atau komunikasi dari mulut ke mulut yang dikombinasikan dengan pengalaman pelanggan itu sendiri.

Dari yang telah diuraikan dapat dilihat bahwa persepsi tentang kualitas pelayanan dilahirkan oleh suatu penilaian yang menyeluruh berdasarkan pengalaman yang diperoleh konsumen, antara lain pengalaman dalam bentuk kontak jasa melalui *service encounters (moment of truth)*, *the evidence of service* (bukti pelayanan), dan *image*, kemudian dibandingkan dengan pelayanan yang diterimanya. Pengalaman tersebut menjadi pembanding yang pada akhirnya menentukan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan (Rusmawati, 2021: 13-16).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-

benar mereka terima. Jadi, kualitas pelayanan suatu perusahaan itu ialah seberapa jauh ia dapat memenuhi harapan para pelanggannya (Febriana, 2016: 150-151).

b. Pelayanan dalam Pandangan Islam

Memberikan pelayanan yang terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Sebagian kecil dari ayat al-quran dan hadits-hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam salah satu surah al-Maidah ayat 2, yang berbunyi:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۗ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: “...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.

Melalui ayat diatas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong didalam koridor “mengerjakan kebajikan dan takwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah maha berat siksa-Nya”. Jadi, interaksi itu boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan diatas.

Ada enam karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain:

- 1) Jujur merupakan sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah

ingkari janji. Hal ini sesuai dengan al-quran dalam surah asy-syu'ara ayat 181-183 yang berbunyi:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾ ﴿ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴾ ﴿ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴾

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”.

- 2) Bertanggung jawab dan terpercaya (*amanah*) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya
- 3) Tidak menipu (*kadzib*) merupakan sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah dengan tidak menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu
- 4) Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun di antara sesama pebisnis
- 5) Melayani dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah-tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab
- 6) Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya (Rafidah, 2014: 118-122).

c. Tujuan Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan bisa menjadi sarana mempererat hubungan batin antara pengusaha dan konsumen. Saat harapan dan keinginan terpenuhi, konsumen akan merasa dihargai ditempat usaha tersebut. Konsumen merasa uang yang dibelanjakan sebanding dengan keinginan dan harapannya. Maka dari itu, penyedia layanan harus meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dengan berbagai cara. Seperti memaksimalkan pengalaman pengunjung hingga merasa nyaman dan senang saat diperlakukan dengan baik. Jangan sampai pengunjung merasakan sebaliknya. Seperti tidak dihargai dengan pelayanan yang cuek dan kurang ramah.

Cara lain yakni dengan memberikan kemudahan, kecepatan, ketepatan, dan kemampuan kepada konsumen. Jika pelayanan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan tersebut bisa dianggap ideal. Kualitas pelayanan bisa dianggap rendah apabila yang diterima atau dirasakan konsumen tidak sesuai yang diharapkan. Kualitas pelayanan bisa dimaksimalkan melalui berbagai cara. Seperti selalu bersikap sopan, ramah, dan professional. Semua pekerja harus kompak memiliki perasaan agar bisa menjaga profesionalitas. Meskipun tidak semua konsumen bisa belanja dengan sikap baik, sebagai pemilik usaha harus tetap menjaga kualitas pelayanan. Dengan demikian, kualitas pelayanan bisa menjadi nilai lebih.

Kualitas pelayanan sangat penting dipahami karena berdampak langsung pada citra sebuah usaha. Kualitas pelayanan yang baik akan sangat menguntungkan usaha. Jika sebuah bisnis sudah mendapat nilai positif konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan umpan balik yang baik, serta dapat menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*. Tentu hal ini akan berpengaruh besar terhadap kelangsungan usaha.

d. Fungsi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki fungsi untuk memberikan kepuasan sebesar mungkin kepada konsumen. Terlepas konsumen dapat menerima dengan baik atau tidak. Setiap pengelola usaha memiliki kewajiban untuk menjaga kepuasan tersebut sesuai dengan fungsi kualitas pelayanan. Fungsi kualitas pelayanan yakni untuk memberikan perasaan nyaman dan puas kepada konsumen. Dengan demikian, konsumen akan memiliki rasa bahagia saat melakukan kunjungan ke tempat usaha kedua atau bahkan lebih. Hal ini berdampak positif terhadap citra usaha di mata masyarakat luas (Pertiwi, 2021: 69).

e. Kualitas Pelayanan sebagai Kunci Sukses Bisnis

Persaingan bisnis antar perusahaan sangat ketat di era globalisasi ini, hal ini dapat dilihat dengan semakin luasnya jaringan ekonomi nasional maupun internasional melalui perdagangan. Perusahaan yang ingin maju dan berkembang harus bisa menyajikan produk yang baik dan bermutu dengan nilai jual yang mampu bersaing dengan pasaran, penyerahan produk yang jauh lebih cepat, dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Dengan semakin berkembangnya sektor perdagangan tersebut maka memunculkan juga usaha-usaha dibidang perekonomian yang ikut masuk dan dikenal keberadaannya di Indonesia. Hal ini juga berpengaruh pada para pelaku bisnis khususnya yang bergerak pada industri perbankan.

Untuk mendapatkan pembeli, Kothler (2002), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan sangat penting untuk dikelola oleh suatu bank. Kualitas pelayanan merupakan suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk atau jasa yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan. Kualitas pelayanan bagi produsen adalah spesifikasi produk atau jasa yang dirancang dan

disesuaikan dengan apa yang dibutuhkan ataupun diinginkan pada pelanggan, sehingga mereka akan merasa puas dengan produk atau jasa tersebut. Proses ini patut didefinisikan, dianalisis dan dikelola untuk membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian serta memperbaiki kepuasan konsumen. Penyampaian pelayanan yang berkualitas akan dapat membantu bank syariah untuk sukses dan mencapai yang terbaik (Al-Idrus, 2019: 1-2).

f. Ukuran atau Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada banyak cara mengukur kualitas pelayanan sebuah usaha. Terkait dengan masalah kualitas pelayanan, Parasuraman (1985) membaginya menjadi lima bagian, yaitu:

1) Bukti langsung (*Tangible*)

Tangible merupakan bentuk layanan yang dapat dilihat secara langsung, termasuk fasilitas fisik, peralatan staf, dan fasilitas komunikasi. Indikator untuk dimensi *tangible*, di antaranya:

- a) Kemudahan dalam proses pelayanan
- b) Penggunaan alat bantu dalam pelayanan
- c) Penampilan dalam melayani pelanggan
- d) Kenyamanan tempat penyedia pelayanan
- e) Kedisiplinan pelaku bisnis dalam melakukan pelayanan
- f) Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan

2) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness merupakan keinginan karyawan untuk mendukung pelanggan dalam penyediaan layanan reaktif. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *responsiveness*, terdiri dari:

- a) Merespon dengan baik pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan
- b) Perusahaan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat

- c) Perusahaan melayani dalam waktu yang tepat
- d) Semua keluhan pelanggan direspon oleh perusahaan.

3) Keandalan (*Reliability*)

Reliability merupakan kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *reliability*, yaitu:

- a) Kecermatan dalam melayani pelanggan
- b) Standar pelayanan yang jelas
- c) Kemampuan perusahaan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan

4) Jaminan (*Assurance*)

Assurance merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan perusahaan dan kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *assurance*, di antaranya:

- a) Perusahaan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan pelanggan
- b) Perusahaan memberikan jaminan biaya yang sesuai dengan pelayanan
- c) Perusahaan memberikan jaminan legalitas.

5) Perhatian (*Empathy*)

Empathy merupakan kemudahan membangun hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman akan kebutuhan pelanggan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *empathy*, di antaranya:

- a) Pelaku usaha melayani dengan sopan santun dan ramah-tamah
- b) Menghargai setiap pelanggan
- c) Mendahulukan kepentingan pelanggan

- d) Melayani dengan tidak diskriminatif (Pertiwi, 2021: 70-71).

Sedangkan menurut Zeithmal dan Pasolong (2011: 135) keputusan seorang konsumen untuk mengonsumsi atau tidak mengonsumsi barang atau jasa dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain yaitu persepsinya terhadap kualitas pelayanan. Menurut Zeithmal, dkk dalam Pasolong (2011: 135), untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator ukuran kepuasan konsumen yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan menurut apa yang dikatakan konsumen. Kelima dimensi SERVEQUEL tersebut yaitu:

- 1) *Tangibles*: yaitu kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, dan tempat informasi.
- 2) *Responsiveness*, yaitu kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen.
- 3) *Reliability*, yaitu kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya.
- 4) *Assurance*, yaitu kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.
- 5) *Empathy*, yaitu sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen (Hamirul & Alamsyahril, 2020: 45).

Pendapat lain dari Rush (1996), harapan pelanggan dapat berupa tiga tipe, yaitu:

- 1) *Will expectation* merupakan tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya
- 2) *Should expectation* merupakan tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatutnya diterima konsumen

3) *Ideal expectation* merupakan kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen. Mengacu pendapat Rush, pengusaha atau penyedia jasa akan memiliki citra positif apabila hanya ada kesalahan kecil. Kesalahan yang minor pada umumnya akan dimaklumi oleh kebanyakan pelanggan. Asalkan kesalahan kecil tersebut tidak dilakukan berulang kali. Apabila kesalahan kerap terjadi, maka citra usaha akan dicap negatif. Sehingga pengaruh dari setiap kesalahan yang dilakukannya akan lebih besar. Dalam kaitannya dengan persepsi terhadap kualitas, citra dapat dianggap sebagai penyaring (Pertwi, 2021: 71).

g. Prinsip-Prinsip Kualitas Layanan

Pemahaman tentang konsep kualitas layanan sangat penting sebelum menerapkannya. Menurut Tjiptono (2007), ada beberapa prinsip yang terdapat dalam pencapaian kualitas layanan yang diharapkan, yaitu:

1) Perencanaan

Kualitas layanan yang baik tidak terjadi dengan sendirinya. Harapan konsumen akan sebuah produk maupun jasa harus diketahui oleh pihak perusahaan. Hal inilah yang nantinya akan menjadi *blue print* kualitas yang harus dicapai. Dalam hal ini, perencanaan strategis harus mencakup kualitas seperti yang diharapkan dan bagaimana cara pengukuran kualitas tersebut. Perencanaan inilah yang nantinya menjadi pedoman dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai kualitas yang diharapkan.

2) Kepemimpinan

Komitmen dari manajemen puncak untuk mencapai kualitas layanan yang diharapkan merupakan hal yang vital bagi sebuah perusahaan. Dalam proses operasional sebuah perusahaan, para pemimpin adalah individu-individu yang

berperan untuk mengarahkan para pekerja dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Meskipun berjalan efektif, sebuah perencanaan yang tidak dibarengi dengan kepemimpinan memadai, maka pencapaian kualitas layanan tersebut tidak akan berdampak besar pada perusahaan.

3) *Review*

Proses *review* adalah satu-satunya alat yang efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian konstan dan terus menerus untuk mencapai kualitas. Dalam hal ini, baik manajemen puncak maupun pekerja-pekerja dibawahnya akan selalu merujuk pada dokumen perencanaan sebagai alat untuk mengukur apakah layanan yang diberikan sekarang sudah sesuai dengan tujuan atau belum.

4) Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam setiap pekerja dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Kualitas yang sudah direncanakan dengan matang tidak akan tercapai tanpa adanya peran serta dari setiap individu dalam sebuah perusahaan. Seringkali perencanaan kualitas yang sudah baik tidak berjalan karena pekerja tidak tahu apa yang harus dilakukan untuk pencapaian kualitas tersebut. Dalam hal ini, komunikasi menjadi instrumen penting dan tidak tergantikan. Sistem informasi yang dibangun harus mudah diakses dan dipelajari oleh setiap pegawai supaya dapat dipahami dengan baik.

5) Penghargaan dan Pengukuran

Penghargaan adalah kompensasi untuk pekerja yang berusaha mewujudkan tujuan atau strategi kualitas yang direncanakan. Hal ini mempunyai dampak positif, karena dapat memotivasi pekerja lainnya supaya memberikan layanan

dengan kualitas yang lebih baik lagi. Namun, perlu diperhatikan bahwa penghargaan bisa diberikan apabila kualitas layanan seorang pekerja dapat diukur.

6) Pendidikan

Semua personel perusahaan mulai dari manajemen puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu ditekankan pada pendidikan meliputi konsep kualitas sebagai bisnis, teknik implementasi strategi kualitas, dan perencanaan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas (Kaihatu, 2015: 34-36).

h. Kualitas Pelayanan dalam Tinjauan Strategi Pemasaran

Kothler (2003: 436) merumuskan bahwa pemasaran, termasuk dalam hal ini jasa perbankan, harus memiliki tiga strategi yaitu *competitive differentiation*, *service quality*, dan *productivity*. Implementasi ketiga strategi tersebut dapat dilakukan melalui:

1) *Competitive Differentiation*

Strategi ini menekankan pada keunggulan harga atau pada tingkat bunga yang bersaing di mana bank akan menetapkan suatu tingkat bunga simpanan atau pinjaman yang lebih unggul dibandingkan dengan bank-bank lain. Untuk mencapai ini maka dibutuhkan tiga strategi yaitu:

a) Strategi dalam penawaran

Strategi ini ditempuh dengan melakukan inovasi produk maupun dalam pelayanan dengan memperbanyak fitur-fitur yang menarik. Misalnya penyebaran ATM, outlet, pengembangan produk tabungan, deposito, kartu kredit, kartu debit, dan sebagainya.

b) Diferensiasi dalam penyajian dan pelayanan

Dalam industri perbankan modern, faktor penyajian atau pelayanan sangat menentukan keberhasilan pemasaran.

Faktor ini menekankan pada ketetapan dan kecepatan dalam proses transaksi. Ini hanya dapat berhasil jika ditunjang dengan cara:

- 1) SDM yang handal dan professional
 - 2) Penggunaan teknologi sistem informasi yang canggih
 - 3) Lingkungan fisik yang menarik
 - 4) Sistem antrian yang baik
 - 5) Segmentasi dalam pelayanan
 - 6) Outlet yang menyebar
- c) Diferensiasi dalam *image*

Setiap yang tampil harus memberikan kesan yang unik dan menunjukkan citranya yang spesifik. Hal ini dapat diwujudkan dengan menetapkan suatu simbol, merk atau motto yang menempatkan suatu bank berbeda dengan bank lain. *Image* di sini tidak saja pada bank itu sendiri juga pada produk atau jasa yang diberikan.

2) *Service Quality* (kualitas layanan)

Bank akan memenangkan persaingan dengan menjaga konsistensi dalam kualitas pelayanan yang tinggi. Nasabah yang telah menerima pelayanan akan membandingkan apa yang dirasakan dengan apa yang diharapkan. Kotler (2003: 438) menegaskan bahwa jika seseorang merasakan pelayanan dibawah harapannya maka pelanggan akan meninggalkan perusahaan itu. Sebaliknya, jika ia merasakan bahwa pelayanannya lebih dari yang diharapkan maka ia akan tetap bersikap sebagai pelanggan ditempat.

3) *Productivity* (produktifitas)

Usaha jasa perbankan sebagaimana usaha jasa lainnya senantiasa berada pada tekanan yang besar antara menjaga tingkat biaya yang rendah dan peningkatan produktivitas. Untuk menjaga keseimbangan antara keduanya maka

dibutuhkan tujuh pendekatan dalam meningkatkan produktivitas yang dikemukakan oleh Kothler (2003: 444) yaitu:

- a) Bank harus senantiasa menyajikan jasa yang membutuhkan keahlian tinggi. Untuk itu diperlukan tenaga-tenaga terpilih dan terlatih
- b) Bank harus meninggalkan kuantitas dalam pelayanan dengan peningkatan kualitas. Untuk itu dibutuhkan waktu yang tidak bertele-tele untuk setiap pelanggan mengingat jumlah pelanggan yang banyak.
- c) Bank sebagai industri jasa membutuhkan tambahan instrumen dengan mengadopsi standar-standar dalam manajemen produksi. Misalnya dalam antrian, penentuan *host network* (gerbang data) yang efisien atau lokasi outlet yang mudah dijangkau.
- d) Kreasi produk yang menawarkan solusi. Sebagai contoh, penerapan aplikasi *phone banking* atau *internet banking* memberi solusi pada pelanggan untuk dapat melakukan transaksi dengan bank tanpa perlu ke bank.
- e) Desain atau suatu produk atau jasa bank memberikan alternatif benefit yang lain yang menguntungkan. Berbelanja dengan uang tunai misalnya selain merepotkan juga resiko, untuk itu ditawarkan cara belanja yang aman dengan *debit card*.
- f) Penerapan teknologi bagi perbankan akan meningkatkan produktivitas bagi bank dan memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengakses transaksi sekaligus mengurangi tenaga kerja perbankan.

Berdasarkan uraian diatas, sangat jelas kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan strategi penting dalam pemasaran perbankan (Rusmawati, 2021: 4-8).

i. Kriteria dalam menilai Kualitas Pelayanan

Menurut Gronroos yang dikutip Tjiptono (2005: 13), terdapat tiga kriteria pokok dalam menilai kualitas pelayanan, yaitu:

1) Hasil terkait

Kriteria yang berhubungan dengan hasil kinerja layanan yang ditunjukkan oleh penyedia layanan menyangkut profesionalisme dan keterampilan. Konsumen menyadari bahwa penyedia layanan memiliki sistem operasi, sumber daya fisik, dan pekerja dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memecahkan masalah konsumen secara profesional.

2) Proses terkait

Kriteria yang berhubungan dengan proses terjadinya layanan. Kriteria ini terdiri dari: a) sikap dan perilaku pekerja, b) keandalan dan sifat dapat dipercaya, c) tindakan perbaikan jika melakukan kesalahan.

3) Gambaran terkait

Merupakan reputasi dan kredibilitas penyedia layanan yang memberikan keyakinan konsumen bahwa penyedia layanan mampu memberikan nilai atau imbalan sesuai pengorbanannya (Haryanto, 2020: 36-37).

3. Loyalitas Nasabah

a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas merupakan satu kata yang menggambarkan kesetiaan atau kepatuhan terhadap organisasi, gerakan, atau individu. Loyalitas pelanggan mempunyai perilaku dan mencakup preferensi, kesukaan, dan iktikad di masa mendatang. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka perusahaan akan selalu berupaya untuk menjaga kinerjanya dengan sebaik mungkin agar bisa memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggannya. Kotler (2016: 23) menyatakan bahwa loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam

sebuah lembaga keuangan. Mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup suatu lembaga keuangan. Hal ini menjadi alasan utama sebuah perusahaan untuk terus mencari pelanggan dan mempertahankan pelanggannya tersebut (Nasrifah & Aisyah, 2021: 349).

Upaya mempertahankan nasabah merupakan terkait dengan upaya untuk menjaga agar pelanggan tetap loyal. Loyalitas nasabah menjadi penting bagi industri perbankan syariah karena jika nasabah suatu bank berpindah ke bank lain, maka biaya yang ditanggung perusahaan akan semakin besar. Mempertahankan pelanggan merupakan keharusan. Adapun beberapa alasan mengapa mempertahankan pelanggan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan, yaitu:

- 1) Pelanggan yang loyal memerlukan biaya pelayanan yang lebih murah dibandingkan dengan pelanggan yang tidak loyal.
- 2) Pelanggan yang loyal berkenan untuk mengeluarkan “pembelanjaan” yang lebih besar dibandingkan dengan konsumen yang tidak loyal.
- 3) Pelanggan yang loyal berkenan membayar dengan harga yang tinggi.
- 4) Pelanggan yang loyal merupakan sumber yang bernilai untuk merekomendasikan produk atau jasa melalui *word of mouth*.

Loyalitas nasabah merujuk kepada komitmen seorang nasabah untuk tetap setia menggunakan jasa suatu bank dalam jangka waktu tertentu. Seorang nasabah yang loyal akan (a) *repeat*, yaitu melakukan pembelian ulang atau memperbanyak simpanan dalam waktu mendatang, (b), *retention*, yaitu tidak terpengaruh oleh barang atau jasa yang ditawarkan oleh bank lain, dan (c) *refferal*, yaitu memberitahukan hal-hal yang positif kepada pihak lain (Wahyoedi & Saparso, 2019: 6-7).

b. Karakteristik Loyalitas Nasabah

Memiliki pelanggan yang loyal merupakan impian semua merek. Namun, tidak mudah untuk mendapatkannya. Pelanggan harus dibuat untuk merasa *happ* ketika menjalin interaksi dengan perusahaan, sehingga menghasilkan kepuasan. Jika kepuasan pelanggan sudah dapat diraih maka itu menjadi hal yang positif bagi pelaku bisnis dibidang apapun. Perusahaan harus terus melakukan cara untuk dapat merangkul pelanggan dengan karakteristiknya masing-masing. Ciptakan program-program yang membuat pelanggan merasa nyaman bertahan dengan memilih produk atau jasa yang menjadi kesenangan pelanggan. Pelanggan yang sudah menyenangi produk atau jasa dari perusahaan maka ini juga merupakan hal yang sangat positif bagi berkelanjutan suatu usaha. Ada yang mengatakan bahwa dengan memberikan tingkat kepuasan kepada pelanggan maka pelanggan akan loyal terhadap produk atau jasa yang dihasilkan. Loyalitas dan retensi merupakan hal yang berbeda. Loyalitas sangat penting tapi sangat sulit untuk mengukur dan memonitor loyalitas.

Oleh karena itu, yang perlu dilakukan yaitu dengan mengukur loyalitas dari segi *behavioral* yaitu *costomer retention*. *Costomer retention* (retensi pelanggan) merupakan suatu aktivitas perusahaan yang diarahkan untuk mampu menjaga interaksi dengan pelanggan melalui hubungan berkelanjutan. Karakteristik pelanggan yang loyal adalah orang yang melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing. Loyalitas nasabah dapat didefinisikan sebagai suatu perilaku pembelian pengulangan yang telah menjadi kebiasaan, yang mana telah ada keterkaitan dan keterlibatan tinggi pada pilihan konsumen terhadap objek tertentu, dan bercirikan dengan

ketiadaan pencarian informasi eksternal; dan evaluasi alternatif (Qomariah, 2020: 35-36).

Menurut Jill Griffin, karakteristik loyalitas nasabah dibagi dalam empat karakter, yaitu:

- 1) Konsumen melakukan pembelian ulang secara teratur atau reguler
- 2) Konsumen membeli produk-produk lain bukan satu produk saja yang ditawarkan oleh produsen
- 3) Konsumen merekomendasikan teman-temannya untuk membeli produk yang sama ke tempat yang sama
- 4) Konsumen tidak mudah beralih ke produk lain (Mustofa, 2016: 44).

Terdapat 8 tahap agar nasabah menjadi loyal, yaitu:

- 1) *Suspect*, merupakan semua orang yang mungkin akan membeli barang atau jasa perusahaan.
- 2) *Prospect*, merupakan orang-orang yang memiliki kebutuhan tertentu dan mempunyai kemampuan untuk melakukan pembelian. Pada tahap ini, konsumen belum melakukan pembelian, tetapi telah mengetahui keberadaan perusahaan serta barang atau jasa yang ditawarkan.
- 3) *Disqualified Prospect*, merupakan orang yang mengetahui barang atau jasa tertentu, tetapi tidak mempunyai kemampuan dan keinginan untuk membeli barang atau jasa tersebut.
- 4) *First time costomer*, merupakan konsumen yang membeli barang atau jasa pertama kali.
- 5) *Repeat costomer*, merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan lebih dari satu kali.
- 6) *Client*, merupakan konsumen yang membeli semua barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan yang mereka butuhkan. Hubungan dengan konsumen ini sangat kuat dan berlangsung

lama sehingga mereka tidak terpengaruh lagi oleh tarikan produk atau jasa dari pesaing.

- 7) *Advocate*, merupakan client yang membeli seluruh barang atau jasa yang dibutuhkan atau ditawarkan, serta melakukan pembelian secara teratur. Selain itu, mereka mendorong orang lain untuk membeli barang atau jasa tersebut.
- 8) *Partner*, merupakan bentuk hubungan yang paling kuat antara pelanggan dengan perusahaan. Hubungan ini berlangsung secara terus-menerus karena kedua pihak melihatnya sebagai hubungan yang saling menguntungkan (Rangkuti, 2017: 3-4).

c. Tingkatan Loyalitas Nasabah

Selain kualitas layanan, penentu loyalitas nasabah bank syariah selanjutnya adalah kepuasan nasabah baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam menciptakan dan menjaga loyalitas nasabah, bank harus dapat memberikan kepuasan maksimal kepada para nasabahnya. Kepuasan ini diperoleh apabila harapan nasabah akan layanan yang diberikan oleh perbankan ternyata benar-benar terpenuhi. Kebanyakan nasabah sebelum meninggalkan atau memutuskan untuk tidak menggunakan layanan suatu bank, terlebih dahulu mengalami berbagai masalah dan menyampaikan keluhan atas masalah yang dialami kepada bank.

Kepuasan nasabah atas kualitas layanan yang diberikan oleh bank syariah akan memberikan rasa aman kepada nasabah dan berujung kepada keinginan untuk tetap menggunakan bank syariah. Layanan jasa perbankan baik itu berupa layanan jasa simpanan (tabungan) layanan jasa pembiayaan tidak banyak berbeda antara satu bank dengan bank yang lainnya. Dalam kondisi layanan yang diberikan adalah generik, maka indiferensi nasabah menjadi tinggi. Nasabah akan dengan sangat cepat berpindah ke bank lain bila dia merasa tidak puas atas kualitas layanan yang diberikan oleh suatu bank. Kualitas layanan yang prima akan berdampak kepada

loyalitas nasabah yang puas yang selanjutnya akan berdampak kepada loyalitas nasabah (Wahyoedi, 2022: 19-20)

Adapun tingkatan loyalitas, Oliver membagi tingkatan loyalitas nasabah ke dalam empat tahap, yaitu:

- 1) Loyalitas kognitif, merupakan tahap dimana pengetahuan langsung maupun tidak langsung konsumen akan merek dan manfaatnya, yang dilanjutkan dengan pembelian berdasarkan pada keyakinan akan superioritas yang ditawarkan. Pada tahap ini, dasar kesetiaan adalah informasi tentang produk dan jasa yang tersedia bagi konsumen
- 2) Loyalitas afektif, sikap *favorable* konsumen terhadap merek yang merupakan hasil dari konfirmasi yang berulang dari harapan selama tahap *cognitively loyalty* langsung. Pada tahap ini, dasar kesetiaan adalah pada sikap dan komitmen konsumen terhadap produk dan jasa sehingga pada tahap ini telah terbentuk suatu hubungan yang lebih mendalam antara konsumen dengan penyedia produk dan jasa dibandingkan pada tahap sebelumnya
- 3) Loyalitas konatif, intensif membeli ulang sangat kuat dan memiliki keterlibatan tinggi yang merupakan dorongan motivasi
- 4) Loyalitas tindakan, menghubungkan penambahan yang baik untuk tindakan serta keinginan untuk mengatasi kesulitan seperti pada tindakan kesetiaan (Mustofa, 2016: 44-45).

d. Faktor-faktor yang membentuk Loyalitas Nasabah

Upaya untuk mempertahankan nasabah merupakan upaya membangun loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah merupakan niat atau kecenderungan nasabah untuk membeli kembali dari perusahaan yang sama di masa yang akan datang. Loyalitas nasabah merupakan salah satu tema riset pemasaran yang menjadi perhatian utama disebabkan kuatnya persaingan, terutama dalam

industri jasa sebagai akibat meningkatnya persaingan di antara sesama penyedia jasa. Hubungan antara loyalitas nasabah dengan penyedia jasa menjadi lebih intens dalam industri jasa di mana ada berbagai pilihan dan layanan inovatif yang muncul dengan cepat. Nasabah yang loyal yaitu nasabah yang memegang sikap yang menguntungkan suatu organisasi, merekomendasikan organisasi kepada konsumen lain dan melakukan pembelian ulang sekaligus nasabah yang tetap setia kepada penyedia layanan (Wahyoedi, 2022: 12).

Adapun faktor-faktor yang membentuk loyalitas nasabah menurut (Lupiyoody, 2001) dalam menentukan kepuasan ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain:

- 1) Kualitas produk adalah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau jasa yang hasilnya menyebabkan barang atau jasa tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa hasil dari barang dan jasa tersebut dimasukkan.
- 2) Kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.
- 3) Emosi adalah salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia, karena emosi merupakan motivator perilaku dalam arti meningkatkan namun juga dapat menggunakan perilaku intensional manusia.
- 4) Harga adalah nilai dari suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam bentuk uang.
- 5) Biaya merupakan harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan atau *revenue* yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan (Ramadani, 2019: 68).

e. Dampak buruk akibat salah mengelola keluhan pelanggan

Ternyata kesalahan dalam mengelola keluhan atau *komplain* pelanggan (*handling customer complaint*) dapat membuat bisnis yang dijalankan menjadi hancur berantakan. Menurut Jazak Afriansyah, seorang *coach, trainer* (ACT) of *Professional Skill Series* dan penulis Buku Seri Keahlian Professional, kesalahan itu akan berdampak pada kejadian-kejadian dibawah ini:

- 1) *Lost Trust From Customer*. Pelanggan kehilangan kepercayaan terhadap penjual, produk yang dijual dan perusahaan atau korporasi
- 2) *Negative Campaign*. Pelanggan akan menceritakan kekecewaannya kepada pelanggan yang lain paling tidak kepada 20 orang. Hal ini berbasis kepada riset empiris melalui media sosial, dampak kedua ini merupakan awal dari menurunnya kekuatan merek suatu produk, jasa bahkan korporasi.
- 3) *Lost Opportunity to Recruit New Customer*. Penjual atau korporasi akan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan penjualan dari pelanggan baru. Secara logis disebabkan kampanye negatif yang terlanjur membanjir di media sosial.
- 4) *High Cost and Huge Effort*. Biaya untuk mengatasi pelanggan yang kecewa akibat penanganan yang tidak tepat mencapai 4 kali lipat dari biaya untuk merekrut pelanggan baru. Di saat yang sama upaya untuk memperbaiki hubungan yang telah rusak juga membutuhkan kerja ekstra dan waktu yang cukup lama untuk memulihkannya.
- 5) *Confirm the Current Negative Perception*. Kegagalan mengatasi keberatan, semakin membenarkan persepsi pelanggan terhadap keluhannya mengenai produk atau jasa yang dijual. Begitu juga dengan persepsi negatif terhadap korporasi yang bersangkutan.

- 6) *Damaging Reputation and Image*. Yang paling serius adalah citra perusahaan bisa terguras habis, berdampak pada hancurnya *brand image* produk jasa yang dijual.
- 7) *Lost Revenue and Lost Profit*. Hasil akhirnya perusahaan kehilangan *revenue* atau penghasilan akibat banyak pelanggan yang beralih memilih produk dan jasa lainnya.

Adapun cara untuk mengatasi keluhan pelanggan, yaitu Pertama-tama harus mengerti apa yang dimaksud dengan keluhan pelanggan. Keluhan pelanggan merupakan ungkapan ketidakpuasan terhadap suatu produk jasa. Tidak semua keluhan pelanggan terungkap dengan jelas. Ada juga yang berdampak langsung terhadap kinerja perusahaan tetapi biasanya dampaknya tidak langsung dirasakan. Sehingga kemampuan mendeteksi keluhan pelanggan harus dimiliki oleh perusahaan. Keluhan pelanggan merupakan indikasi atau cermin untuk memperbaiki hal-hal yang tidak sesuai dalam perusahaan. Keluhan yang terungkap biasanya berdasarkan tingkat kepentingan pelanggan terhadap produk dan harga produk tersebut. Pelanggan yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi terhadap suatu produk jasa biasanya akan lebih mudah untuk menyampaikan komplain jika tidak puas. Pelayanan yang sama akan terasa berbeda kepentingan penggunaannya jika digunakan oleh pelanggan yang berbeda pada waktu yang berbeda. Contohnya, pembelian payung oleh seorang ibu yang akan berangkat ke pasar saat hujan berbeda tingkat kepentingannya dengan pembelian payung di siang hari yang cerah oleh seorang pemuda yang ingin memberi hadiah pada kekasihnya (Fatihudin & Firmansyah, 2019: 226-228).

f. Cara mengukur Loyalitas Nasabah

Pelanggan merupakan pihak yang memaksimalkan nilai, para pemasar harus menentukan jumlah nilai bagi pelanggan dan jumlah biaya yang ditawarkan setiap pesaing untuk mengetahui

bagaimana posisi penawaran mereka sendiri. Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari pandangan terhadap kinerja produk dan harapan pembeli. Banyak perusahaan yang bertujuan TCS (*Total Customer Satisfaction*). Sehingga para manajer pemasaran mempunyai tanggung jawab yang terpusat pada kualitas, yaitu mereka harus berpartisipasi dalam merumuskan strategi dan kebijakan yang dirancang untuk membantu perusahaan agar unggul dalam persaingan melalui keistimewaan kualitas total termasuk kualitas pemasaran dan kualitas produksi. Adapun alasan perusahaan harus mengedepankan pelanggan, yaitu:

- 1) Pelanggan merupakan orang yang penting dari segala urusan bisnis
- 2) Pelanggan tidak tergantung kepada perusahaan, tetapi perusahaanlah yang tergantung pada mereka
- 3) Pelanggan membentuk perusahaan dan pantaslah mendapat pelayanan dari perusahaan dengan baik
- 4) Pelanggan bukanlah benda yang dapat dihitung dengan statistik, melainkan pelanggan merupakan manusia yang hidup dan memiliki perasaan dan emosi
- 5) Pelanggan bukanlah seseorang yang dapat didebat dan dipertanyakan seleranya
- 6) Pelanggan merupakan mereka yang datang dengan keinginan, kebutuhan dan harapan dengan demikian tugas perusahaan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Untuk mengetahui, mengukur atau memantau kepuasan pelanggan, ada beberapa metode yang dapat digunakan, yaitu:

- 1) Sistem keluhan dan saran. Contohnya: menyediakan kotak saran dan keluhan, kartu komentar, dan *customer hot lines*.
- 2) Survey kepuasan pelanggan. Contohnya: dengan questioner baik dikirim lewat pos ataupun diberikan pada saat pelanggan

berbelanja, serta pembicaraan secara pribadi lewat telepon ataupun wawancara langsung.

- 3) *Lost Customer Analysis*. Contohnya: perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli dari perusahaan atau mereka yang telah beralih ke pesaing.
- 4) *Sales related methode*. Kepuasan pelanggan diukur dengan kriteria pertumbuhan penjualan, pangsa pasar dan rasio pembelian ulang.
- 5) *Customer panels*. Contohnya: perusahaan membentuk panel pelanggan yang nantinya dijadikan sampel secara berkala untuk mengetahui apa yang mereka rasakan dari perusahaan dan semua pelayanan perusahaan.

Perusahaan harus memperhatikan kepuasan pelanggan, karena memiliki banyak manfaat yang dapat diambil perusahaan, yaitu:

- 1) Reputasi perusahaan semakin positif di mata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya
- 2) Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
- 3) Memungkinkan terciptanya rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan sehingga semakin banyak orang yang membeli dan menggunakan produk tersebut
- 4) Meningkatkan keuntungan
- 5) Mendorong setiap anggota organisasi untuk bekerja dengan tujuan serta kebanggan yang lebih baik (Shinta, 2011: 25-26).

B. Penelitian Yang Relevan

Penelusuran terhadap penelitian terdahulu yang relevan merupakan referensi awal melangkah dalam melakukan penelitian ini. Selain itu, penelusuran terhadap penelitian terdahulu yang relevan juga sebagai sarana menghindar publikasi, pabrikan, dan plagiasi terhadap penelitian-penelitian lain dengan tema yang sejenis. Melalui penelitian terdahulu

yang relevan dengan penelitian ini perlu menjadi landasan sebagai pembeda dengan hasil penelitian dari penelitian sebelumnya (Caswita, 2021: 90).

1. Tutie Alawiyah (2019), mahasiswa Universitas Islam Negeri Wali Songo Semarang, dengan judul: “Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Kepada Anggota Pada KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen”. Masalah dalam penelitian ini adalah BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen dalam menjalankan bisnisnya sering kali mendapatkan hambatan-hambatan yang menyebabkan transaksi tertunda yaitu jaringan bermasalah karena di Cabang Bawen menggunakan jaringan wifi yang ekonomis, dan juga server eror di kantor pusat karena pengelola sistem yang kurang berkualitas/ahli dibidangnya. Fasilitas di kantor-kantor cabang yang kurang memadai, dan kurangnya sumber daya manusia yang sesuai dibidangnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: strategi peningkatan kualitas pelayanan di BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen sudah hampir memenuhi standar pelayanan yaitu dengan mengajarkan pengetahuan serta keahlian dalam kegiatan yang dilakukan setiap hari sabtu. Pada BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen terdapat pelatihan pengelola dengan tujuan agar kualitas pelayanan di BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen semakin meningkat. Selain mengadakan pelatihan terpenuhi kualitas pelayanan yang bagus seperti berpakaian yang rapi dan kompak, berkomunikasi yang baik dan juga menyesuaikan bahasa bicara para anggota. BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen juga sudah mengikuti perkembangan teknologi dengan adanya transaksi berbasis online, sehingga memudahkan pengelola serta anggota dalam bertransaksi agar kegiatan transaksi pun menjadi efektif dan efisien.
2. Yayang Marentisna Sina Boci (2019), mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul: “Strategi Pelayanan Pegawai *Frontliner* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank

Syariah Mandiri KC Cibinong”. Masalah dalam penelitian ini yaitu pada era globalisasi persaingan antara perbankan di Indonesia semakin ketat terutama mengenai pelayanan. Kondisi tersebut tentu saja menuntut BSM KC Cibinong untuk dapat menerapkan strategi yang tepat guna menyikapi peluang dan tantangan tersebut, maka hal tersebut membawa dampak positif terhadap eksistensi dan perkembangan BSM KC Cibinong ditengah pesatnya perkembangan industri perbankan di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan pegawai *frontliner* diterapkan melalui proses formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi. Dengan menerapkan strategi tersebut, BSM KC Cibinong telah mengalami peningkatan sebanyak 6.461 nasabah ditahun 2019. Dengan meningkatnya loyalitas nasabah, hal tersebut membawa dampak positif terhadap eksistensi dan perkembangan Bank Syariah Mandiri terutama dalam pelayanan guna meningkatkan loyalitas nasabah di wilayah Jabodetabek.

3. Rinda Feni Yolanda (2020), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, dengan judul: “Strategi Pelayanan Prima *Customer Service* Perspektif Bisnis Islam Di BPRS Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning”. Masalah dalam penelitian ini adalah BPRS Kas Bukit Kemuning belum memenuhi keinginan nasabah. Selain itu, *customer service* belum sepenuhnya menggunakan konsep-konsep pelayanan dalam menjalankan tugasnya. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Pelayanan prima yang dilakukan oleh BPRS Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning dengan meningkatkan kualitas pegawainya khususnya *customer service* yang memiliki tugas berhubungan langsung dengan nasabah keberhasilan dalam melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari dua strategi yang pertama ada 5 strategi mengenai pelayanan prima yaitu bukti nyata,

keandalan (*reliability*), kesigapan (*responsiveness*), empati (*empathy*), dan jaminan (*assurance*). Dalam kehandalan ada beberapa yang kurang seperti kurangnya kelengkapan peralatan *banking hall* (alat tulis, browser, tempat duduk, dan kurang luasnya area kantor), dan kurangnya area lokasi penyimpanan kendaraan dan parkir khusus nasabah. Keandalan yaitu karyawan yang kurang menerapkan 3S seperti salam, terkadang *customer service* belum sepenuhnya selalu mengucapkan salam dalam melayani nasabah. Kesigapan seperti karyawan dengan sigap menghadapi nasabah yang memerlukan bantuan atau keluhan. Empati dan terakhir jaminan yang mampu melakukan tugas-tugasnya dalam menjawab atau menjelaskan yang tepat atas pertanyaan nasabah. Adapun yang kedua menurut perspektif bisnis Islam meliputi kesatuan, kehendak bebas, tanggungjawab, terakhir keseimbangan dan keadilan. Dengan demikian pelayan yang diberikan BPRS Kas Bukit Kemuning termasuk dalam kategori yang baik dan cukup sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah, tetapi masih ada yang belum sesuai yaitu masih kurang dalam pelaksanaan strategi pelayanan prima tersebut.

4. Jurnal Ilmiah yang ditulis oleh Nina Indah Febriana (2016), dengan judul: “Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”. Masalah dalam penelitian ini adalah perkembangan Bank Syariah di Tulungagung saat ini dikatakan semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari berdirinya kantor-kantor cabang baru dari bank-bank syariah. Bank syariah yang ada di Tulungagung semakin berlomba-lomba untuk memperbaiki fasilitas yang dimilikinya, seperti penambahan jumlah ATM, perekrutan karyawan untuk menyeleksi karyawan terbaik, serta fasilitas lain yang memudahkan nasabahnya. Metode penelitiannya bersifat kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pertama, dimensi CARTER yang terdiri dari dimensi *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan

responsiveness, secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah BMI KCP Tulungagung. Dan dimensi *assurance* merupakan dimensi yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah BMI KCP Tulungagung, sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah BMI KCP Tulungagung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMI KCP Tulungagung yang terangkum kedalam 6 dimensi CARTER. Kedua, terdapat kesenjangan antara harapan dengan persepsi nasabah atas kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh pihak BMI KCP Tulungagung lebih tinggi dari pada kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh BMI KCP Tulungagung. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil analisis gap yang menunjukkan bahwa pada masing-masing dimensi kualitas pelayanan memiliki kesenjangan atau gap antara harapan nasabah dengan kinerja atas pelayanan yang diberikan oleh BMI KCP Tulungagung. Ketiga, indikator-indikator yang perlu menjadi prioritas BMI KCP Tulungagung untuk dikembangkan dan diperbaiki kualitasnya untuk meningkatkan kepuasan nasabah adalah sebagai berikut: indikator pada dimensi *compliance*, indikator pada dimensi *reliability*, indikator pada dimensi *tangibles*, dan indikator pada dimensi *empathy*.

5. Jurnal ilmiah yang ditulis oleh Sri Budi Cantika Yuli (2012), dengan judul “Kualitas Layanan Bagi Nasabah Di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dalam pelayanan yang diberikan *teller* dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang telah sesuai dengan prosedur pelayanan atau aliran jasa yang diberikan kepada nasabah dari kegiatan nasabah menunggu antrian hingga *teller* menyelesaikan transaksi dengan nasabah. Jenis-jenis pelayanan *teller* di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dilakukan dengan memberikan pelayanan secara langsung maupun via telepon. Pelayanan yang diberikan kepada

nasabah secara prinsip garis besar pelayanan adalah sama yaitu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Peran *teller* pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang yang dilakukan selama ini sudah sangat baik dan sangat memuaskan nasabah. Hal ini terbukti pada lima dimensi kualitas pelayanan menunjukkan bahwa rata-rata skor penilaian nasabah sebesar 130,53 yang berarti sangat memuaskan. Karyawan bagian *teller* sangat antusias, fokus pada kebutuhan nasabah, sangat memahami produk yang ada sehingga dapat menjelaskan fitur produk pada nasabah, hal ini terbukti bahwa daya tanggap *teller* sangat cepat dan akurat, sangat sabar dalam memberikan pengertian dengan detail mengenai permasalahan yang ada. Jaminan pelayanan memberikan rasa aman, kemampuan berkomunikasi yang tinggi, empati dalam membantu nasabah, bersikap fleksibel, penampilan karyawan rapi, selalu mempersiapkan segala peralatan. Namun, kinerja karyawan bagian *teller* PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang belum sepenuhnya memenuhi standar.

Berdasarkan penelitian diatas, secara umum dapat dibuktikan bahwa penelitian yang penulis lakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu, dari apa yang akan diteliti dan dari segi tempat penelitiannya. Pada penelitian ini penulis meneliti di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Dari segi permasalahannya juga berbeda dari penelitian sebelumnya, yang mana pada penelitian penulis kali ini, ingin melihat Bagaimana Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada di lapangan. Sedangkan metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi di mana penulis sebagai instrumen kunci, pengumpulan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, dan teknik pengumpulan dengan wawancara dan dokumentasi (Anggito & Setiawan, 2018: 8). Alasan penulis menggunakan jenis penelitian ini karena ingin menjelaskan tentang Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek penelitian ini adalah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar yang beralamat di Jl Prof Dr. Hamka No. 1 Batusangkar. Tanah Datar.

**Tabel 1.1
Jadwal Kegiatan Penelitian**

Kegiatan	Tahun 2021-2022																											
	Desember				Januari				Februari				April				Mei				Juni							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Pengajuan proposal																												

pedoman wawancara dari pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar yaitu wakil pimpinan, *customer service*, dan marketing, yang dapat memberikan informasi dan data-data mengenai permasalahan yang penulis teliti.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan membaca, melihat atau mendengarkan. Data ini biasanya berasal dari data primer yang sudah diolah oleh peneliti sebelumnya (Kusumastuti & Khoiron, 2019: 34). Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dan dokumen-dokumen seperti laporan jumlah nasabah, brosur-brosur, serta data-data tertulis lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang penulis lakukan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Sedangkan data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah pertanyaan yang dilakukan secara verbal kepada orang-orang yang dianggap dapat memberikan informasi atau penjelasan hal-hal yang dipandang perlu (Mamik, 2015: 103-109). Dalam penelitian ini penulis mewawancarai wakil pimpinan, *customer service*, marketing, dan juga nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan suatu cara untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya. Sebagian besar literature yang digunakan dalam penelitian ini berupa

buku-buku tentang teori yang berhubungan tentang penelitian ini (Siyoto & Sodik, 2015: 77-78).

Dokumentasi dalam penelitian ini berbentuk laporan dan dokumen-dokumen yang terkait dengan kualitas pelayanan dan jumlah nasabah serta berkaitan juga dengan upaya Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam menjaga loyalitas nasabah.

F. Teknik Analisis Data

Tujuan dilakukannya teknik analisis data adalah untuk mencari makna dibalik kata yang melalui pengakuan subjek pelakunya. Peneliti dihadapkan kepada berbagai objek penelitian yang semuanya menghasilkan data yang membutuhkan analisis. Data yang didapat dari objek penelitian memiliki kaitan yang masih belum jelas. Oleh karena itu, analisis diperlukan untuk mengungkap kaitan tersebut secara jelas sehingga menjadi pemahaman umum. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Reduksi data bisa dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi.

Dalam penelitian ini, data yang direduksi berasal dari hasil wawancara. Penulis mereduksi data dengan cara mengelompokkan data sesuai dengan rumusan masalah yang ada.

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan.

Pada tahap ini penulis memaparkan hasil wawancara dengan wakil pimpinan, *customer service*, marketing, dan juga nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Setelah data direduksi, maka

penulis menyajikan data. Penyajian data dilakukan dalam bentuk naratif.

3. Kesimpulan atau verifikasi

Merupakan tahap akhir dalam proses analisis data. Pada tahap ini, penulis mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut (Siyoto & Sodik, 2015: 121-124).

G. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Teknik penjamin keabsahan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Dengan kata lain, bahwa triangulasi ini penulis dapat *me-recheck* temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori (Kusumastuti & Khoiron, 2019: 76-77).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi sumber, di mana penulis melakukan wawancara dengan pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar yaitu wakil pimpinan, *customer service*, marketing, dan juga nasabah. Dalam teknik penjaminan keabsahan data, penulis melakukan dengan cara kualitatif, di mana penulis melakukan wawancara. Selanjutnya, penulis menjamin keabsahan data dengan pedoman wawancara dari beberapa pertanyaan.

BAB IV

TEMUAN / HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar

1. Sejarah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar

Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumatera Barat secara resmi berdiri pada tanggal 12 Maret 1962 dengan nama “PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat” yang disahkan melalui Akta Notaris Hasan Qalbi di Padang. Pendirian tersebut dipelopori oleh Pemerintah Daerah beserta tokoh masyarakat dan tokoh pengusaha swasta di Sumatera Barat atas dasar pemikiran perlunya suatu lembaga keuangan yang berbentuk bank. Yang secara khusus membantu pemerintah dalam melaksanakan pembangunan di daerah. Badan hukum PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat ini disahkan melalui Surat Keputusan Wakil Menteri Pertama Bidang Keuangan Republik Indonesia No: BUM/9-44/II tentang Izin Usaha PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat dengan kedudukan di Padang.

Dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 13 tanggal 16 Agustus 1962 tentang ketentuan-ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, maka dasar hukum Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat diganti dengan peraturan Daerah Tingkat I Provinsi Sumatera Barat No. 4 sehingga PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat diubah menjadi Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat. Dalam perjalanannya tahun 1996 melalui perdana No. 2/1996 disahkan penyebutan nama (*call name*) sebagai “Bank Nagari” dengan maksud untuk lebih dikenal, membangun *brand image* sekaligus mengimpresikan tatanan sistem pemerintah di Sumatera Barat.

Sesuai dengan perkembangan dan untuk lebih leluasa dalam menjalankan bisnis, tanggal 16 Agustus 2006 status Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat berubah dari Peraturan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT) melalui perda no. 3 tahun 2006 yang disahkan melalui Keputusan Menteri Hukum dan

HAM No: W3-00074 HT.01.01-TH.2007 tanggal 4 April 2007. Saat ini Bank Nagari telah berstatus Bank Devisa serta telah memiliki Unit Usaha Syariah. Bank Nagari juga merupakan Bank Pembangunan Daerah yang membuka Kantor Cabang di luar daerah.

Berawal dari semangat perjuangan yang berakar pada sejarahnya, Bank Nagari bertekad untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi *stakeholder*, serta senantiasa menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi dan Pembangunan Daerah serta membantu meningkatkan taraf hidup rakyat. Saat ini Bank Nagari terus memperkokoh tradisi tata kelola perusahaan yang baik, kepatuhan penuh pada regulasi, pengelolaan risiko secara baik dan komitmen pada nasabah. Bank Nagari juga bertekad untuk terus memperluas pangsa pasar dan berperan serta dalam meningkatkan fungsi intermediasi keuangan dalam usaha mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut maka Bank Nagari membuat Visi dan Misi perusahaan sesuai SK Direksi Bank Nagari Nomor 074/DIR/11-2007 tanggal 24 November 2008 untuk memperjelas langkah Bank Nagari ke depan. Sejak dikeluarkannya Undang-Undang Perbankan No. 10 tahun 1998 yang membolehkan Bank Umum menggunakan *dual banking system* dimana Bank Konvensional dapat membuka unit usaha syariahnya. Telah banyak Bank Umum yang membuka Unit Usaha Syariah untuk meningkatkan target pasar bank.

Untuk memperluas jangkauan target pasar Bank Nagari, khususnya umat Islam, Bank Nagari mendorong partisipasi masyarakat yang lebih besar dalam kegiatan ekonomi, meningkatkan kualitas layanan produk dan jasa sehingga memperkuat daya saing Bank Nagari, meningkatkan sumber pendapatan dalam rangka memperkuat produktifitas dan kesehatan di masa depan serta pengolahan dana haji yang akan dilakukan melalui Bank Syariah, maka berdasarkan latar belakang diatas Bank Nagari membuka Kantor Cabang Syariah untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Berdasarkan PBI No. 8/3/PBI/2006 pasal 11 ayat 1, bank yang akan membuka kantor untuk melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah wajib membentuk Unit Usaha Syariah di Kantor Pusat Bank, maka Bank Nagari harus membentuk Unit Usaha Syariahnya yang berkedudukan di Padang sesuai dengan Anggaran Dasar Bank Nagari dengan Akta Notaris Hendri Final No. 1 tanggal 1 Februari 2007 dan pengesahan Menteri Kehakiman No. W3-00074 HT.01.01-TH 2007 tanggal; 4 April 2007. Dengan modal awal sebesar Rp 1.600.000.000,- didirikanlah Unit Usaha Syariah (UUS) yang telah mendapat izin usaha pembukaan kantor Cabang Syariah dari Bank Indonesia No. 9/50.DPbS/Pdg tanggal 26 April 2007, sehingga terhitung sejak tanggal 4 Mei 2007 kantor Bank Nagari Cabang Syariah Padang mulai beroperasi. Untuk pengembangan, UUS Bank Nagari menambahkan modalnya sehingga total modal UUS Bank Nagari sampai saat ini adalah Rp 250.000.000.000,-. Sasaran dari Bank Nagari Syariah yaitu mempunyai pangsa pasar yang besar di Sumatera Barat dan beroperasi secara sehat dan menjadi andalan profitabilitas Bank Nagari. Untuk mewujudkan sasaran diatas sejak bulan Januari 2008 Bank Nagari Syariah telah memiliki jaringan kantor yang terdiri dari 2 Kantor Cabang Syariah, dan 6 Kantor Cabang Pembantu Syariah.

Dalam menghadapi peluang dan ancaman pasar perekonomian maka UUS Bank Nagari mempunyai visi yang merupakan tujuan jangka panjang: “Menjadi Unit Usaha Syariah yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian yang mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis syariah dan transaksi riil dalam kerangka keadilan, tolong menolong, dan menuju kebaikan guna mencapai kemaslahatan masyarakat”.

Untuk mencapai visi dari UUS Bank Nagari yang merupakan tujuan jangka panjangnya. Maka perlu ditetapkan misi dari UUS Bank Nagari yaitu: “Meningkatkan posisi Bank Nagari melalui layanan

Perbankan Syariah yang aman, adil, dan saling menguntungkan , serta dikelola secara professional dan penuh amanah”.

Dengan meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap perbankan yang berprinsip syariah, maka Bank Nagari kembali membuka Cabang Syariah, yaitu Cabang Syariah Payakumbuh pada tanggal 12 Juni 2008. Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh memiliki 3 Cabang Pembantu Syariah, yaitu Cabang Pembantu Syariah Padang Panjang, dan Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi, dan Cabang Pembantu Syariah Batusangkar yang mulai beroperasi pada tanggal 26 Desember 2013 yang beralamat di Jl Prof Dr. Hamka No. 1 Batusangkar. Tanah Datar (Dokumen Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar).

2. Visi dan Misi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar

Adapun visi PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat adalah: “Menjadi Bank Pembangunan Daerah Termuka dan Terpercaya di Indonesia”. Menjadi Bank Pembangunan Daerah yang terkemuka dalam arti dikenal dan menonjol di Indonesia. Terpercaya memberi arti bahwa bank sudah menjalankan prinsip-prinsip pengelolaan perusahaan yang baik memberikan layanan yang memuaskan dan kepatuhan terhadap peraturan dengan kejujuran.

Sedangkan misi PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat adalah:

- a. Memberikan kontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat
- b. Memenuhi dan menjaga kepentingan *stakeholder* secara konsisten dan seimbang.

Adapun motto/slogan (*tagline*) adalah Bersama Membina Citra Membangun Negeri. Motto/Slogan adalah suatu pernyataan semangat atau keinginan yang dapat mendorong setiap individu untuk berbuat sesuai dengan motto/slogan/*tagline* yang dimaksud Membina Citra yaitu aktivitas majemuk atas keinginan untuk menciptakan citra diri

yang positif seperti pelayanan yang baik, kejujuran, dan ketulusan serta integritas yang tinggi dalam melaksanakan tugas. Bila citra baik sudah didapat, maka akan diharapkan menjadi daya magis *stakeholders* untuk bersama-sama membangun negeri (Dokumen Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar).

3. Logo Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar



Gambar 2. 1 Logo Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar

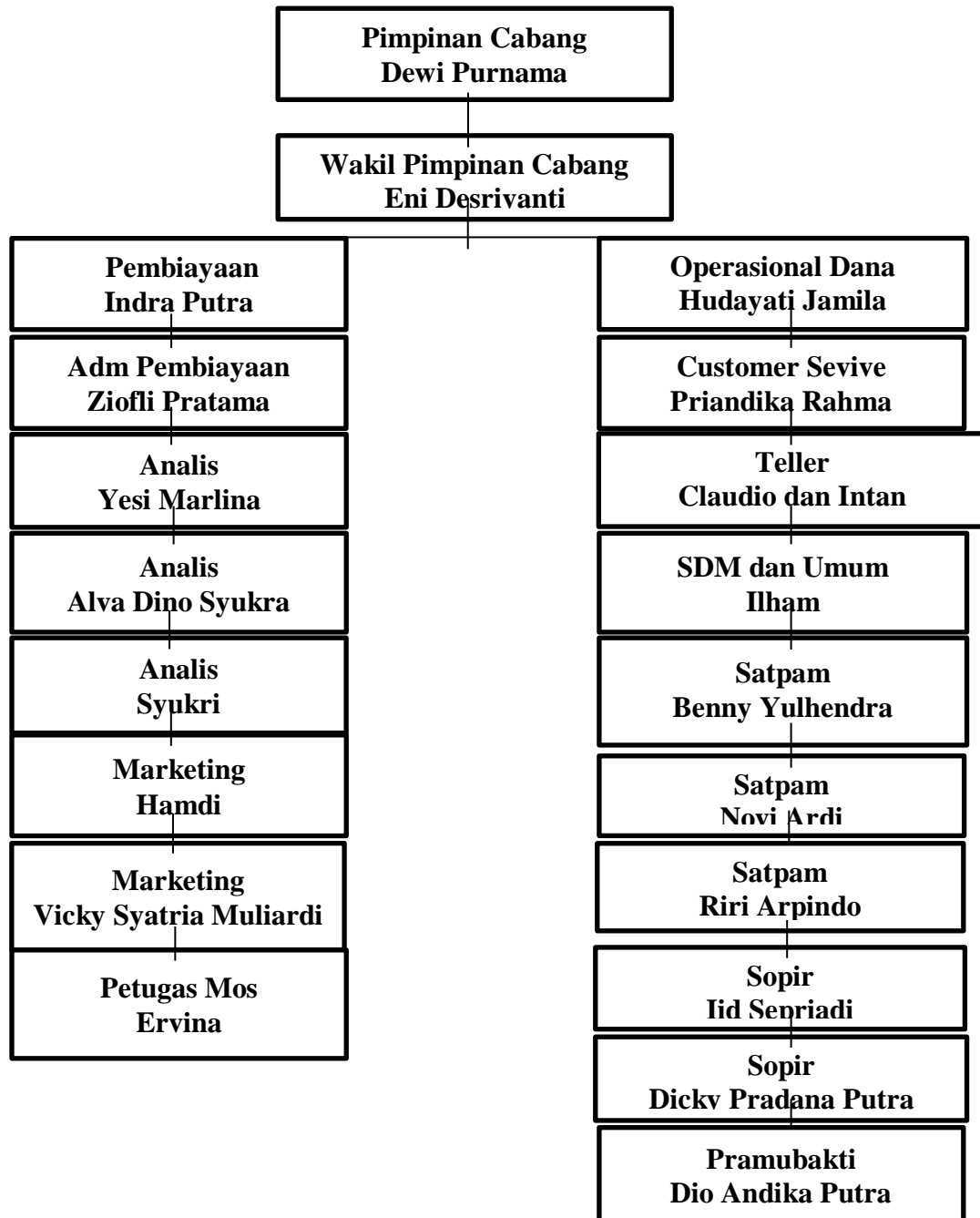
Makna dari logo Bank Nagari Cabang Syariah yaitu sebagai berikut:

- a. Bertemakan buana, yaitu sebagai lintasan orbital yang ilusif mencerminkan gerak berkesinambungan (*sustainability*), selain sebagai buana bagi masyarakat Minang bentuk ini dapat dipersepsikan sebagai bentuk tanduk kerbau yang mengartikulasikan makna Minangkabau. Kedua persepsi tersebut dapat dimaknai bahwa Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat berlandaskan falsafah Minang yang secara konsisten menetapkan visi ke depan untuk berkembang ke arah global.
- b. Merupakan ikon berlian (*diamond*) yang secara konfigurasi memberikan indeks tentang sebuah untaian, untaian dari dua buah unsur segitiga dan satu bujur sangkar. Bagi masyarakat Minang dimaknai sebagai “*Tigo tali sapilin, tigo tungku sajarang*”. Selain

itu konfigurasi ini dapat juga dipersepsikan sebagai dasi kupu-kupu yang menandakan tentang *profesionalisme* dalam bisnis perbankan dan ikon berlian dapat diinterpretasikan sebagai suatu yang bernilai tinggi. Makna simbolik tersebut secara komprehensif menunjukkan bahwa Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat menjunjung tinggi nilai falsafah tradisi Minang sebagai landasan dalam menjalankan profesionalisme bisnis perbankan.

- c. Logo tipe Bank Nagari memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi secara psikologis mereprestasikan ketegasan, yaitu:
- 1) Warna biru, yaitu menyiratkan modernitas intitusi yang berorientasi ke depan dengan dukungan teknologi informasi digital
 - 2) Warna merah, yaitu menyiratkan tentang semangat, progresifitas, keberanian berinovasi untuk selalu menjadi yang terdepan
 - 3) Warna kuning, yaitu melambangkan keagungan (mempunyai undang dan hukum)
 - 4) Warna hitam, yaitu melambangkan ketahanan, “Tahan Tapo” (tempa) serta mempunyai budi dan akal (Dokumen Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar).

4. Struktur Organisasi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar

5. Produk-Produk Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar

a. Produk Dana

1) Giro Wadiah

Giro wadiah merupakan penitipan Dana Pihak Ketiga (DPK) pada Bank berdasarkan prinsip *wadi'ah yad dhamanah* untuk perorangan, badan hukum atau perusahaan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, kwintasi atau alat perintah bayar lainnya. Cek merupakan surat perintah pembayaran sejumlah uang bagi nasabah pemilik rekening giro dengan cara tunai. Bilyet giro merupakan surat perintah pemindahbukuan dari penarik (nasabah) kepada bank untuk pemindahbukuan sejumlah dana tertentu kepada pihak yang identitasnya tercantum diwarkat pada bank tertentu atas beban rekening penarik. Dengan kata lain, perbedaan antara cek dan bilyet giro adalah cek untuk penarikan tunai sedangkan bilyet giro untuk pemindahbukuan bagi nasabah pemilik rekening giro.

2) Tabungan Sikoci Syariah

Merupakan simpanan dana pihak ketiga pada bank berdasarkan prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah* untuk perorangan, badan usaha/hukum yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat pembayaran lainnya yang dapat dipermasakan dengan itu. Tabungan sikoci syariah yang ditawarkan oleh Bank Nagari Cabang Syariah memiliki dua prinsip operasional, yaitu:

a) Tabungan Sikoci *Mudharabah*

Tabungan Sikoci *Mudharabah* merupakan tabungan nasabah yang diinvestasikan oleh bank untuk kegiatan penyaluran dana di mana pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening. Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan

nisbah keuntungan yang menjadi haknya. Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

b) Tabungan Sikoci *Wadi'ah*

Tabungan Sikoci *Wadi'ah* merupakan tabungan yang bersifat simpanan dan dapat diambil kapan saja oleh penabung berdasarkan kesepakatan. Tabungan *wadi'ah* ini tidak diberikan imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari bank.

3) Tabungan Tahari Syariah

Tabungan Tahari Syariah merupakan salah satu produk tabungan bank nagari yang diperuntukkan bagi masyarakat muslim, penabung perorangan yang mempunyai niat untuk menunaikan ibadah haji. Adapun tujuan penggunaannya yaitu untuk memfasilitasi kebutuhan nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji.

4) Tabungan-Ku

5) Deposito *Mudharabah*

Deposito *Mudharabah* merupakan simpanan nasabah pihak ketiga kepada bank berdasarkan prinsip *mudharabah* yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah dengan bank. Di mana dalam deposito *mudharabah* ini penarikannya dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Jangka waktu yang dapat dipilih antara lain 1, 3, dan 12 bulan. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pada saat pembukaan rekening. Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

b. Produk Pembiayaan

1) *Murabahah* (Jual Beli)

- a) *Murabahah* Modal Kerja, yaitu produk pembiayaan bank dengan sistem jual beli dengan margin untuk kebutuhan modal kerja dengan pembayaran tangguh, yang mana sasarannya yaitu usaha perorangan, dan badan usaha.
 - b) *Murabahah* Investasi, yaitu pembiayaan jual beli (*murabahah*) yang digunakan untuk kebutuhan investasi produktif, yang mana sasarannya yaitu untuk usaha perorangan, badan usaha, dan pemerintah.
 - c) *Murabahah Plus*, yaitu pembiayaan dalam rangka kepemilikan barang-barang dan jasa untuk keperluan konsumsi (kepemilikan rumah, renovasi rumah, kendaraan roda dua, dan kendaraan roda empat, furniture, dan lain-lain) yang tujuan penggunaannya sesuai dengan prinsip syariah.
- 2) *Mudharabah*
- a) Pembiayaan Modal kerja Kontraktor, yaitu produk pembiayaan dengan sistem kemitraan yang saling menguntungkan dan fleksibel serta sesuai perkembangan usaha.
 - b) *Mudharabah* iB, yaitu pembiayaan dalam bentuk modal/dana yang diberikan bank untuk nasabah.
 - c) Pembiayaan iB kepada Koperasi, yaitu kemitraan yang saling menguntungkan antara bank dengan koperasi, fleksibel sesuai dengan perkembangan usaha.
- 3) *Musyarakah Mutanaqisah*, yaitu pembiayaan bank kepada nasabah dengan sistem perkongsian kepemilikan properti yang adil dan transparan.
- 4) *Qard*, yaitu pinjaman kebajikan tanpa imbalan. Pinjaman ini diberikan dalam nominal yang kecil dan diambil dari dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS).

- 5) *Gadai Emas*, yaitu produk pembiayaan bank kepada nasabah dengan sistem gadai, di mana nasabah menyerahkan emasnya untuk memperoleh pembiayaan bank. Adapun tujuan dari gadai emas ini adalah untuk memenuhi kebutuhan dana jangka pendek nasabah yang digunakan untuk keperluan produktif atau konsumtif secara cepat dan mudah.

c. Jasa/Layanan lainnya

- 1) ATM Bank Nagari (Platinum, Gold, Silver, Reguler, Co-Branding & KPE)
- 2) Transfer
- 3) Inkaso
- 4) Kiriman Uang Western Union, merupakan sarana pengiriman dan penerimaan uang dari Indonesia ke luar negeri, luar negeri ke Indonesia maupun antara kota di Indonesia secara cepat (*real time on line*) tanpa harus memiliki rekening terlebih dahulu.
- 5) Referensi Bank
- 6) Safe Deposit Box
- 7) BPD Net Online
- 8) Nagari Mobile Banking, merupakan sebuah sistem layanan dari Bank Nagari untuk melakukan sejumlah transaksi keuangan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui perangkat mobile berbasis GSM atau CDMA.
- 9) Lapau Nagari, merupakan kegiatan menyediakan layanan perbankan atau layanan keuangan lainnya yang dilakukan tidak melalui jaringan kantor, namun melalui kerjasama dengan agen dengan didukung penggunaan sarana teknologi informasi.
- 10) SMS Banking, merupakan produk layanan perbankan berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan.
- 11) Mobile Banking

- 12) NCM (*Nagari Cash Management*), yaitu satu jenis jasa layanan keuangan yang ditujukan untuk nasabah perorangan dan non-perorangan (perusahaan/lembaga) di mana nasabah yang bersangkutan dapat memperoleh informasi keuangan dan melakukan transaksi keuangan melalui fasilitas online.
- 13) SMS Notifikasi, yaitu layanan informasi atas transaksi keuangan kepada nasabah dalam bentuk notifikasi SMS.
- 14) QRIS Nagari Mobile Banking, merupakan Standar Nasional QR Code yang ditetapkan Bank Indonesia untuk memfasilitasi transaksi pembayaran di Indonesia.
- 15) Pembayaran listrik, air, telepon, dan pajak
- 16) Pembayaran gaji
- 17) Penerimaan uang kuliah Perguruan Tinggi
- 18) Pendaftaran Mahasiswa Baru
- 19) Penerimaan Setoran BPIH
- 20) Pembayaran Zakat via ATM
- 21) Pembayaran dan pembelian pulsa
- 22) Pembayaran TV Berlangganan
- 23) Pembayaran Asuransi Sinar Mas
- 24) Layanan ATM Bersama & ATM Prima (Dokumentasi Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar).

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Memuaskan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan, karena kepuasan nasabah merupakan faktor yang sangat strategis dalam memenangkan persaingan, mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas pelayanan kepada para nasabah merupakan hal penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan. Pelayanan sendiri merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada konsumen

yang diikuti dengan sikap keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau sikap seseorang atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Adapun upaya yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam meningkatkan kualitas pelayanannya, yaitu:

1. Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung merupakan bentuk layanan yang dapat dilihat secara langsung, termasuk fasilitas fisik, peralatan staf, dan fasilitas komunikasi. Atau disebut juga dengan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Pelayanan baik yang ditunjukkan dengan bukti fisik berupa penampilan yang baik, sarana dan prasarana sesuai kebutuhan konsumen atau nasabah, serta keadaan lingkungan yang nyaman dan aman sesuai keinginan nasabah yang menjadi target pasarnya. Bukti fisik antara kenyamanan ruangan, perlengkapan dan peralatan dengan teknologi yang sesuai, serta penampilan pegawainya.

Berdasarkan wawancara dengan Eni Desriyanti selaku Wakil Pimpinan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

- a. Untuk sarana penunjang pelayanan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini terdiri dari: Pertama, mulai dari kebersihan ruangan. Karena ruangan ini, baik didalam maupun diluar harus selalu terlihat bersih, dan kita selalu mengutamakan kebersihan, tidak hanya bagi karyawannya tapi kepada semua orang yang terlibat di kantor ini.
- b. Kedua, memiliki penampilan yang rapi dan menarik serta seragam yang terarah setiap harinya. Pakaian dan penampilan sangat penting untuk diperhatikan karena merupakan hal pertama yang akan dilihat oleh nasabah jadi harus berpenampilan semenarik mungkin namun tidak boleh berlebihan, pakaian yang bersih, rapi, dan serasi akan menumbuhkan rasa percaya diri, harga diri, serta

menunjukkan kepribadian seseorang. Adapun kriteria penampilan untuk petugas wanita dan pria di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar yaitu: Bagi Wanita, mengenakan pakaian seragam dan atribut sesuai kebutuhan rapi dan bersih, memakai tata rias seperti bedak, lipstick, *eye shadow*, riasan mata, *blush on* dengan rapi dan tidak berlebihan, memakai jilbab sesuai standar penampilan, bersih, rapi, dan sederhana, mengenakan tanda pengenal di dada sebelah kiri dan mudah dibaca oleh nasabah, selama jam kerja mengenakan sepatu tertutup berwarna hitam, dan menggunakan kaos kaki berwarna hitam. Sedangkan bagi petugas pria, yaitu mengenakan pakaian seragam dan atribut sesuai kebutuhan rapi dan bersih, wajah segar, rambut pendek, tsisir rapi, mengenakan tanda pengenal di dada sebelah kiri dan mudah dibaca oleh nasabah, selama jam kerja mengenakan sepatu tertutup berwarna hitam, dan menggunakan kaos kaki berwarna hitam.

- c. Ketiga, memiliki fasilitas fitur berupa *internet banking* seperti ATM, Nagari Mobile Banking, SMS banking, QRIS, NCM, dan lain sebagainya yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi.
- d. Keempat, di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini juga menyediakan ruang tunggu atau tempat duduk untuk nasabah, yang mana ruang tunggu tersebut, disediakan AC setiap sudutnya sehingga nasabah tidak kepanasan saat menunggu antrian untuk dipanggil. Selain itu, di Bank ini juga disediakan lahan parkir, untuk tempat kendaraan karyawan, petugas, nasabah, dan lainnya. Jika nasabah datang, *security* lah yang bertugas untuk mengatur kendaraan nasabah satu persatu.
- e. Kelima, tidak hanya itu, di Bank Nagari ini memiliki fasilitas *banking hall* seperti, alat tulis, brosur, slip, tempat sampah, dan lain sebagainya” (Eni Desriyanti, Wawancara: 10 Mei 2022).



Gambar 4. 1 Bagian luar Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar

Hal yang sama juga disampaikan oleh Hamdi, *Marketing Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar*, menjelaskan bahwa:

“Untuk pelayanan di Bank Nagari ini, kami sudah menyediakan segala sesuatu untuk mendukung pelayanan prima agar nasabah betah dan nyaman saat bertransaksi di tempat kita ini, mulai dari kebersihan ruangan, ruang tunggu untuk nasabah, memiliki ruangan ber AC, memiliki fasilitas pendukung untuk menunjang transaksi, dan sebagainya. Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yang memuaskan dan menyenangkan bagi nasabah. Kami di sini memiliki security yang berfungsi untuk mengatur nasabah. Jika nasabah datang, security mengarahkan nasabah untuk menunggu di tempat duduk, dan diarahkan nasabah satu persatu agar kebagian tempat duduk. Kami disini menyediakan brosur-brosur dan juga televisi untuk kenyamanan nasabah. Di mana, jika nasabah yang datang tidak kebagian tempat duduk, security menyarankan kepada nasabah tersebut untuk membaca brosur-brosur dan juga menonton televisi agar terhibur saat menunggu antrian. Hal ini dilakukan agar nasabah tidak bosan saat menunggu antrian karena tidak kebagian tempat duduk” (Hamdi, Wawancara: 12 April 2022).



Gambar 5. 1 Suasana ruangan didalam Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar

Hal ini juga disampaikan oleh Yuliana, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Untuk pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar sudah bisa dibilang baik, karena saya melihat di bank tersebut memiliki tempat yang bersih, dan juga disediakan tempat parkir kendaraan. Namun, untuk tempat duduk nasabah itu menurut saya masih kurang, karena beberapa kali saya pergi ke sana saya melihat ada beberapa nasabah yang tidak kebagian tempat duduk sehingga membuat mereka harus berdiri. Namun, dibalik itu semua, saya sudah puas dengan pelayanan yang diberikan, karena pada saat saya datang ke sana saya dilayani sampai tuntas oleh karyawan di sana” (Yuliana, Wawancara: 23 April 2022).

Disisi lain, disampaikan juga oleh Nofiara, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Saya sebagai nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar yang sudah lama bertransaksi di sana, saya melihat karyawan dan pegawai di sana memiliki pakaian seragam setiap harinya. Namun, untuk yang perempuan pakaiannya sedikit ketat, yang namanya syariah tentunya harus disesuaikan lagi dengan ketentuan yang ada, yang mana bajunya harus longgar dan jilbabnya agak diturunkan sedikit. Namun dibalik itu semua, saya sudah puas dengan pelayanan yang diberikan karena saya dilayani dengan sangat baik oleh karyawan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar” (Nofiara, Wawancara: 25 April 2022).

Tak hanya itu Rida, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Selain pelayanannya yang ramah, saya melihat di bank tersebut memiliki ruangan yang sangat bersih dan nyaman, yang mana disediakan AC disetiap sudutnya yang membuat saya nyaman saat bertransaksi di sana, dan juga saya melihat untuk peralatan seperti brosur-brosur, alat tulis sudah lengkap di meja masing-masing karyawannya. Namun, untuk tempat duduknya masih kurang, saat saya datang ke sana, saya harus menunggu di luar seperti di lobby, karena didalam ruangan tersebut kursinya sudah penuh dan nasabah yang datang sangat banyak, yang membuat saya harus menunggu diluar” (Rida, Wawancara: 24 April 2022).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Trisna, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Saat saya bertransaksi di sana, saya merasakan pelayanan yang diberikan sudah baik. Selain, pelayanannya yang baik, ruangan tersebut sangat sejuk, yang mana disediakan AC untuk ruang tunggu nasabah. Disamping kelebihan tersebut, untuk tempat parkirnya saya rasa masih kurang, karena pada saat saya datang ke sana, tempat parkirnya sudah penuh oleh kendaraan yang lain, sehingga membuat saya harus mencari tempat parkir yang kosong” (Trisna, Wawancara: 24 April 2022).

Di sisi lain, disampaikan juga oleh Nisa, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Selama saya menjadi nasabah di bank nagari tersebut, saat saya bertransaksi di sana, saya pernah tidak kebagian tempat duduk, karena nasabah yang datang sangat banyak, sehingga membuat saya terpaksa harus menunggu di luar. Namun, untuk pelayanannya sendiri saya rasa sudah cepat karena customer service di sana melayani saya dengan sangat baik, dan membuat saya puas dengan pelayanan yang diberikan” (Nisa, Wawancara: 23 April 2022).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, Adapun upaya yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam mengatasi keluhan nasabah dengan cara jika nasabah datang, *security* mengarahkan nasabah untuk menunggu di tempat duduk, dan diarahkan nasabah satu persatu agar kebagian tempat duduk. Dan jika ada nasabah yang tidak kebagian tempat duduk, sehingga membuat

nasabah tersebut berdiri, *security* lah yang bertugas mengarahkan nasabah untuk membaca brosur-brosur dan juga menyediakan televisi agar nasabah bisa menonton sehingga tidak bosan saat menunggu antrian. Selain itu, dari segi tempat parkir kendaraan, pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar membedakan tempat parkir kendaraan untuk nasabah dan karyawan, agar setiap kendaraan yang datang kebagian tempatnya masing-masing. Dan jika nasabah datang, *security* lah yang bertugas untuk mengarahkan dan menempatkan kendaraan nasabah satu persatu.

Strategi ini lebih berkaitan dengan penyedia aspek fisik yang mendukung pelayanan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar seperti kemampuan bank dalam menyediakan fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan pegawai. Bentuk bukti langsung yang diberikan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar adalah kebersihan ruangan, penampilan yang rapi dan menarik serta seragam yang terarah setiap harinya, memiliki fasilitas pendukung operasional, dan memiliki ruang tunggu nasabah yang ber-AC dan wangi untuk kenyamanan nasabah saat menunggu antrian atau saat sedang bertransaksi.

Pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar diharapkan dapat memperhatikan apa yang menjadi faktor-faktor yang membentuk kualitas pelayanan bagi nasabahnya sehingga mampu menciptakan citra yang baik bagi bank syariah di mata nasabahnya. Seperti dimensi bukti langsung (*tangible*) yang terdiri dari memberikan ruang tunggu dan tempat parkir untuk nasabahnya, menyediakan ruangan yang ber AC serta bersih untuk nasabahnya atau memiliki lokasi bank yang strategis. Dengan demikian, untuk lebih meningkatkan citra bank syariah, pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar harus lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya.

Sedangkan bukti loyalitas nasabah dari segi bukti langsung yaitu nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan, karena tidak hanya dari segi produknya tetapi juga memiliki pelayanan yang memuaskan.

Di mana, disediakan sarana dan prasana untuk menunjang transaksi, sehingga nasabah pada saat transaksi di Bank Nagari ini merasa puas dan nyaman. Sehingga semakin baik tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap bank, maka nasabah akan semakin senang untuk bertransaksi di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Hal ini menjadikan nasabah tidak mudah berpaling ke bank lain.

Di mana berdasarkan wawancara dengan wakil pimpinan, *marketing*, dan juga nasabah, mengatakan bahwa selain pelayanan yang baik dan ramah, nasabah melihat di Bank Nagari tersebut memiliki ruangan yang sangat bersih dan nyaman, di mana disediakan AC disetiap sudutnya yang membuat nasabah nyaman saat bertransaksi di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dan juga disediakan ruang tunggu dan tempat parkir kendaraan untuk nasabah. Selain itu, untuk peralatan seperti brosur-brosur, alat tulis juga disediakan di meja masing-masing karyawannya. Sehingga dengan hal itu, nasabah tidak mudah untuk berpaling ke bank lain dan tetap setia bertransaksi di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

2. Daya Tanggap (*Responsiviness*)

Daya tanggap merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi. Penulis melihat para karyawan yang ada di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar sudah bersikap tanggap saat melayani nasabah dan menyelesaikan permasalahan nasabah.

Berdasarkan wawancara penulis dengan Eni Desriyanti, wakil Pimpinan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Kami di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini harus membantu para nasabah yang membutuhkan bantuan, karena itu merupakan tugas dan tanggung jawab kami masing-masing. Kami juga harus selalu tanggap saat nasabah memiliki permasalahan atau keluhan, kami disini tidak sungkan-sungkan untuk selalu meyelesaikan apa yang dihadapi oleh nasabah” (Eni Desriyanti, Wawancara: 10 Mei 2022).

Hal ini juga disampaikan oleh Priandika Rahma, *Customer service* Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, kami selalu mendahulukan kepentingan nasabah diatas kepentingan apapun, dan juga kami harus cepat dan tanggap dalam memproses pelayanan yang akan kami berikan kepada nasabah. Apabila ada nasabah yang mengeluh, kami selalu berupaya dengan tetap mempersilahkan nasabah untuk duduk dan memberikan luang untuk berbicara dan berusaha mungkin kami selalu mendengarkan saat nasabah menyampaikan keluhannya. Setelah nasabah sudah selesai berbicara, kami senantiasa meminta maaf agar nasabah tetap nyaman. Kemudian, memberikan solusi atau saran kepada nasabah apa yang ia keluhkan baik dari produk atau dari sisi pelayanannya. Kami sebisa mungkin untuk selalu cepat tanggap kepada nasabah dalam memberikan solusi” (Priandika Rahma, Wawancara: Maret 2022).



Gambar 6. 1 *Customer Service* sedang melayani nasabah

Hal ini disampaikan oleh Yuliana, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar bahwa:

“Saya sebagai nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar merasakan pelayanan yang cepat dan juga efisien di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Contohnya, saat saya membuka rekening di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, saya diberikan penjelasan serta arahan yang jelas dan juga tidak lama-

lama menunggu apa yang saya butuhkan, dari hal itu membuat saya menjadi puas terhadap pelayanan yang diberikan” (Yuliana, Wawancara: 23 April 2022).

Hal yang berbeda disampaikan oleh Nofiara, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar bahwa:

“Menurut saya pelayanan yang diberikan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar khususnya customer service masih lama, karena nasabah yang datang setiap harinya lumayan banyak. Untuk melayani nasabah satu persatu membutuhkan waktu yang lama, karena di sana customer service nya hanya satu orang. Sehingga menyebabkan pelayanan di sana menjadi lama” (Nofiara, Wawancara: 25 April 2022).

Hal yang senada juga disampaikan oleh Rida, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar menjelaskan bahwa:

“Untuk pelayanannya sendiri saya rasa masih lama dan saat saya mengantri untuk dilayani lumayan lama, karena customer service yang bekerja untuk melayani nasabah di sana hanya satu orang” (Rida, Wawancara: 24 April 2022).

Hal yang berbeda juga disampaikan oleh Trisna, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar menjelaskan bahwa:

“Pelayanan yang saya dapatkan dari Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar sudah cepat dan efisien. Misalnya, pada saat nasabah yang datang begitu banyak, pihak bank tersebut terutama customer service selalu berusaha cepat dalam melayani nasabahnya, dari hal itu saja membuat saya puas dan terus ingin melakukan transaksi di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini” (Trisna, Wawancara: 24 April 2022).

Hal yang berbeda juga disampaikan oleh Nisa, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar menjelaskan bahwa:

“Pelayanan yang diberikan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar bisa dibbilang cukup cepat, meskipun terkadang terdapat nasabah yang banyak, yang membuat saya harus lama menunggu karena banyak antrian. Tetapi kalau ini dibiarkan secara terus menerus, nantinya akan membuat nasabah bosan menunggu karena antrian yang panjang” (Nisa, Wawancara: 23 April 2022).

Berdasarkan pengamatan dan wawancara penulis di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar telah membantu nasabah yang

mebutuhkan bantuan atau nasabah yang sedang memiliki keluhan. Dalam menangani keluhan nasabah, petugas *frontliner* Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar khususnya bagian *customer service*, mendengarkan apa yang tidak dipahami dan apa yang menjadi faktor ketidakpuasan nasabah, kemudian *customer service* berusaha menjawab keluhan nasabah atau apabila ada permasalahan yang tidak dapat ditangani oleh *customer service* sendiri, maka *customer service* meminta bantuan dan informasi kepada atasannya seperti *supervisor* atau *manajer*. Dan juga berdasarkan hasil wawancara, terlihat masih ada nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar yang mengeluh mengenai pelayanan yang lama. Namun, untuk mengatasi hal itu, Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar memiliki upaya yaitu dengan cara:

- a. Tetap mempersilahkan nasabah untuk duduk dan memberikan ruang untuk berbicara dan berusaha mungkin karyawan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar selalu mendengarkan saat nasabah menyampaikan keluhannya. Setelah nasabah sudah selesai berbicara, karyawan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar senantiasa meminta maaf agar nasabah tetap nyaman. Kemudian, memberikan solusi atau saran kepada nasabah apa yang ia keluhkan baik dari produk atau dari sisi pelayanannya. Pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar sebisa mungkin untuk selalu lebih cepat tanggap lagi kepada nasabah dalam memberikan solusi.
- b. Kesiediaan dengan rasa sungguh-sungguh *frontliner* untuk membantu nasabah.
- c. Mendahulukan kepentingan nasabah diatas kepentingan apapun
- d. Kecepatan dan ketepatan proses pelayanan kepada nasabah
- e. Kemampuan memberikan solusi dan alternatif terbaik kepada nasabah.

Sedangkan bentuk loyalitas nasabah dari segi daya tanggap yaitu dengan adanya pemberian respon yang tepat waktu dari pihak bank, membuat nasabah memiliki keingintahuan dalam memahami produk-produk yang ada di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Jika nasabah tidak mengetahui atau kurang memahami produk-produk Bank Nagari, maka pihak bank menjelaskan apa yang tidak tahu oleh nasabah, cepat dalam mengatasi masalah dan tanggap dalam merespon keluhan nasabah. Hal ini menjadikan nasabah terus melakukan transaksi secara terus menerus dan berulang kali di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Di mana, berdasarkan wawancara dengan *customer service* dan juga nasabah, mengatakan bahwa nasabah ingin terus melakukan transaksi, pada saat nasabah yang datang, pihak bank terutama *customer service* selalu berusaha cepat dalam melayani nasabahnya, dan juga *customer service* memberikan penjelasan serta arahan yang jelas dan juga tidak lama-lama menunggu apa yang dibutuhkan. Dari hal itu, membuat nasabah puas dan terus ingin melakukan transaksi di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, yang dibuktikan dengan nasabah tetap menyimpan dananya dan pembiayaan tetap ada di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini.

3. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan, keandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan, dan keandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.

Berdasarkan wawancara penulis dengan Eni Desriyanti, Wakil Pimpinan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Salah satu strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah dengan menggerakkan frontliner untuk lebih proaktif dalam melayani nasabah. Frontliner di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar terdiri dari customer service, teller, dan juga security. Yang mana ketiga tersebut mempunyai kesamaan dalam melayani nasabah, yang terdiri dari: 5S (senyum, salam, sapa, sopan, dan santun), sopan dan ramah dalam melayani nasabah, cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan nasabah, dan empati pada saat nasabah sedang emosi. Dan juga di Bank Nagari Syariah Cabang Batusangkar ini kita mempunyai strategi atau cara lain yang dapat mempermudah nasabah ketika ingin melakukan pembiayaan, yang mana sebelumnya nasabah yang harus datang ke bank, karena ada kendala, nasabah dipermudah dengan bank yang datang ke nasabah karena memberikan pelayanan tidak harus ada di kantor” (Eni Desriyanti, Wawancara: 10 Mei 2022).

Hal ini juga disampaikan oleh Priandika Rahma, *Customer Service* di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Tidak akan pernah ada pelayanan yang berkualitas yang diberikan kepada nasabah kalau karyawan suatu bank itu sendiri tidak terlayani dengan baik. Karyawan yang tidak senang dalam bekerja, mereka tidak akan mau melayani dengan baik kepada nasabahnya. Jadi, ada kebersamaan atau timbal balik di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini. Dalam memberikan informasi mengenai produk kami harus melakukannya dengan baik, benar dan akurat kepada nasabah serta menggunakan alat peraga atau brosur” (Priandika Rahma, Wawancara: Maret 2022)”.

Hal yang senada juga disampaikan oleh Yuliana, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Pelayanan yang saya dapatkan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar disaat bagian customer service melayani nasabah, saya melihat customer service sangat handal dalam melayani nasabah yang datang. Penyampaian informasi yang disampaikan customer service sangat detail dan jelas, dan juga diberikan pilihan atau arahan yang mana nasabah inginkan. Misalkan, mau produk apa. Jadi, dijelaskan sejelas-jelasnya. Sehingga membuat saya tidak hanya membuka satu rekening tabungan saja, melainkan saya juga membuka rekening tabungan tahari syariah” (Yuliana, Wawancara: 23 April 2022).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Nofiara, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Karyawan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar juga terlihat andal dalam menangani setiap nasabah yang datang. Tidak hanya itu, penyampaian informasi yang diberikan customer service sudah bisa dibilang cepat dan bagus, sehingga membuat saya cepat mengerti. Karena pihak bank tersebut selain menyampaikan informasi pada saat kita datang ke sana. Mereka juga menyebarkan informasi melalui spanduk-spanduk, atau media sosial, seperti instragam ataupun mengontak kita secara pribadi. Dari hal itu membuat saya ingin terus menggunakan produk-produk yang ada di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar” (Nofiara, Wawancara: 25 April 2022).

Hal yang berbeda disampaikan oleh Rida, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Disaat saya datang ke sana, untuk membutuhkan apa yang saya inginkan. Terkadang suara customer service disana saat menyampaikan informasi kurang jelas, suaranya kecil sehingga membuat saya harus bertanya lagi kepada customer service tersebut” (Rida, Wawancara: 24 April 2022).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Trisna, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Selain dari segi pelayanannya yang ramah, pihak bank tersebut terutama customer service tersebut dalam memberikan informasi menurut saya masih kurang, karena dari cara customer service tersebut dalam menyampaikan informasi suaranya sangat kecil dan kurang jelas, sehingga membuat saya kurang paham mengenai apa yang disampaikannya” (Trisna, Wawancara: 24 April 2022).

Di sisi lain disampaikan juga oleh Nisa, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Penyampaian informasi oleh customer service terkait penggunaan yang berkaitan dengan customer service sudah sesuai dengan langkah-langkah yang terdapat di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, dan juga karyawan-karyawan yang bekerja disana sangat andal dalam memberikan pelayanan kepada setiap nasabahnya meskipun terdapat antrian nasabah yang sangat banyak. Namun, dibalik itu semua, membuat saya ingin terus menggunakan produk-produk dan jasa Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar” (Nisa, Wawancara: 23 April 2022).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar sudah menerapkan strategi dalam bentuk keandalan (*reliability*) dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanannya. Di mana, berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah mengatakan bahwa karyawan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar sangat andal dalam melayani nasabah yang datang, mereka selalu memenuhi apa yang dibutuhkan oleh nasabahnya. Pada tahap ini, Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar diupayakan agar para karyawan dapat membantu nasabah dalam memberikan pelayanan yang memuaskan. Salah satu strategi pendukung keandalan ini yaitu *frontliner*. Salah satu upaya Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam meningkatkan kualitas pelayanan bagi nasabah adalah dengan menggerakkan *frontliner* untuk lebih proaktif dalam menerima dan melayani nasabah. Adapun upaya yang diberikan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam bentuk keandalan yaitu:

- a. Pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar selalu berkomunikasi dengan nasabahnya menggunakan kata-kata yang lemah lembut, sopan santun, dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh nasabahnya.
- b. Memberikan informasi mengenai produk dengan baik, benar dan akurat kepada nasabah serta menggunakan alat peraga atau brosur.
- c. Pada saat memberikan penjelasan kepada nasabah diusahakan tidak bertanya pada karyawan lain.
- d. Menyimpulkan pembicaraan, selanjutnya menjelaskan langkah-langkah yang harus diambil untuk menindaklanjuti keluhan / permasalahan dan permintaan nasabah.
- e. Menawarkan bantuan lain kepada nasabah atau memberikan kesempatan nasabah untuk bertanya.

Sedangkan bentuk loyalitas nasabah dari segi keandalan yaitu dari pihak bank yang andal dalam melakukan pekerjaan dan mampu

memenuhi kebutuhan nasabah sehingga dari hal ini menjadikan nasabah tidak hanya menggunakan satu produk atau jasa saja yang ada di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Seperti, nasabah yang tidak hanya membuka rekening tabungan sikoci syariah saja, melainkan nasabah tersebut juga membuka rekening tabungan tahari syariah. Di mana berdasarkan wawancara dengan wakil pimpinan dan juga nasabah mengatakan bahwa *customer service* sangat handal dalam melayani nasabah yang datang. Penyampaian informasi yang disampaikan *customer service* sangat detail dan jelas, dan juga diberikan pilihan atau arahan yang diinginkan oleh nasabah. Dari hal itu, membuat nasabah ingin terus menggunakan produk-produk dan jasa Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, dan tidak hanya membuka satu rekening tabungan saja, melainkan juga membuka rekening tabungan tahari syariah.

Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar mempunyai karyawan yang andal dibidangnya masing-masing. Di mana setiap nasabah mempunyai masalah, karyawan selalu mempunyai cara untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dan karyawan di Bank Nagari tersebut mempunyai *skill* atau keterampilan untuk menarik minat nasabah untuk menyukai pelayanan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini, sehingga nasabah tertarik untuk menggunakan produk-prduk dan jasa yang ada di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini. Yang pada akhirnya menjadikan nasabah tetap setia untuk terus bertransaksi pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dan tidak mudah berpaling ke bank lain.

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan merupakan pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi kemampuan administrasi petugas pelayanan, kemampuan teknis petugas pelayanan dan kemampuan sosial petugas pelayanan. Jaminan

terdiri dari kemampuan, pengetahuan, kesopanan, dan memiliki sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh seluruh karyawan khususnya *customer service* yang langsung berhadapan dengan nasabah agar bebas dari risiko atau keraguan-keraguan dari nasabah.

Berdasarkan wawancara penulis dengan Eni Desriyanti, Wakil Pimpinan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini, kami memiliki citra yang baik yang mampu merahasiakan identitas dan data nasabah dari pihak luar, kami juga mempunyai karyawan yang professional dibidangnya masing-masing. Selain itu, kami mempunyai frontliner yang mempunyai kemampuan yang baik untuk memberikan penjelasan kepada nasabah, karena frontliner ini yang berhadapan langsung dengan nasabah. Adapun upaya atau cara yang kami lakukan agar nasabah percaya dengan pelayanan yang kami berikan, yaitu dengan menunjukkan sikap dan perilaku yang harus dijalankan atau ditunjukkan oleh setiap karyawan yaitu jujur dalam bertindak, karena kejujuran merupakan modal utama seseorang karyawan dalam melayani nasabah meliputi berbicara, bersikap maupun bertindak agar menimbulkan kepercayaan nasabah kepada pelayanan yang diberikan, selalu murah senyum, ramah tamah dalam menghadapi masalah, jangan sekali cemberut, senyum terhadap nasabah sudah membuat nasabah terkesan bahkan hormat kepada karyawan. Dengan senyum akan timbul sikap simpatik nasabah kepada karyawan” (Eni Desriyanti, Wawancara: 10 Mei 2022).

Hal ini juga disampaikan Priandika Rahma, *customer service* di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Saya selaku customer service disini, selalu berusaha memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah. Meskipun terdapat nasabah yang mengeluh karena antrian yang banyak, tetapi saya berusaha mengatasi hal tersebut. Adapun bentuk jaminan pelayanan yang kami berikan di bank ini yaitu memberikan kepercayaan dan meyakinkan nasabah bahwa dananya yang disimpan disini aman dan tidak takut akan kehilangan hal tersebut. Bisa disimpulkan bahwa nasabah di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini sudah termasuk nasabah yang loyal, di mana nasabah tidak hanya sekali dua kali saja melakukan transaksi di bank ini, melainkan secara terus-menerus, tidak hanya itu, nasabah tidak hanya membuka satu rekening tabungan saja, melainkan ada beberapa seperti membuka rekening tabungan tahari syariah, dan ada juga nasabah yang membuka rekening tabungan disini karena rekomendasi

dari teman-temannya yang mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh bank ini sangat baik”” (Priandika Rahma, Wawancara: Maret 2022).

Hal yang senada juga disampaikan oleh Yuliana, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah, menjelaskan bahwa:

“Ketika saya menabung di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, saya percaya untuk menaruh dana saya di bank tersebut. Karena di bank tersebut, memiliki jaminan atas nasabahnya, yang membuat saya nyaman karena dananya aman ketika disimpan di bank ini” (Yuliana, Wawancara: 23 April 2022).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Nofiara, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Saya sudah lama menjadi nasabah di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, karena sudah terpercaya dengan pembagian keuntungan yang jelas dan pelayanan dari customer service yang selalu ramah sehingga membuat saya nyaman bertransaksi di sana” (Nofiara, Wawancara: 25 April 2022).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Rida, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Saya sebagai nasabah di bank tersebut, saya percaya kepada pihak bank tersebut, karena mereka memiliki citra yang baik yang mampu merahasiakan data-data saya maupun data nasabah lainnya dari pihak luar. Hal itu, yang membuat saya percaya untuk tetap menjadi nasabah di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar” (Rida, Wawancara: 24 April 2022).

Hal yang senada juga disampaikan oleh Trisna, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Saya percaya kepada bank nagari tersebut, karena karyawan yang ahli dibidangnya masing-masing terutama customer service yang mampu melakukan tugas-tugasnya dan menjawab tepat atas pertanyaan saya” (Trisna, Wawancara: 24 April 2022).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Nisa, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Untuk pelayanan yang saya rasakan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar sudah bagus, karena karyawan di sana mempunyai pengetahuan, kemampuan, dan juga sopan, serta dapat

dipercaya, karena saya tidak ragu untuk menyimpan dana saya di sana” (Nisa, Wawancara: 23 April 2022).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar sudah menerapkan strategi dalam bentuk jaminan (*assurance*) dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanannya. Di mana berdasarkan wawancara dengan nasabah, mengatakan bahwa mereka mempercayai Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar untuk tempat penyimpanan dananya dan mampu menjaga rahasia atau identitas nasabahnya. Adapun upaya Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam memberikan jaminan kepada nasabah yaitu:

- a. Memperlakukan nasabah yang merasa tidak puas dengan sebaik mungkin sehingga loyalitas nasabah tetap terpelihara. Di mana bukti loyalitas nasabah ini dapat dilihat dari nasabah yang tetap menempatkan dananya di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini, dan pembiayaan tetap ada di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini. Nasabah terus melakukan transaksi dan tidak mudah berpaling dari Bank Nagari ini. Nasabah mengajak atau merekomendasikan kepada keluarga atau teman-temannya untuk bertransaksi di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini.
- b. Membuat nasabah percaya dengan pelayanan yang diberikan, yaitu dengan menunjukkan sikap dan perilaku yang harus dijalankan atau ditunjukkan oleh setiap karyawan yaitu jujur dalam bertindak, karena kejujuran merupakan modal utama seseorang karyawan dalam melayani nasabah.
- c. Pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar memberikan jaminan kepada nasabah
- d. Pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar segera mungkin memenuhi harapan dari nasabah yang mengeluh dengan cara menangani keluhan mereka.

- e. Disamping itu, bentuk jaminan pelayanan yang diberikan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar yaitu mulai dari pengetahuan *frontliner* dalam memberikan informasi yang baik tentang produk-produk yang ada di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, bersikap ramah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, sopan dan santun saat berhadapan dengan nasabah, tidak hanya itu, *customer service* di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini dituntut untuk memiliki keahlian yang harus diperhatikan karena karyawan pada bidang *customer service* ini berhadapan langsung dengan nasabah, yang notabennya setiap nasabah mempunyai karakteristik yang berbeda-beda. Selain itu, *customer service* juga harus memperhatikan gaya bicara yang komunikatif yang jelas dan terarah agar tidak menimbulkan kesalahpahaman.

Dengan kata lain, dalam pelayanan bank harus meyakinkan nasabah bahwa Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar tersebut peduli kepada nasabahnya. Kepedulian karyawan bisa meningkatkan kepercayaan bahwa bank tersebut adalah pilihan terbaik. Sikap peduli ini diterapkan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dengan bertindak melalui kacamata nasabah. Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar selalu memahami segala kondisi nasabah, baik yang bersifat rasional maupun emosional. Karena dengan mengetahui kondisi nasabah pertama kali, seorang karyawan berada di posisi yang lebih baik untuk membangun sebuah ikatan emosional.

Seperti halnya, di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, memiliki citra yang baik yang mampu merahasiakan identitas dan data nasabahnya dari pihak manapun. Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar harus dapat memberikan kepercayaan atau meyakinkan nasabah bahwa operasional bank syariah tidak menyimpang dari prinsip-prinsip syariah Islam. Kepercayaan yang terbangun antara nasabah dan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar diyakini akan

menumbuhkan loyalitas dari nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

Adapun bentuk loyalitas nasabah dari segi jaminan yaitu nasabah mempercayai Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar untuk menempatkan dananya karena nasabah percaya bahwa Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar memiliki keamanan yang dijamin oleh DPS (Dewan Pengawas Syariah). Hal ini menjadikan nasabah untuk terus menggunakan produk-produk dan jasa yang ada di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Di mana berdasarkan wawancara dengan wakil pimpinan, *customer service*, dan juga nasabah mengatakan bahwa nasabah percaya dengan pembagian keuntungan yang jelas dan pelayanan dari *customer service* yang selalu ramah sehingga membuat nasabah nyaman saat bertransaksi di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, dan juga nasabah percaya kepada pihak bank, karena Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar memiliki citra yang baik yang mampu merahasiakan data-data atau identitas nasabah dari pihak luar. Hal itu, yang membuat nasabah percaya untuk tetap menjadi nasabah di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, karena di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar mempunyai jaminan dan dapat dipercaya untuk tempat penyimpanan dananya dan juga aset-aset penting nasabah disimpan dan dijamin oleh DPS.

5. Perhatian (*Empathy*)

Empati merupakan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Hal ini meliputi perhatian petugas pelayanan, kepedulian petugas dan keramahan petugas pelayanan.

Berdasarkan wawancara dengan Eni Desriyanti selaku Wakil Pimpinan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar menjelaskan bahwa:

“Dalam menyampaikan segala informasi kepada nasabah kami selalu menyampaikannya secara keseluruhan, tidak ada yang kami tutup-tutupi sama sekali kecuali yang bersifat rahasia. Kami juga menuntut kepada semua karyawan untuk memiliki sifat empati dan kepedulian terhadap permasalahan yang dihadapi oleh nasabah dan harus menyelesaikan apa yang dialami oleh nasabah serta harus memberikan solusi atas permasalahan nasabah tersebut. Adapun bentuk perhatian yang diberikan oleh Bank Nagari ini kepada nasabah yaitu memberi ucapan selamat pada hari kelahiran nasabah, memberi ucapan berduka ketika nasabah sedang ditimpa musibah, serta membantu nasabah memenuhi kebutuhan sesuai ketentuan yang ada, dan masih banyak lagi cara-cara kita dalam memberikan perhatian kepada nasabah agar nasabah tetap puas kepada kita (Eni Desriyanti, Wawancara: 10 Mei 2022).

Hal ini juga disampaikan Priandika Rahma selaku *customer service* di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar menjelaskan bahwa:

Adapun upaya yang kami lakukan ketika nasabah mempunyai masalah, yaitu:

- a) Apabila ada nasabah yang datang untuk menyampaikan keluhannya kepada customer service*
- b) Customer service menanggapi dan menerima keluhan tersebut dengan penuh rasa empati*
- c) Customer service melakukan investigasi terhadap nasabah yang bersangkutan, dengan cara menyesuaikan data apakah pemilik rekening sudah sesuai dengan pemiliknya atau belum*
- d) Customer service melakukan identifikasi masalah tersebut, yakni customer service menggali permasalahan dengan menanyakan kronologis kejadian yang menjawab pertanyaan, bagaimana, kapan, dan dimana kejadian tersebut berlangsung*
- e) Customer service menawarkan solusi kepada nasabah*
- f) Jika solusi yang ditawarkan oleh customer service diterima oleh nasabah, maka Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar akan melakukan penyelesaian masalah yang telah dikeluhkan” (Priandika Rahma, Wawancara: Maret 2022).*

Hal ini juga disampaikan oleh Hamdi selaku *Marketing* di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar menjelaskan bahwa:

“Kita selalu menyampaikan informasi-informasi sesuai SOP Perbankan, yaitu dengan maksud menyampaikan informasi secara

transparan, tidak ada yang ditutup-tutupi. Apapun hal-hal terkait produk kita selalu transparan misalnya dalam hal pembukaan rekening disebutkan berapa biaya setoran awalnya” (Hamdi, Wawancara: 12 April 2022).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Yuliana, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Pihak bank tersebut selalu melayani saya sampai selesai. Mulai dari saat saya masuk ke bank tersebut, saya dituntun oleh satpam mau kemana dan saya diarahkan ke teller atau customer service. Misalnya, dari hal tersebut membuat saya menjadi tidak kesulitan lagi dan tidak sungkan-sungkan untuk datang langsung ke Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Karena pelayanan yang diberikan memang tuntas sampai masalah si nasabah dapat diselesaikan, meskipun terkadang lama, sehingga membuat saya nyaman dan ingin untuk terus bertransaksi di bank ini. Dari hal itu, saya ingin sekali merekomendasikan kepada keluarga saya untuk menggunakan atau bertransaksi di Bank Nagari ini” (Yuliana, Wawancara: 23 April 2022).

Hal yang senada juga disampaikan oleh Nofiara, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Iya, customer service di sana memberikan perhatian kepada saya atau menanyakan apakah saya ada masalah atau tidak. Misalnya, ketika saya mengalami kesulitan seperti lupa password pin ATM, pihak customer service tersebut langsung membantu sampai masalah yang saya alami cepat teratasi” (Nofiara, Wawancara: 25 April 2022).

Hal yang senada juga disampaikan oleh Rida, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Pihak bank tersebut memberikan perhatian kepada saya. Misalnya, disaat saya datang ke bank tersebut, mulai dari satpam sampai saya masuk ke dalam ruangan tersebut, mereka selalu senyum dan menanyakan apa yang saya butuhkan atau sedang saya cari. Dan setelah saya perhatikan dari segi pelayanannya, saya ingin sekali membuatkan rekening tabungan untuk orang tua saya, karena saya melihat pelayanan di bank ini sangat sesuai dengan apa yang saya inginkan” (Rida, Wawancara: 24 April 2022).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Trisna, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Kalau bicara mengenai kepuasan, saya sudah puas bertransaksi di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini, karena selain menyelesaikan masalah yang sedang saya alami, mereka juga selalu bersikap ramah dan sopan kepada saya” (Trisna, Wawancara: 24 April 2022).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Nisa, nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, menjelaskan bahwa:

“Bentuk perhatian yang diberikan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar kepada saya yaitu disaat saya ada kendala, pihak customer service selalu menyelesaikan permasalahan yang saya alami sampai tuntas. Apabila saya merasa belum selesai, pihak customer service selalu menanyakan kepada saya apakah saya masih membutuhkan bantuan yang lain atau tidak” (Nisa, Wawancara: 23 April 2022).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar sudah menerapkan strategi dalam bentuk perhatian (*empathy*). Pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar selalu berusaha semaksimal mungkin untuk selalu memberikan komunikasi yang terbuka dan transparan kepada nasabah dan tidak ada yang ditutupi sedikitpun. Di mana komunikasi sangat penting dalam kehidupan manusia karena melalui komunikasi semua pesan yang disampaikan kepada orang lain akan tercapai. Dalam *costomer service* komunikasi merupakan kunci keberhasilan untuk memberikan pelayanan prima kepada semua nasabah. Sukses tidaknya suatu pelayanan sangat tergantung pada komunikasi yang terjadi antara pelayanan dan nasabah.

Dimana berdasarkan wawancara dengan nasabah, nasabah mengatakan bahwa nasabah tersebut mendapatkan perhatian dari Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar tersebut. Adapun upaya Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam memberikan perhatian kepada nasabahnya yaitu dengan selalu menerapkan pelayanan prima dengan memberikan perhatian khusus yang lebih kepada nasabahnya dengan selalu mendekati diri dengan nasabah, menanyakan bagaimana kabar nasabah, memberikan perhatian kepada nasabah ketika

complain, menanyakan apakah ada masalah dan selanjutnya pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar memberikan solusi atau saran, dan juga tidak lupa untuk menanyakan apa yang sedang dibutuhkan oleh nasabah serta memberikan sapaan ramah kepada nasabah diakhir transaksi.

Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar harus selalu memahami segala kondisi nasabah, dan harus bersikap tenang saat nasabah datang dengan banyak permasalahan. Hal ini bertujuan, agar nasabah saat bertransaksi di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini, nasabah merasa dihargai dan apabila permasalahannya terselesaikan ia akan merasa senang, dan bahkan akan menjadi nasabah yang tetap di bank ini. Dengan dilakukan hal ini, dapat terjalin hubungan yang baik antara nasabah dengan karyawan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Sehingga nantinya, nasabah yang lama atau nasabah yang baru bisa menjadi nasabah yang tetap di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini, dan juga dapat menarik nasabah dari bank lain untuk bertransaksi di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini.

Adapun bentuk loyalitas nasabah dari segi perhatian yaitu jika nasabah memiliki keluhan, pihak bank mempersilahkan nasabah untuk duduk dan memberikan peluang untuk berbicara lalu pihak bank mendengarkannya. Maka, pihak bank memberikan solusi kepada nasabah apa yang dikeluhkan. Hal ini menjadikan nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan. Di mana pada saat transaksi nasabah diberikan perhatian khusus dari bank. Hal ini membuat nasabah merekomendasikan kepada keluarga atau teman-temannya untuk bertransaksi di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini, dan berdasarkan wawancara dengan wakil pimpinan, *customer service* dan juga nasabah di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar mengatakan bahwa pihak Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar selalu memberikan perhatian kepada nasabah, selalu senyum dan

menanyakan apa yang sedang dibutuhkan oleh nasabah, di saat ada kendala pihak *customer service* selalu menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh nasabah sampai tuntas.

Apabila dirasakan belum selesai, pihak *customer service* selalu menanyakan kepada nasabah apakah masih membutuhkan bantuan yang lain atau tidak. Dengan dilakukan hal itu, membuat nasabah puas dan nyaman terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga nasabah tersebut ingin merekomendasikan kepada keluarga atau teman-temannya untuk menggunakan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar sebagai tempat untuk bertransaksi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan dapat disimpulkan bahwa Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar memiliki strategi atau upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanannya dalam menjaga loyalitas nasabah, dengan menggunakan 5 strategi, yaitu:

1. Bukti langsung (*tangible*) yang diberikan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar yaitu berupa brosur, kebersihan ruangan, penampilan yang rapi dan menarik serta seragam yang terarah setiap harinya, memiliki fasilitas pendukung operasional seperti tempat parkir kendaraan untuk nasabah, dan memiliki ruang tunggu nasabah yang ber-AC dan wangi untuk kenyamanan nasabah saat menunggu antrian atau saat sedang bertransaksi.
2. Daya tangkap (*responsiviness*) yang diberikan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar yaitu selalu cepat tanggap dengan menanyakan langsung apa kendala atau permasalahan yang dihadapi oleh nasabah.
3. Keandalan (*reliability*) yaitu upaya yang diberikan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar adalah memiliki karyawan yang andal dibidangnya masing-masing.
4. Jaminan (*assurance*). Adapun upaya yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar yaitu dengan mampu menjaga rahasia atau identitas nasabah, dan meyakinkan nasabah bahwa dana yang disimpan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar tetap aman.
5. Perhatian (*empathy*). Adapun upaya yang diberikan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar yaitu selalu berusaha semaksimal mungkin untuk selalu memberikan komunikasi yang terbuka dan transparan kepada nasabah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian mengenai Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah, maka yang menjadi saran untuk penelitian ini yaitu:

1. *Customer service* harus memberikan pelayanan yang lebih baik lagi dan lebih cepat lagi seperti cepat tanggap atau daya tanggap mengenai masalah antrian yang dihadapi oleh nasabah.
2. Mempertahankan kepercayaan nasabah, baik nasabah yang lama maupun nasabah yang baru, agar tetap menggunakan Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar untuk tempat betransaksi.
3. Mengasah keterampilan atau selalu melakukan pelatihan-pelatihan dan pendidikan untuk karyawan terutama *customer service* agar dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi agar pelayanan di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar ini selalu disukai oleh nasabah.
4. Selalu mempertahankan unsur-unsur pelayanan yang diterapkan *customer service* dan selalu meningkatkan 5S (senyum, salam, sapa, sopan, dan santun).
5. Memberikan kualitas pelayanan dan kenyamanan bagi nasabah lebih diutamakan lagi, melalui peningkatan standar pelayanan dan penggunaan pelayanan yang berbasis *digital* sehingga nasabah akan merasa puas dan setia kepada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Idrus, S. (2019). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Konsep dan Teori*. Malang: Media Nusa Creative.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV. Jejak.
- Ascarya. (2008). *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. RajaGrafindo.
- Astuti, S. P. (2009). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 2, No. 1, April*, 47-58.
- Budiman, F. (2020). Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Boyolali. *Jurnal Ekonomi, Sosial, dan Humaniora, Vol. 02, No. 05, Desember*, 145-146.
- Caswita. (2021). *Manajemen Evaluasi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam*. Yogyakarta: CV. BUDI UTAMA.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Febriana, N. I. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *Jurnal An-Nisbah, Vol. 03, No. 01 Oktober*, 149-151.
- Hamirul, & Alamsyahril. (2020). *Good Governance Dalam Perspektif Kualitas Pelayanan Publik*. Malang: CV. Pustaka Learning Center.
- Haryanto, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Jawa timur: Duta Media Publishing.
- Hasbiyah, W. (2020). Analisis Strategi Pemasaran KPR Syariah DI BRI Syariah Cabang BSD City. *Jurnal Madani Syariah, Vol. 3, No. 2 Agustus*, 117.
- Indonesia, I. B. (2014). *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kaihatu, T. S. (2015). *Manajemen Komplain*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Kinasih, H. W. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah Sebagai Upaya Dalam Peningkatan Kesetiaan Nasabah. *Jurnal Akuntansi Indonesia, Vol. 8, No. 1, Januari*, 75-88.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.

- Mawardi. (2018). Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 4, No. 1*, 43-52.
- Mustofa. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank Muamalat Tbk. Cabang Gorontalo). *Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 12, No. 1, Juni*, 44-45.
- Nasional, T. P. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Nasrifah, M., & Aisyah, K. R. (2021). Strategi Marketing Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pada Produk Simpanan Deposito di BMT UGT Cabang Pembantu Kraksaan. *Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 18, No. 3 Juli*, 349.
- Nurhayati, & Sukesti, F. (2016). Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Dengan Variabel Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Bank Syariah di Kota Semarang). *Jurnal Economica, Vol. 7, No. 2 Oktober*, 143.
- Pertiwi, D. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Qomariah, N. (2020). *Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Rafidah. (2014). Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Nalar Fiqh, Volume 10, Nomor 2, Desember*, 115.
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellence*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ramadani, O. V. (2019). Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BMT Barokatul Ummah Di Kabupaten Merauke. *Journal of Applied Business and Entrepreneurship, Vol. 2, No. 3 Juli*, 68.
- Rusmawati, Y. (2021). *Total Quality Management*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Semil, N. (2018). *Pelayanan Prima Instansi Pemerintah*. Jakarta: KENCANA.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Siregar, I. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Sidempuan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman, Volume 6, Nomor 2, Juli-Desember*, 99-113.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

- Sumantri, B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah. *Jurnal Economia, Volume 10, Nomor 2, Oktober*, 143.
- Wahyoedi, S. (2022). *Loyalitas Nasabah: Tinjauan Aspek Religiusitas Dan Kualitas Layanan*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Wahyoedi, S., & Saporso. (2019). *Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Atas Religitas, Kualitas Layanan, Trust, dan Loyalitas)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Wulandari, R. (2020). *Membedik Nasabah Bank Syariah*. Yogyakarta: CV. Nas Media Pustaka.