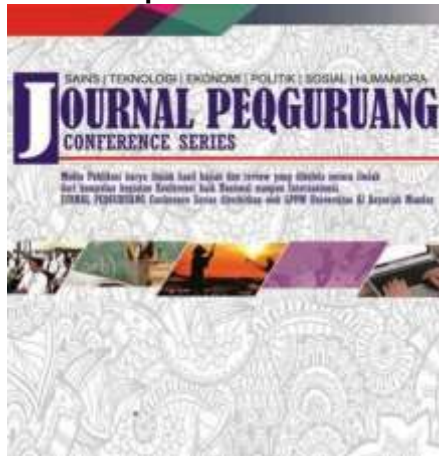


Graphical abstract



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA

¹Rahmah Muin, ²Nuraimah Suharto, ³Sofiana

¹Universitas Al Asyariah Mandar

*Corresponding author

sofiana12379@gmail.com

Abstract

Sharia Banking, often referred to as Islamic Banking or the interest-free system, is a banking system that does not apply interest (riba). In this context, the term "bank" refers to a financial institution that serves as a bridge in financial transactions between parties with surplus funds and those in need of funds. This study aims to investigate the impact of Customer Service Quality on Customer Satisfaction at Bank Syariah Indonesia, specifically in the Polewali Mandar Branch. The method used in this study involves data analysis using IBM SPSS version 29., with a significance value of 0.074, which is higher than the threshold of 0.01. Additionally, the calculated t shows that only 6.5% of the variation in Customer Satisfaction is explained by the Service Quality variable. Although Service Quality has an influence, the questionnaire results indicate that various other factors also affect Customer Satisfaction, requiring further research to understand this dynamic more deeply. These findings are expected to provide valuable insights for the management of Bank Syariah Indonesia in enhancing customer satisfaction more holistically and strategically.

Keywords: SDLC, Archives, Letters, Information Systems

Abstrak

Bank Syariah, yang lazim dikenal sebagai perbankan Islam atau sistem bebas riba, merupakan paradigma perbankan yang beroperasi tanpa mengenakan bunga (riba). Kajian ini berupaya menelaah pengaruh kualitas pelayanan yang disuguhkan oleh petugas *customer service* terhadap tingkat kepuasan *klien* di Bank Syariah Indonesia, khususnya di wilayah Polewali Mandar. Metodologi yang diterapkan dalam riset ini mencakup analisis data dengan memanfaatkan IBM. Hasil analisis mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki dampak yang signifikan secara statistik terhadap kepuasan klien. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,074, yang melampaui batas ambang 0,01. Implikasi dari penemuan ini adalah ditolakannya hipotesis alternatif (H1) dan diterimanya hipotesis nol (H0). Meskipun kualitas pelayanan memberikan pengaruh tertentu, hasil survei melalui kuesioner mengungkap adanya beragam faktor lain yang turut memengaruhi kepuasan klien. Oleh karena itu, diperlukan investigasi lebih lanjut untuk mengurai dinamika ini secara komprehensif. Temuan ini diharapkan dapat menyajikan wawasan yang bernilai bagi manajemen Bank Syariah Indonesia dalam upaya meningkatkan kepuasan klien secara lebih menyeluruh dan strategis..

Kata kunci: SDLC, Arsip, Surat, Sistem Informasi

Article history

DOI: 10.35329/jp.v7i2.6349

Received : 2025-07-08 | Received in revised form : 2025-08-11 | Accepted :2025-11-27

1. PENDAHULUAN

Institusi perbankan memegang peranan vital dalam menopang perkembangan ekonomi suatu bangsa. Eksistensinya memberikan sumbangsih yang substansial bagi kesejahteraan masyarakat, mengingat lembaga keuangan ini hadir di berbagai strata sosial (Anisa Apriani et al., 2024). Dengan demikian, ketersediaan informasi yang memadai mengenai perbankan menjadi suatu keharusan. Keberadaan bank syariah di Indonesia dipandang sebagai opsi substitusi yang berpotensi memberikan kontribusi dalam memantapkan stabilitas sistem perbankan nasional. Hal ini juga membuka peluang bagi akselerasi sektor perbankan syariah di Indonesia. Seiring dengan perkembangan masif sektor perbankan syariah di Indonesia dan negara-negara mayoritas Muslim lainnya, bank syariah, sebagai entitas keuangan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariat Islam, tidak hanya diharapkan menyediakan produk dan jasa yang selaras dengan ketentuan hukum Islam, melainkan juga menjamin bahwa seluruh aktivitas operasionalnya dilaksanakan dengan menjunjung tinggi nilai keadilan dan transparansi.

Bank syariah, yang juga kerap dikenal sebagai *Islamic Banking*, memiliki distingsi fundamental dari perbankan konvensional, yakni independensinya dari praktik riba atau penggunaan bunga (Rhomadoni & Khairan, 2022), Praktik spekulasi (*maysir*) dan ketidakpastian (*gharar*) juga dihindari dalam operasionalnya. Dalam kerangka ini, terminologi 'bank' mengacu pada institusi keuangan yang berperan sebagai fasilitator antara entitas yang memiliki surplus dana dan pihak-pihak yang memerlukan modal.

"Kendati perbankan syariah terus mengalami ekspansi, terdapat sejumlah tantangan yang perlu diatasi, termasuk dalam ranah pelayanan terhadap nasabah. Salah satu aspek krusial adalah urgensi pelayanan prima dari *customer service* dalam rangka meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan, yang pada gilirannya dapat menstimulasi pertumbuhan dana masyarakat. Tingkat kepuasan nasabah merupakan determinan utama yang memengaruhi loyalitas nasabah di masa depan. Oleh karena itu, guna mempertahankan nasabah yang ada dan meningkatkan kepuasan mereka, bank syariah perlu memfokuskan diri pada peningkatan mutu layanan, terutama dalam interaksi dengan *customer service* yang menjadi titik sentral dalam setiap transaksi perbankan.

Hukum Islam merupakan suatu kodifikasi norma yang bersumber dari wahyu Ilahi dan Sunnah Rasul, yang mengatur perilaku individu *mukallaf*. Norma ini diakui dan diyakini bersifat mengikat bagi seluruh umat Islam (Rahmah Muin, 2021). Kualitas pelayanan dalam sektor perbankan memiliki korelasi signifikan dengan tingkat kepuasan nasabah. Kecenderungan nasabah untuk merasa puas akan muncul apabila mereka menerima pelayanan yang memenuhi ekspektasi, yang terefleksikan dalam peningkatan jumlah nasabah dari tahun ke tahun. Dalam konteks persaingan yang semakin intensif, setiap bank dituntut untuk secara berkelanjutan mengukur dan mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan serta

tingkat kepuasan nasabah. Hal ini esensial untuk merespons berbagai tantangan yang muncul di industri perbankan.

Customer service memegang peranan krusial dalam memengaruhi kualitas pelayanan secara keseluruhan. Sebagai lini kontak pertama antara nasabah dan bank, *customer service* menjadi ujung tombak dalam memberikan pelayanan yang memuaskan. Tingkat keandalan, keramahan, serta kapabilitas dalam menangani setiap keluhan dan kebutuhan nasabah memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan mereka. Oleh karena itu, *customer service* harus senantiasa siap memberikan yang terbaik agar nasabah merasa dihargai dan terpuaskan.

Kepuasan nasabah merupakan fokus utama dalam pengelolaan perbankan. Para nasabah mengharapkan pelayanan yang berkualitas, responsif, dan sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh pihak bank. Oleh karena itu, manajemen *customer service* yang efisien menjadi sangat penting untuk menjamin bahwa setiap nasabah mendapatkan pelayanan yang selaras dengan ekspektasi mereka (Alifandi & Fasa, 2025). Kualitas layanan yang tercermin dari keramahan, responsivitas, serta kompetensi dalam menangani permasalahan nasabah akan berkontribusi pada peningkatan kepuasan nasabah dan memperkuat loyalitas mereka. Atas dasar pertimbangan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan studi mengenai pengaruh kualitas pelayanan *customer service* di Bank Syariah Indonesia Cabang Polewali Mandar terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Kualitas merupakan sebuah konsep yang komprehensif dan dinamis, yang mencakup beragam elemen yang saling berinteraksi, seperti produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan (Baihaqi & Yasin, 2024). Pada esensinya, kualitas dapat didefinisikan sebagai kapasitas untuk memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi konsumen. Dalam konteks layanan, kualitas layanan memegang peranan krusial yang harus diperhatikan, terutama dalam menjalankan bisnis yang berpusat pada pelanggan. Kualitas layanan tidak hanya berfokus pada hasil akhir, melainkan juga mencakup seluruh interaksi yang terjadi selama proses pelayanan berlangsung.

Kualitas layanan dibangun atas dasar persepsi publik terhadap layanan yang mereka terima. Persepsi ini bersifat sangat subjektif, yang berarti dapat bervariasi secara signifikan antara satu individu dengan individu lainnya. Seorang individu mungkin merasa puas dengan layanan yang diterimanya, sementara individu lain mungkin memiliki pandangan yang berlawanan (Zalelawati et al., 2023). Hal ini sangat dipengaruhi oleh ekspektasi mereka sebelum menerima layanan. Idealnya, ekspektasi ini didasarkan pada harapan yang terbentuk dari pengalaman sebelumnya, rekomendasi, atau komunikasi perusahaan mengenai layanan yang ditawarkan.

Sebagai contoh, jika sebuah restoran mengklaim menyajikan masakan terbaik, tetapi hidangannya tidak sesuai dengan klaim tersebut, pelanggan akan merasa

kecewa. Sebaliknya, jika restoran memberikan pengalaman menyenangkan yang sesuai dengan harapan pelanggan, mereka akan merasa puas dan cenderung untuk kembali. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan menganalisis harapan pelanggan serta memastikan layanan memenuhi standar yang ditetapkan.

Kualitas layanan juga dipengaruhi oleh berbagai elemen, termasuk keahlian karyawan, fasilitas, dan proses operasional. Tim layanan yang terlatih dan berpengetahuan luas akan lebih mampu memberikan pengalaman positif. Selain itu, fasilitas yang memadai juga berkontribusi besar terhadap pengalaman pelanggan. Contohnya, suasana, kebersihan, dan ketersediaan fasilitas pendukung seperti toilet yang bersih dapat meningkatkan kualitas layanan.

Proses operasional yang efisien juga merupakan faktor penting. Proses ini mencakup langkah-langkah dari awal hingga akhir. Proses yang jelas dan efisien cenderung meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, kebingungan atau layanan yang lambat dapat mengurangi kualitas layanan.

Lingkungan juga berperan penting. Lingkungan mencakup keadaan fisik tempat layanan diberikan dan suasana yang diciptakan oleh interaksi. Pengalaman menyenangkan di lingkungan fisik dapat membuat pelanggan merasa lebih nyaman dan puas. Contohnya, pencahayaan yang baik, musik latar yang sesuai, dan dekorasi yang menarik dapat meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.

Selain itu, faktor eksternal seperti kondisi pasar, kompetisi, dan perubahan kebutuhan pelanggan juga memengaruhi kualitas layanan. Di era digital, pelanggan memiliki akses cepat dan mudah terhadap informasi dan dapat membandingkan layanan dari berbagai penyedia. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu memperbarui diri dan beradaptasi dengan perubahan permintaan dan harapan pelanggan agar tetap relevan.

Untuk menjaga kualitas layanan tetap tinggi, perusahaan harus aktif mengumpulkan umpan balik dari pelanggan melalui survei, wawancara, atau diskusi langsung. Dengan memahami apa yang pelanggan sukai dan tidak sukai, perusahaan dapat membuat perbaikan yang diperlukan. Penanganan keluhan dan masalah dengan baik juga menjadi kunci untuk meningkatkan kualitas layanan.

Implementasi standar kualitas layanan juga sangat penting. Perusahaan perlu menetapkan standar yang jelas dan terukur untuk setiap aspek layanan yang mereka tawarkan, termasuk waktu tunggu yang diharapkan, tingkat keahlian karyawan, dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Pelatihan karyawan juga penting dalam upaya menjaga kualitas layanan. Pelatihan berkala akan memastikan bahwa karyawan selalu memiliki pengetahuan dan keterampilan terbaru untuk memberikan layanan yang unggul, termasuk dalam berinteraksi dengan pelanggan, memahami ekspektasi mereka, serta merespons dengan cara yang sesuai.

Standar pelayanan adalah ukuran yang ditentukan sebagai acuan bagi penyedia jasa dalam

memberikan pelayanan yang baik. Dalam standar ini, terdapat juga baku mutu layanan yang menjadi pedoman dalam proses layanan. Mutu sendiri merupakan kondisi yang dinamis dan berkaitan dengan produk, jasa, orang, proses, dan lingkungan yang secara keseluruhan dapat memenuhi harapan pihak yang membutuhkan. Suatu pelayanan dianggap berkualitas jika jasa yang diberikan memenuhi prinsip-prinsip seperti keramahan, keadilan, ketepatan, dan kecepatan. Penerapan etika yang baik di dalam proses pelayanan sangat penting agar kebutuhan dan kepuasan penerima jasa dapat terpenuhi dengan optimal.

Menurut Passe, kualitas pelayanan adalah segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen. Tingkat kualitas pelayanan ini bisa diukur dengan membandingkan antara layanan yang diberikan dan persepsi konsumen terhadap layanan tersebut. Di sisi lain, Barata dalam bukunya *Dasar-dasar Pelayanan Prima* menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya bergantung pada pihak yang memberikan layanan, tetapi juga harus dilihat dari perspektif masing-masing pihak yang dilayani. Pengukuran kualitas pelayanan harus didasarkan pada harapan yang terkait dengan kepuasan yang ingin mereka capai melalui layanan tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif, yaitu informasi yang terukur dan dapat dihitung secara langsung serta disajikan dalam bentuk angka, digunakan untuk memfasilitasi analisis dan interpretasi yang lebih presisi. Metodologi kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme dan berfokus pada studi terhadap populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, sementara analisis data dilakukan secara statistik untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI) mengukuhkan diri sebagai entitas baru dalam industri perbankan Indonesia sejak 1 Februari 2021, bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H. Peresmian bank syariah terbesar di Indonesia ini dilakukan langsung oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara. BSI merupakan hasil merger antara PT Bank BRIsyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah, yang disetujui secara resmi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui Surat Keputusan No. 04/KDK.03/2021 pada 27 Januari 2021. Melalui merger ini, BSI menggabungkan keunggulan dari ketiga bank syariah tersebut untuk menawarkan layanan yang lebih komprehensif, jangkauan yang lebih luas, dan kapasitas modal yang lebih kuat.

BSI diharapkan menjadi bank syariah kebanggaan umat, sumber energi baru dalam pembangunan ekonomi nasional, serta berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Kehadiran BSI mencerminkan wajah

perbankan syariah yang modern dan universal di Indonesia, yang memberikan manfaat bagi seluruh alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin). Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka, didukung oleh pertumbuhan kinerja yang positif, dukungan pemerintah terhadap pengembangan ekosistem industri halal dan bank syariah nasional yang besar dan kuat, serta populasi Muslim terbesar di dunia. BSI memegang peran penting sebagai fasilitator dalam seluruh aktivitas ekonomi di ekosistem industri halal dan sebagai usaha untuk mewujudkan harapan negeri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penulis mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia terkait pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah tahun 2025. Karena jumlah nasabah tidak diketahui dan relatif banyak, peneliti menggunakan metode *purposive sampling* untuk menentukan sampel. Sebanyak 30 nasabah dipilih berdasarkan kriteria memiliki pengalaman lebih dari satu tahun dan aktif bertransaksi. Metode ini dipilih untuk memastikan responden memiliki pengalaman yang cukup dengan layanan *customer service* Bank Syariah Indonesia, sehingga informasi yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang akurat tentang kepuasan nasabah.

Setelah jumlah responden ditentukan, peneliti membuat kuesioner sebagai alat pengumpulan data dari nasabah Bank Syariah Indonesia. Kuesioner ini dibuat berdasarkan indikator masing-masing variabel yang menghasilkan pernyataan positif dan negatif.

Kuesioner yang dibuat divalidasi oleh dua validator yaitu Ibu Rahma Muin, S.E., M.Si dan Nuraimah Suharto, S.Pd., M.Pd. Hasil validasi menunjukkan bahwa angket terkait kualitas pelayanan *customer service* (X) dan kepuasan nasabah (Y) layak tanpa revisi (LTR) atau kategori baik. Setelah mendapat hasil dari para ahli, peneliti melanjutkan penelitian dengan memperoleh surat izin penelitian dari institusi terkait.

Setelah jumlah subjek atau responden penelitian diketahui, peneliti membagikan kuesioner secara *offline* (tatap muka) kepada seluruh responden dari tanggal 1 Juni 2025 hingga 10 Juni 2025.

Setelah kuesioner dibagikan dan jawaban dikumpulkan, peneliti menyiapkan pedoman wawancara sebagai alat pengumpulan data dari subjek penelitian yang mewakili nasabah. Pedoman ini disusun berdasarkan indikator yang menghasilkan pertanyaan dari berbagai aspek layanan.

Pedoman wawancara yang dibuat divalidasi oleh dua validator, yaitu Ibu Rahma Muin, S.E., M.Si, dan Nuraimah Suharto, S.Pd., M.Pd, dengan hasil bahwa pedoman wawancara layak tanpa revisi (LTR) atau kategori baik.

Subjek wawancara dipilih secara acak dengan kriteria: 2 orang nasabah sangat puas, 2 orang nasabah merasa biasa saja, dan 2 orang nasabah kurang puas. Selain itu, seorang petugas *customer service* dari Bank Syariah Indonesia juga diwawancarai.

Wawancara dilakukan bersamaan dengan pembagian kuesioner, sekaligus memilih subjek yang tepat sesuai kriteria. Wawancara dilakukan secara *offline* atau tatap muka langsung.

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh informasi dari 30 responden melalui kuesioner yang disebarluaskan secara langsung. Data yang dikumpulkan bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (independen), yaitu Kualitas Pelayanan, dan variabel terikat (dependen), yaitu Kepuasan Pelanggan.

Nilai R Square pada koefisien determinasi (R^2) adalah 0,065 atau 6,5%. Ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah 6,5%, sementara sisanya (93,5%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan uji parameter individual (uji t), variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 0,074, yang lebih besar dari 0,01. Selain itu, nilai t hitung sebesar -1.825 berada di bawah nilai t tabel. Dari analisis ini, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berkontribusi signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

4. SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan *Customer Service* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan IBM SPSS versi 29, diperoleh hasil bahwa variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi untuk pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,074, yang lebih besar dari 0,01, yang berarti variabel (X) terhadap (Y) tidak signifikan. Nilai t hitung sebesar -1.825, yang lebih kecil dari nilai t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Nilai R Square pada koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,065 atau 6,5%, yang berarti besarnya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan hanya sebesar 6,5%. Dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden, terlihat bahwa meskipun Kualitas Pelayanan memiliki peran, masih banyak faktor lain yang berkontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan yang belum diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Alifandi, T., & Fasa, M. I. (2025). Analisis Pengaruh Digitalisasi Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Penggunaan Bank BSI. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 3(01), 25–32. <https://doi.org/10.59422/lbm.v3i01.533>

Anisa Apriani, Ayu Nadia Putri, M. Andhika Fajar Ardiansyah, R.A Anisa Asiillah, Anisa Solihah, & Dea Okta Viana Sari. (2024). Keuangan Mikro Syariah Dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan: Menyelaraskan Prinsip Dengan Praktik. *Journal of Economics and Business*, 2(1), 99–108. <https://doi.org/10.61994/econis.v2i1.477>

Baihaqi, A., & Yasin, M. (2024). Konsep Total Quality Management (Tqm) Dan Implementasi Konteks Pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 02(01), 1–12. <https://doi.org/10.57146/alwildan.v2i1.2033>

Rahman Muin. (2021). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Istri Sebagai Pencari Nafkah. *J-Alif : Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam*, 2(1), 85. <https://doi.org/10.35329/jalif.v2i1.451>

Rhomadoni, S., & Khairan. (2022). Persepsi Masyarakat Terhadap Produk perbankan Syariah di Bandar Lor Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 4(2), 185–201. <https://doi.org/10.33367/at.v4i2.1472>

Zalelawati, S., Marlita, T., & Syaifudin, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(6), 1020–1026. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i6.237>