

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah harus didukung oleh aspek pelayanan, terutama kualitas pelayanan produknya. Pelayanan sangat penting guna kemajuan dan perkembangan bank serta kepuasan yaitu aspek yang tidak dapat diabaikan, sejatinya kepuasan nasabah yaitu strategi guna unggul dalam kanca persaingan dan menjaga citra perusahaan dimata masyarakat luas, oleh karena itu pelayanan yang berkualitas merupakan hal yang penting bagi nasabah.

Saat ini, persaingan dalam industri perbankan khususnya persaingan penyediaan sarana layanan bertambah selektif, hal ini dibuktikan dengan bank-bank yang mengutarakan pembaruan layanan yang menjawab keperluan publik antara lain *E-Banking (Electronic Banking)*, *ATM (Automatic Teller Machine)*, mesin *EDC (Electronic Data Capture)*, dan uang elektronik. Sehingga bank akan terus meningkatkan kualitas layanan untuk memenuhi kebutuhan para nasabah, dan menjaga

kepercayaan para nasabah agar para nasabah loyal terhadap bank tersebut.¹

Dengan keberadaan bank syariah yang ikut andil dalam persaingan mancanegara, berarti bahwa tantangan yang harus dihadapi dan diatasi oleh bank syariah agar bisa berkontribusi pada pembangunan negara melalui konsolidasi ekonomi yang kuat. Kualitas pelayanan adalah bentuk evaluasi konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima atau yang diharapkan. Peningkatan kualitas pelayanan bank adalah salah satu konsep untuk memenangkan persaingan dan menjaga nasabah. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan di bidang jasa sangat penting guna pertumbuhan suatu perusahaan untuk tetap bersaing dengan kompetitor lain.²

Perusahaan dan organisasi perlu memperhatikan peningkatan kualitas layanan, baik di perusahaan jasa maupun perusahaan industri. Awal periode 1980-an, pelayanan nasabah atau pelanggan tidak banyak mendapatkan perhatian dari

¹ Yuniar Fitriyanti, 2016, *Strategi Pemasaran Pelayanan E-Banking di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tasikmalaya*, Tugas Akhir, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, hal. 2.

² Melayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hal. 61

berbagai perusahaan. Pelayanan nasabah kerap kali disepelekan dan diabaikan dengan opini bahwa nasabahlah yang membutuhkan perusahaan. Namun seiring berkembangnya perekonomian mancanegara maupun di Indonesia, serta majunya pemikiran dan integritas masyarakat, opini pemikiran diatas semakin ditinggalkan. Kemajuan ekonomi yang sangat signifikan menyebabkan taju rivalitas jadi bertambah selektif sehingga industri yang bisa menyodorkan kepuasan kepada para nasabah yang mendapatkan afinitas.³

Oleh karena itu, layanan harus sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan kemudian pelanggan merasa puas serta pelanggan berpersepsi mutlak pada kualitas layanan tersebut. Selaku bagian yang membelidan mengkonsumsi produ k/jasa, nasabah yang mengevaluasi taju kualitas layanan suatu industri. Penilaian konsumen terhadap kinerja layanan yaitu berkarakter subjektif, tergantung dari pemahaman individu tersebut.⁴

³ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Rajawali Pers,2011), hal. 51

⁴ Fandy Tjiptono. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*,(Yogyakarta: Alfabeta, 2012), hal. 157.

Service Quality atau kualitas layanan adalah upaya pencapaian dalam menjawab semua kebutuhan yang dibutuhkan konsumen. Pelayanan yang diberikan bertujuan untuk mengambil hati konsumen agar bersedia membeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan tersebut. *Service Quality* memiliki lima elemen utama menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry, yakni keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), dan wujud (*tangibles*). Jika kelima elemen tersebut sudah dipenuhi, maka para nasabah merasa akan mendapatkan *Customer Satisfaction*.⁵

Dalam kualitas pelayanan, *frontliner* memiliki tugas yang besar karena *frontliner* merupakan garda terdepan perusahaan yang berhubungan dan berinteraksi langsung dengan nasabah. Misalnya memberikan informasi, solusi, mendengarkan keluhan, seperti *security* yang bertanggung jawab untuk menawarkan jenis bantuan pertama terhadap nasabah yang hendak memasuki bank, sehabis nasabah memaparkan maksud tujuannya lalu tugas *customer service*

⁵ Nina Indah Febriana, *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, AN-NISBAH, Vol. 03, No. 01, Oktober 2016, hal. 151.

dalam memberikan data operasional bank yaitu *financing* dan *funding*, ataupun *teller* yang bertanggungjawab melayani nasabah dalam pertukaran moneter.⁶

Selain itu teknologi digital mempunyai peranan yang amat besar untuk perbankan syariah. Dengan adanya transformasi digital, atau biasa disebut sebagai Financial Technology (FinTech), para konsumen atau para produsen sama-sama diuntungkan karena kemudahan, kenyamanan, dan kecepatannya dalam berbisnis. Perkembangan teknologi terjadi dalam kurun waktu sangat singkat sehingga membuat masyarakat melek akan teknologi dalam mengakses layanan keuangan, maka perbankan syariah hendaknya dituntut untuk memahami arti pentingnya teknologi digital dalam jasa layanan perbankan. Maka perbankan syariah yakni dituntut untuk berinovasi serta mengikuti perkembangan zaman, mempunyai pemikiran yang universal, dan memiliki layanan bersistem digital.

⁶ Ina Ayu Habibah, 2017, *Penerapan Service Excellent Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Temanggung Ditinjau Dari Kepuasan Nasabah*, Tugas Akhir, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, hal. 5.

Adapun Bank Syariah Indonesia adalah salah satu bank syariah yang menjadikan saat ini sebuah tantangan untuk memberikan pelayanan di era yang serba digital. Namun ada hal menarik pada layanan bersistem digital yang diluncurkan oleh Bank Syariah Indonesia kala itu. Walaupun bank tersebut hasil dari merger tiga bank syariah dan baru saja diresmikan pada tanggal 1 Februari 2021, tetapi sudah mengalami peningkatan jumlah pengguna atau nasabah yang menggunakan produk layanan digital yang salah satunya adalah aplikasi BSI Mobile. Bank Syariah Indonesia terus mengembangkan inovasi dan digitalisasi produk untuk memberikan layanan terbaik bagi nasabah dan masyarakat Indonesia secara umum. BSI Mobile akan menjadi salah satu aplikasi perbankan terlengkap untuk melayani seluruh kebutuhan nasabah baik kebutuhan finansial, sosial maupun spiritual.

Direktur Utama BSI, Hery Gunardi mengatakan saat ini BSI sudah memperkuat e-channel untuk melayani transaksi nasabah. Hal ini sejalan dengan teknologi yang semakin berkembang pesat, sehingga masyarakat lebih memilih bertransaksi mobile dibandingkan datang ke cabang. Nantinya,

frontliner di cabang menjadi penasihat keuangan nasabah. “Mobile banking saat ini sudah menjadi andalan BSI. Sekarang transaksi di BSI melalui *e-channel* mencapai 95% dan hanya 5% yang datang ke cabang. Kami terus berinovasi menghadirkan *beyond banking services* untuk *mobile banking*. Karena melalui BSI Mobile, nasabah juga bisa melakukan pembelian emas, penyaluran ZISWAF, membuka rekening online, mengajukan pembiayaan, melihat waktu shalat, dan berbagai kegiatan perbankan lainnya”. Kata Hery Gunardi selaku Direktur Utama BSI saat menjadi pembicara dalam acara Islamic Finance Summit 2021.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui Digitalisasi Produk Perbankan (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Serang)**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka indentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Terdapat kekurangan yang diberikan dalam pelayanan bank.
2. Menjadi sebuah tantangan Bank Syariah Indonesia khususnya KCP Serang di era serba digital saat ini untuk meningkatkan kualitas pelayanan melalui produk digitalisasi perbankan.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana mekanisme pelayanan yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Serang kepada nasabah?
2. Bagaimana dampak pelayanan yang diterapkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui digitalisasi produk perbankan?
3. Apa saja faktor pendukung, penghambat, dan solusi yang diterapkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui digitalisasi produk perbankan?

D. Fokus Penelitian

Agar hasil penelitian ini lebih terarah dan tepat pada sasaran, serta tidak keluar dari pembahasan, maka penelitian ini

dibatasi pada hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan secara lebih spesifik, dalam penelitian ini masalah dibatasi pada strategi meningkatkan kualitas pelayanan melalui digitalisasi produk perbankan di Bank Syariah Indonesia KCP Serang.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme pelayanan yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Serang.
2. Untuk mengetahui bagaimana dampak pelayanan yang diterapkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui digitalisasi produk perbankan.
3. Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung, penghambat, dan solusi yang diterapkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui digitalisasi produk perbankan.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti sendiri, hasil penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui inovasi layanan

perbankan syariah, khususnya di Bank Syariah Indonesia KCP Serang Banten.

2. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Serang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide pemikiran dalam meningkatkan kualitas pelayanan di sektor industri perbankan syariah, khususnya di Bank Syariah Indonesia KCP Serang Banten.

3. Bagi Akademisi

Hal penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan, khususnya dibidang perbankan syariah dan dapat dijadikan acuan konsep dalam upaya pengembangan perbankan syariah selanjutnya.

4. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bacaan bagi adik tingkat kedepannya dan menjadi bacaan yang baik serta mendapat wawasan dan ilmu bagi para pembaca, khususnya dalam meningkatkan kualitas pelayanan perbankan syariah.

G. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian, ada tema yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan meskipun tujuan dan arah yang diteliti berbeda. Berikut beberapa jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dalam penelitian ini :

1. Jurnal dengan judul “Analisis SWOT *Financial Technology* (Fintech) Pembiayaan Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah di Kota Medan)” ditulis oleh Ridwan Muchlis, At-Tawassuth Vol. 3 No. 2 Tahun 2018. Kesimpulan dalam jurnal tersebut adalah fintech telah dan akan membantu bank syariah dalam kecepatan dan akurasi dalam memproses data operasi bisnis dan pemasaran produk. Proses pembiayaan bank syariah selama ini masih banyak yang dilakukan secara manual, dengan keterbatasan *skill* SDM dan masih manualnya proses pembiayaan ini membuat waktu yang dibutuhkan lama dan kurang efisien. Berdasarkan analisis SWOT pada fintech pembiayaan pada perbankan syariah diketahui bahwa perkembangan *product development* akan semakin baik, dimana fintech

akan selalu dapat mengikuti perkembangan yang ada dan mudah untuk disesuaikan, sesuai dengan perkembangan kebutuhan nasabah. Pada akhirnya kehadiran fintech pembiayaan ini akan dapat meningkatkan portofolio pembiayaan perbankan syariah secara nasional. Penelitian ini ingin mengetahui perkembangan aplikasi yang diciptakan perbankan syariah agar dapat memanfaatkan fintech dalam upaya percepatan proses pembiayaan.⁷ Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT terhadap 4 bank syariah di Kota Medan. Berdasarkan hasil analisis penelitian maka disaran agar sejak awal mempersiapkan regulasi yang berhubungan dengan fintech pembiayaan agar risiko dapat diminimalkan dan nasabah meningkatkan pemahaman dan pengetahuannya untuk kenyamanan dan keamanan bertransaksi di perbankan syariah.

⁷ Ridwan Muchlis, 2018, "*Analisis SWOT Financial Technology (Fintech) Pembiayaan Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah di Kota Medan)*", Jurnal At-Tasawuth, Vol. 3 No. 2

2. Jurnal dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru” ditulis oleh Wirdayani Wahab Jurnal Kajian Ekonomi Islam Vol. 2 No. 1 (Januari-Juni 2017). Metode yang digunakan analisis statistik dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian adalah untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru. Sampel yang digunakan sebanyak 200 nasabah. Penelitian menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan.⁸
3. Jurnal dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)” ditulis oleh Yelli Trisusanti Jurnal Online Mahasiswa FISIP Vol. 4 No. 2 Oktober 2017. Metode yang digunakan analisis deskriptif dan analisis statistik dengan

⁸ Wirdayani Wahab, “Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru”, Jurnal Kajian Ekonomi Islam, Vol. 2 No. 1 (Januari-Juni 2017), hal. 14

pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap pelanggan loyalitas pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang dibagikan kepada 100 nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru. Data kuesioner kemudian diolah menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik menggunakan SPSS 17,0 dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, analisis linier, analisis linier berganda, analisis determinan (R^2) dan uji hipotesis dengan uji t (parsial) dan uji f (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis variabel pertama adalah kualitas pelayanan t hitung (14,762) > t tabel (1,984), artinya kualitas pelayanan variabel berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel kedua adalah kepercayaan yaitu t hitung (13,928) > t tabel (1,984) artinya variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap pelanggan loyalitas. Hasil uji F kualitas

pelayanan dan kepercayaan diperoleh F hitung (191,603) > F table (3,090), artinya kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.⁹

4. Jurnal dengan judul “Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)” ditulis oleh Conny Sondakh Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No. 1 Tahun 2016. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan nasabah dan dampaknya terhadap loyalitas nasabah pada nasabah Taplus BNI Cabang Manado. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Taplus yang berjumlah 1157 orang. Jumlah sampel 270 orang dengan teknik pengambilan sampel aksidental. Metode pengambilan data dilakukan dengan survey menggunakan kuesioner, dan analisis data

⁹ Yelli Trisusanti, 2017, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)”, Jurnal Online Mahasiswa FISIP, Vol. 4 No. 2 (Oktober 2017) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, hal. 13

menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah secara parsial. Variabel citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah secara parsial sementara variabel kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.¹⁰

5. Jurnal dengan judul “Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)” ditulis oleh Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani, dan Abdul Jalil Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 2 No. 1 Tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kecepatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan apakah keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya penelitian ini

¹⁰ Conny Sondakh, “*Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)*”, Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, Vol. 3 No. 1, 2016.

juga bertujuan untuk mengetahui apakah akurasi dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jenis penelitian ini adalah penelitian verifikatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini sebanyak 40 responden yang diambil dengan metode sensus. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan survey. Metode analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji T, uji F, dan uji R), kemudian data diolah menggunakan SPSS 21 *for windows*.¹¹

Perbedaan penelitian yaitu penulis lebih fokus pada penelitian yang membahas tentang strategi pelayanan melalui inovasi digitalisasi bank dan usaha bank untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian dilakukan pada Bank BNI Syariah KCP Serang Banten dengan menggunakan data primer, serta menggunakan metode analisis deskriptif wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi.

¹¹ Nurdin dkk, "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)". *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* Vol. 2 No. 1 Tahun 2020

H. Kerangka Pemikiran

Strategi merupakan suatu usaha perusahaan atau institusi untuk pengembangan keunggulan dalam lingkungan eksternal yang bersaing untuk pencapaian tujuan atau sasaran suatu perusahaan.¹²

I. William F. Glueck dan Lawrence R. Jauch menjelaskan Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, dan komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan.¹³

Kualitas layanan yaitu bisa diartikan sebagai prporisi seberapa besar tingkat administrasi yang diberikan sesuai dengan asumsi nasabah (Lewis & Booms, 1983). Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*) (Parasuraman, et al., 1985). Apabila *perceived service* sesuai

¹² Hessel Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2005), hal. 208.

¹³ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hal. 197-198.

dengan *expected service*, maka kualitas layanan bersangkutan akan dinilai baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas layanan dipersepsikan negative atau buruk. Oleh sebab itu baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.¹⁴

Untuk itu perlu adanya manajemen pelayanan, yaitu kegiatan merencanakan, mengorganisasi, menggerakkan serta mengendalikan proses pelayanan dengan standar yang sangat baik untuk memuaskan pelanggan agar tujuan perusahaan tercapai.¹⁵ Ada 5 (lima) hal pokok dalam merencanakan pemberian pelayanan, diantaranya:¹⁶

a. Regulasi Layanan (*Service Regulation*)

Setiap industri harus selalu mendorong administrasi untuk para nasabah antara lain, menggabungkan kerangka

¹⁴ Fandy Tjiptono, Ph.D, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 3*, (Yogyakarta: Andi, 2017), hal. 142-143.

¹⁵ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima: Mencegah Pembelotan dan Membangun Customer Loyalty*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 16.

¹⁶ *Ibid*, hal. 146-156.

kerja, aturan, pilihan, strategi dan metode serta keluhan untuk bekerja dengan pelaksanaan administrasi, prinsip-prinsip bantuan ini juga disebut dengan SOP (*Standard Operating Procedures*).

b. Fasilitas-fasilitas Layanan (*Service Facilities*)

Menyangkut fasilitas utama dan pendukung, seperti perlengkapan pelayanan (meja, kursi, AC, komputer, printer, buku tabungan, kartu ATM, dokumen, dan lain-lain), *Product knowledges* (pengetahuan produk), teknologi, ruangan, dan lain sebagainya.

c. Peranan Tim Pengarah (*Advisory Team*)

Tim pengarah adalah penanggung jawab tertinggi manajemen, pimpinan, dapat dari seorang *Public Relation* atau Manajer Operasional yang memiliki peran dalam manajemen pelayanan, seperti membuat perencanaan dan persiapan yang teratur mengenai sistem, tata cara dan prosedur pelayanan, monitoring, memberikan motivasi, dan lain sebagainya.

d. Mudah, Murah, Cepat (*Simple, Cheap, Fast*)

Mudah (*Simple*), kemudahan memperoleh pelayanan, kejelasan informasi, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanan. Sebagai contoh kemudahan dalam pembayaran dengan menggunakan kartu kredit, kartu debit, uang elektronik, dan kemudahan yang lainnya yang bisa memudahkan nasabah bank untuk bertransaksi.

Murah (*Cheap*), hemat waktu dan tenaga, harga murah dengan kualitas dan manfaat yang baik. Hal ini bisa dilakukan oleh perusahaan dengan adanya potongan harga, diskon khusus, dan lain-lain.

Cepat (*Fast*), dalam hal ini *e-commerce* mulai banyak dimanfaatkan sbagai media aktivitas bisnis, karena kontribusinya terhadap efesiensi waktu. Selain itu *e-commerce* memiliki kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan setiap saat informasinya dapat di akses secara *up to date*. Sehingga hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan pelayanan cepat, mudah, aman, dan akurat.

e. Budaya Pemberian Pelayanan

- 1) *Self Awarness*, kesediaan pribadi untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan.
- 2) *Anthusias*, memberikan pelayanan dengan penuh antusias atau gairah.
- 3) *Reform*, memperbaiki dan meningkatkan kinerja pelayanan dari waktu ke waktu.
- 4) *Value*, pelayanan harus mampu memberikan nilai tambah.
- 5) *Impressive*, pelayanan harus menarik, berkesan, namun tidak berlebihan.
- 6) *Care*, memberikan perhatian dan kepedulian kepada pelanggan.
- 7) *Evaluation*, pelayanan yang telah diberikan harus selalu di evaluasi secara rutin.

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Dalam sumber lain dijelaskan bahwa Kualitas pelayanan merupakan Tingkat keunggulan yang

diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk.¹⁷

Dari definisi di atas dapat kita simpulkan bahwa strategi kualitas pelayanan adalah upaya bank untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dilakukan dengan suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah.

Digitalisasi produk perbankan merupakan terobosan layanan baru yang mengandalkan teknologi digital sebagai media layanan perbankan bagi para nasabah. Hal ini dilakukan agar dalam mengakses layanan perbankan bisa menjadi lebih mudah dan efektif, selain itu di sisi lain juga untuk

¹⁷ Nina Indah Febriana, *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, AN-NISBAH, Vol. 03, No. 01, Oktober 2016, hal. 150-151.

meningkatkan kualitas layanan perbankan supaya kualitas layanan perbankan semakin baik.

I. Sistematikan Penulisan

Untuk menyusun penelitian ini, pembahasan dibagi menjadi lima bab yang memuat ide-ide pokok kemudian dibagi lagi menjadi sub bab, sehingga secara keseluruhan menjadi satu ketuan yang saling menjelaskan sebagai satu pemikiran. Secara garis besar muatan yang terkandung dalam masing-masing bab sebagai berikut :

Bab kesatu pendahuluan yang membahas tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan sistematika penulisan.

Bab kedua kajian pustaka yang menguraikan tentang pengertian strategi, perumusan strategi, pengertian kualitas pelayanan, konsep merencanakan pelayanan, budaya pemberian pelayanan, strategi meningkatkan kualitas pelayanan, faktro penyebab buruknya kualitas pelayanan, keuntungan bank dengan kualitas pelayanan yang baik, produk layan digital

perbankan, dan strategi pelayanan perbankan sebelum dan sesudah digital.

Bab ketiga metodologi penelitian yang menjelaskan tentang metode penelitian, variabel dan indikator penelitian untuk menyusun pedoman wawancara, waktu dan tempat penelitian, data dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data, dan validasi data.

Bab keempat hasil dan pembahasan yang didalamnya menjelaskan tentang gambaran umum Bank Syariah Indonesia, hasil penelitian, dan pembahasan, strategi Bank Syariah Indonesia KCP Serang dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui digitalisasi produk perbankan, serta analisis SWOT dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui digitalisasi produk perbankan.

Bab kelima penutup yang berisi tentang kesimpulan, saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat untuk Bank Syariah Indonesia khususnya KCP Serang, dan keterbatasan penelitian dari hasil penelitian yang diperoleh.