

**PELAYANAN *FRONTLINER* DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH PADA BSI KCP MAGETAN 2**

SKRIPSI



Oleh:

Arvian Devi Firlia

NIM 402190185

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

Devi Firli, Arvian. Pelayanan Frontliner Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada BSI KCP Magetan 2. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Negeri Ponorogo, Pembimbing : Yutisa Tri Cahyani, M.E

Kata Kunci : Pelayanan, *Frontliner*, Loyalitas

Pada era globalisasi persaingan antara perbankan di Indonesia semakin ketat terutama mengenai pelayanan. Kondisi tersebut tentu saja menuntut BSI KCP Magetan 2 untuk dapat menerapkan strategi yang tepat guna menyikapi peluang dan tantangan tersebut, maka hal tersebut membawa dampak positif terhadap eksistensi dan perkembangan BSI KCP Magetan 2 di tengah pesatnya perkembangan industri perbankan di Indonesia. Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 mengatakan bahwa pelayanan bank terlalu lama sehingga mereka merasa kurang puas. Sehingga hal tersebut membuat nasabah merasa setengah hati dengan bank untuk tetap menjadi nasabah di bank BSI KCP Magetan 2.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Peneliti melakukan penelitian untuk menghasilkan data deskriptif terkait dengan strategi pelayanan pegawai dalam meningkatkan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pelayanan pegawai frontliner dalam meningkatkan loyalitas nasabah Bank Syariah Syariah.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 cukup baik. Dalam memberikan pelayanannya kepada nasabah, bank menggunakan strategi pelayanan relationship marketing, superior customer service, unconditional guarantees dan strategi penanganan keluhan yang efisien. Selain itu yang menjadi keunggulan dari Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 adalah selain menggunakan ketiga strategi tersebut frontliner juga menggunakan strategi ultimate service untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada BSI KCP Magetan.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI PONOROGO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No.	Nama	NIM	JURUSAN	JUDUL
1.	Arvian Devi Firliä	402190185	Perbankan Syariah	Pelayanan Frontliner Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada BSI KCP Magetan 2

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 3 Mei 2023



Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Muhammad Amri, M.S.Ak
NIP. 198907102018011001

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Yutisa Tri Cahyani, M.E.
NIP. 199208192020122022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pelayanan *Frontliner* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada
BSI KCP Magetan 2
Nama : Arvian Devi Firlia
NIM : 402190185
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh
gelar sarjana dalam bidang Ekonomi

Dewan Penguji:

Ketua Sidang
Ridho Rokamah, S.Ag.,MSI
NIP 197412111999032003
Penguji I
Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy
NIP 198608082019032023
Penguji II
Yutisa Tri Cahyani, M.E
NIP 199208192020122022

()
()
()

Ponorogo, 22 Mei 2023

Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Dr. H. Luthfi Huda Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197307142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

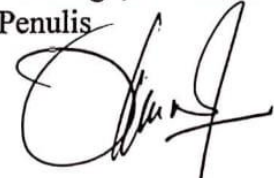
Nama : Arvian Devi Firlia
NIM : 402190185
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Pelayanan *Frontliner* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada BSI KCP Magetan 2

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 24 Mei 2023

Penulis



Arvian Devi Firlia

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arvian Devi Firlia

NIM : 402190185

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PELAYANAN FRONTLINER DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH PADA BSI KCP MAGETAN 2

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya

Ponorogo, 2 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Arvian Devi Firlia

NIM 40219185

DAFTAR ISI

COVER

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKIRPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR ISI	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Studi Penelitian Terdahulu.....	11

F. Metode Penelitian.....	21
1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	21
2. Kehadiran Penelitian.....	22
3. Lokasi Penelitian.....	23
4. Data Dan Sumber Data.....	24
5. Teknik Pengumpulan Data.....	25
6. Teknik Analisis Data.....	26
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	26
8. Sistematika Pembahasan.....	27
 BAB II. KAJIAN TEORI	
A. Loyalitas Nasabah.....	29
1. Tingkat Loyalitas Konsumen.....	33
2. Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah.....	34
3. Indikator Loyalitas Nasabah.....	35
B. Strategi Pelayanan.....	36
1. Pengertian Strategi Pelayanan.....	36
2. Macam-Macam Strategi Pelayanan.....	37
3. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik.....	38
4. Etika Frontliner Dalam Memberikan Pelayanan.....	38

5. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Jasa/Pelayanan.....	39
--	----

BAB III. PAPARAN DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2.....	43
2. Visi Misi Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2.....	44
3. Struktur Organisasi Bank Syariah KCP Magetan 2.....	45
4. Pengertian <i>Frontliner</i>	46

B. Data

1. Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2.....	50
2. Strategi Pelayanan Frontliner Pada BSI KCP Magetan 2.....	54
3. Dampak Strategi Pelayanan Frontliner terhadap Loyalitas Nasabah Pada BSI KCP Magetan 2.....	60

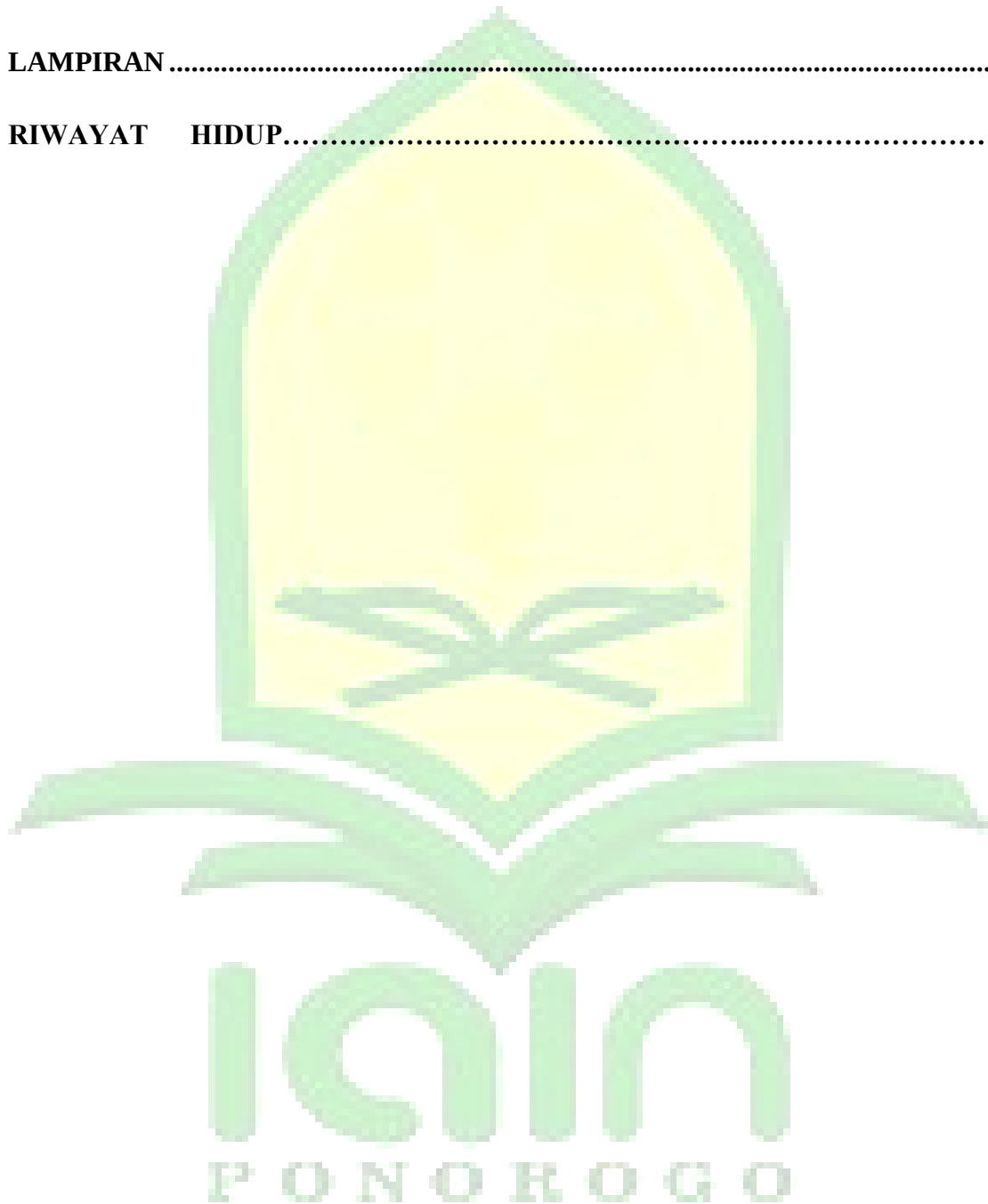
BAB IV. PEMBAHASAN

A. Analisis Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2.....	65
B. Analisis Strategi Pelayanan Frontliner Pada BSI KCP Magetan 2.....	69
C. Analisis Dampak Strategi Pelayanan Frontliner terhadap Loyalitas Nasabah Pada BSI KCP Magetan.....	75

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	79
---------------------	----

B. Saran/Rekomendasi	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN	84
RIWAYAT HIDUP.....	101



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi memastikan penggunaan biaya yang efisien dalam operasi sehari-hari. Dengan menggunakan harga yang rendah dan transparan, pelanggan dapat bertahan dengan produk/layanan tertentu. Konsep customer-centricity sejalan dengan tujuan bisnis Islam untuk menjaga hubungan baik antara bisnis dan pelanggan. Loyalitas pelanggan tidak hanya menjaga hubungan baik, tetapi juga memiliki efek positif seperti peningkatan penjualan, citra perusahaan, kepercayaan konsumen dan profitabilitas perusahaan. Loyalitas nasabah terhadap bank bermula dari kualitas pelayanan, citra bank dan kepercayaan. Namun, faktor-faktor ini berbeda dari satu negara ke negara lain karena perbedaan budaya.¹

Di Indonesia, persaingan antar bank semakin ketat. Hal ini dilakukan untuk menarik pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Oleh karena itu, bank bersedia membayar banyak uang untuk pemeliharaan. Mengingat Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, juga merupakan pasar yang potensial bagi perkembangan perbankan syariah. Namun, kesadaran, kehadiran dan loyalitas nasabah bank syariah di Indonesia masih rendah. Hal ini mendorong bank syariah untuk

¹ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 298.

mempertahankan loyalitas pelanggan yang lebih besar karena memberikan mereka keunggulan kompetitif. Pelayanan yang baik merupakan kunci keberhasilan suatu bank. Salah satu penentu keberhasilan dan kualitas suatu perusahaan adalah kemampuannya memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan pelanggan, merebut pangsa pasar yang tinggi, serta meningkatkan keuntungan perusahaan.²

Di bank, *Frontliner* berperan penting dalam memberikan pelayanan prima karena berada di garda terdepan dalam melayani nasabah. Pertama, dalam pertemuan, pelanggan berinteraksi dengan bisnis lini depan seperti customer service, teller, dan satpam. *Frontliner* harus memahami dan mampu memahami karakteristik yang berbeda seperti asal usul, agama, pendidikan, pengalaman dan budaya saat melayani pelanggan. Pada umumnya semua pelanggan memiliki keinginan yang sama, ingin keinginan dan kebutuhannya terpenuhi, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian, pelanggan juga tidak ingin tersinggung dan ingin diberi perhatian. Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah, bank harus mampu menjaga citra publik yang positif dan menarik nasabah yang loyal. Citra tersebut dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas layanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra positif, kepercayaan yang telah dibangun tidak akan berhasil.

Kehidupan sehari-hari bank syariah membutuhkan teller, customer service, dan petugas keamanan/satpam untuk melakukan operasi layanan

² Rambat Lupiyaodi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salamba Empat, 2001), 148

pelanggan mereka dengan baik. Kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang baik adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan dengan standar yang diberikan. Pelayanan yang baik memiliki unsur-unsur yang mendukungnya. Yang pertama dari sisi penyedia jasa, dan yang kedua adalah sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan ketepatan kerja.

Kualitas pelayanan yaitu tingkat keunggulan yang diharapkan dan mengendalikan tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Royne dan Suryani “Kualitas layanan adalah faktor kunci sebagai produk utama perbankan yaitu Pinjaman adalah penawaran yang tidak berbeda dan layanan perbankan juga mudah untuk ditiru.” Hal ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang berkualitas.³ Kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepercayaan nasabah dan merupakan kekuatan pendorong di balik loyalitas nasabah yang menguntungkan bank itu sendiri. Pelanggan setia membantu menarik pelanggan baru karena tindakan mereka akan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Loyalitas juga didefinisikan sebagai komitmen yang mendalam untuk membeli kembali produk atau layanan atau mengulangi pola yang menguntungkan untuk masa depan, melakukan

³ M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), 47.

pembelian berulang meskipun ada faktor kontekstual dan upaya pemasaran untuk berpindah bank.⁴

Pelayanan yang baik tentunya memiliki standar pelayanan yang baik agar pelanggan merasa puas dan senang. Kriteria pelayanan yang baik adalah adanya infrastruktur yang baik, adanya personil bank yang baik, tanggung jawab end-to-end kepada nasabah dalam melakukan kegiatan pelayanan, kemampuan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat, kemampuan communication yang sesuai, kemampuan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan menjamin kerahasiaan. Dalam setiap transaksi harus memiliki pengetahuan dan keterampilan yang sangat baik serta mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan kami. Dari standar pelayanan yang baik, Frontliner harus melayani nasabahnya dengan cara yang membuat mereka tetap loyal, tetap menjadi nasabah bank dan tidak lari ke bank lain. Standar pelayanan juga dapat menunjukkan apakah pelayanan yang diberikan pegawai bank itu baik atau buruk. Standar layanan yang diterapkan dengan baik dapat meningkatkan jumlah pelanggan secara signifikan.

Untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam pemberian pelayanan, maka perlu diterapkan strategi pelayanan yang dijalankan di lini depan bank yaitu pada *frontliner*. Strategi pelayanan adalah strategi yang bermanfaat, saling menguntungkan, dan komprehensif yang menggunakan tujuan dan program jangka panjang yang dirumuskan berdasarkan kekuatan

⁴ J.F Engel, *Perilaku Konsumen. Terjemahan Jilid 1* (Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1995) 144.

dan kelemahan perusahaan atau lembaga untuk mengatasi peluang eksternal. Memberikan layanan pelanggan yang baik menciptakan kepuasan pelanggan, yang nantinya akan menciptakan loyalitas kepada karyawan yang terlibat. Jika pelayanan yang diterima memuaskan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik, sebaliknya, jika layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, kualitasnya dipersepsikan buruk.⁵

Industri perbankan saat ini sangat kompetitif bagi nasabah. Persaingan perbankan syariah di Indonesia sangat terasa saat ini, tidak terkecuali Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2. Persaingan Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 sangat ketat dengan bank-bank lain di Magetan, dan berusaha memberikan pelayanan yang baik mengingat ketatnya persaingan yang ditawarkan oleh Bank Syariah KCP Indonesia. Pelayanan yang baik dari Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 Memuaskan nasabah. Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 melayani nasabah melalui karyawannya. Salah satu karyawannya merupakan frontliner yang sering melakukan tatap muka dan transaksi dengan pelanggan.⁶

Diperlukan suatu strategi untuk mendorong kemajuan dan menghadapi persaingan Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2. Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 telah menerapkan strategi pelayanan yang unggul sehingga dapat memberikan pelayanan yang unggul kepada nasabahnya. Bank Syariah

⁵ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 9.

⁶ Arik Setyono, *Wawancara*, 30 Maret 2023

Indonesia KCP Magetan 2 berharap strategi yang ditempuh dapat memberikan pelayanan yang lebih memuaskan kepada nasabahnya. Strategi pelayanan Bank Syariah dilakukan secara konsisten atau cermat dan berpegang teguh pada ketentuan dan peraturan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia seperti strategi yang membutuhkan etika.

Etika yang baik sangat diperlukan dalam melayani nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2. Karena etika yang baik akan membuat nasabah merasa senang dan puas. Frontliner Bank Syariah Indonesia mengatakan KCP Magetan 2 berusaha memberikan pelayanan yang baik. Etika yang harus diperhatikan seperti bersikap baik dan sopan kepada nasabah, mengetahui dan memahami keluhan dan keinginan nasabah, tidak membuat nasabah tersinggung dengan perkataan dan perbuatan yang diberikan, memberikan informasi tentang Bank Syariah Indonesia KCP Magetan, apa yang diinformasikan jelas dan dapat dipahami oleh nasabah, selain itu frontliner juga melaksanakan Standar Operasional Prosedur (SOP) Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2.⁷

Selain mewawancarai pegawai Frontliner, peneliti juga mewawancarai nasabah KCP Magetan 2 Bank Syariah Indonesia. 5 dari 10 nasabah yang telah peneliti wawancarai mengatakan bahwa pelayanan bank terlalu lama. Mereka mengatakan Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 tidak memenuhi standar pelayanan yang baik. Fasilitas Bank Syariah Indonesia

⁷ Purnomo, Citra, dan Fuah, *Wawancara*, 30 Maret 2023

KCP Magetan 2 saja tidak cukup memberikan kemudahan bagi nasabahnya, seperti customer service yang melayani pelanggan terlalu lama sehingga menunggu terlalu lama jika banyak antrian. Selain itu ruang yang kurang memadai dimana ketika antrian ramai, banyak yang harus berdiri menunggu diluar atau di tempat parkir yang panas.

Selain itu menurut dua nasabah⁸ yang lain menyatakan bahwa ia pernah merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh customer service dimana nada bicara yang menurut beliau kurang enak didengar. Hal tersebut dirasakan juga oleh nasabah lain yaitu⁹, mereka mengeluhkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh security dan teller belum memuaskan.

Dimensi kualitas pelayanan memperlihatkan banyak perbedaan antara pelayanan yang sebenarnya (perceived service) dengan apa yang diharapkan pelanggan dari pelayanan (expected service). Perbedaan antara layanan dan layanan yang diharapkan. Fenomena yang menurut pelanggan menyebabkan masalah kualitas layanan ini disebut ketegangan (GAP). Di sinilah persepsi pelanggan dan kepuasan pelanggan (customer satisfaction) ikut berperan. Frontliner Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 miliknya justru berusaha memberikan pelayanan yang baik sesuai standar pelayanan yang baik. Namun, layanan tersebut tidak memenuhi harapan pelanggan. Peneliti ingin meneliti pelayanan frontliner Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2.

⁸ Andhika, Wawancara, 13 Oktober 2022.

⁹ Ibu Puji, Ibu Ely, Bapak Wawan, dan Ibu Rukhoyah, Wawancara, 13 Oktober 2022.

Lokasi ini dipilih peneliti karena sangat strategis, dekat dengan pasar sayur dan pemukiman warga, serta mudah dijangkau. Kami juga ingin meneliti layanan. Frontliner Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 Karena terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kenyataan terkait pelayanan.¹⁰

Menurut penelitian sebelumnya, penting untuk memberikan pelayanan yang baik. Winda Arumningsih membuktikan adanya pelayanan prima yang memuaskan pelanggan dan menghargai mereka sebagai orang yang membutuhkan pelayanan. Ini membuat pelanggan kembali dan memungkinkan untuk melanjutkan hubungan dengan bank atau perusahaan.¹¹ Indah Febbri Yuniarmi melakukan hal yang sama. Hasilnya menemukan bahwa bank memberi jaminan untuk melindungi pelanggan kami dan meningkatkan kualitas layanan sekaligus meningkatkan loyalitas pelanggan.¹²

Kajian ini menunjukkan bahwa arah kajian ini mengarah pada poin ketiga, poin pertama kajian ini berkaitan dengan loyalitas dan pelayanan *frontliner* BSI KCP Magetan 2 dalam melayani pelanggan. ditekankan. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji hal tersebut dalam makalah yang berjudul “Pelayanan *Frontliner* Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan dengan BSI KCP Magetan 2”.

¹⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhalindo, 1997), 49.

¹¹ Winda Arumningsih, “Implementasi Strategi Kaizen Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT. BNI Syariah KC. Bengkulu”. 2019

¹² Indah Febbri Yuniarmi, “Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi Bni Syariah Kc Panorama Bengkulu)”, 2021

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Loyalitas Nasabah Pada Bank BSI KCP Magetan 2?
2. Bagaimana Strategi Pelayanan *Frontliner* Pada Bank BSI KCP Magetan 2?
3. Bagaimana Dampak Strategi Pelayanan *Frontliner* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BSI KCP Magetan 2?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang penulis buat, maka penulisan ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis Loyalitas Nasabah Pada Bank BSI KCP Magetan 2.
2. Menguraikan Strategi Pelayanan *Frontliner* D Pada Bank BSI KCP Magetan 2.
3. Menganalisis Dampak Strategi Pelayanan *Frontliner* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BSI KCP Magetan 2

D. Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang penulis berikan dari penulisan ini, antara lain :

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman terutama tentang bagaimana strategi pelayanan frontliner dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada BSI KCP Magetan 2

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi bank yang lebih canggih dan efisien dalam strategi pelayanan frontliner di bank syariah untuk menarik nasabah setia pada bank itu sendiri.

3. Akademisi

Studi ini menambah informasi tentang bagaimana Strategi Layanan Frontliner dirancang untuk meningkatkan loyalitas nasabah di BSI KCP Magetan 2, dan berfungsi sebagai pedoman bagi peneliti selanjutnya, berguna di bidang perbankan syariah dan bidang lainnya serta diharapkan dapat digunakan sebagai bahan bacaan yang bermanfaat.

E. Studi Penelitian Terdahulu

1. **Laras Ayu Wulandari (2018)**, dengan judul “*Strategi Pelayanan Prima Guna Mencapai Kepuasan Nasabah Oleh Customer Service Di Bank BNI Syariah Purwokerto*”. Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti menyimpulkan bahwa Strategi yang ada di dalam Bank BNI Syariah Purwokerto khususnya pada customer service. Strateginya adalah cross selling dan up selling digunakan untuk menjual produk perbankan yang ada, melayani nasabah dengan sepenuh hati digunakan untuk membuat hubungan emosional yang baik dengan nasabah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian yang akan diteliti membahas pelayanan untuk meningkatkan loyalitas nasabah sedangkan

penelitian sebelumnya membahas pelayanan untuk mencapai kepuasan nasabah.¹³

2. **Reni Mardiani (2018)**, dengan judul “*Peranan Customer Service Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Bandung*”. Hasil dari pengamatan yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa Customer Service memiliki peranan penting dalam usaha mempertahankan loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung. Maka customer service harus dibekali dengan berbagai keahlian sebagai penunjang untuk menjadi customer service yang baik ketika melayani nasabah. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas loyalitas nasabah.¹⁴

3. **Yulia Ellawati (2018)**, dengan judul “*Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu*”. Hasil penelitian ditemukan bahwa peran customer service pada PT BPRS Safir Bengkulu yaitu melayani nasabah dan memberi informasi dengan menggunakan SOP (Standar Operasional Prosedur). Secara tidak langsung customer service PT BPRS Safir juga berperan untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama dengan cara menjaga komunikasi tetap lancar serta selalu menjaga silaturahmi dengan nasabah.

¹³ Laras Ayu Wulandari, “*Strategi Pelayanan Prima Guna Mencapai Kepuasan Nasabah Oleh Customer Service Di Bank BNI Syariah Purwokerto*”, 2018

¹⁴ Reni Mardiani, “*Peranan Customer Service Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Bandung*”, 2018

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian yang akan diteliti berfokus pada pelayanan bank dalam meningkatkan loyalitas nasabah sedangkan penelitian sebelumnya peranan customer service sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan membahas loyalitas nasabah.¹⁵

4. **Dian Amalia Farhah (2018)**, dengan judul “*Strategi Pelayanan Prima Oleh Customer Service Untuk Membangun Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Kcp Purbalingga*”. Jenis penelitian yang digunakan oleh Dian Amalia Farhah ini ialah kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian disimpulkan bahwa Strategi yang digunakan oleh customer service Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga Antara lain cross selling dan up selling. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian sebelumnya berfokus pada Customer Service sedangkan penelitian yang akan diteliti berfokus pada Frontliner.¹⁶

5. **Idiyansyah (2018)**, dengan judul “*Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Untuk Menabung (Studi Kasus Bank*

¹⁵ Yulia Ellawati, “Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu”, 2017

¹⁶ Dian Amalia Farhah, “Strategi Pelayanan Prima Oleh Customer Service Untuk Membangun Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Kcp Purbalingga”, 2018

Bni Syariah Kc Fatmawati). Jenis penelitian yang digunakan oleh Idiyansyah ini ialah kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Hasil penelitian disimpulkan bahwa peran seorang Customer Service dalam meningkatkan loyalitas nasabah sangatlah penting melalui pelayanan dan juga fasilitas yang diberikan Customer Service di bank tersebut. Customer Service merupakan jembatan penghubung antara bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa dan produk-produk bank yang tersedia. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian sebelumnya berfokus pada Customer Service sedangkan penelitian yang akan diteliti berfokus pada Frontliner, sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan membahas loyalitas nasabah.¹⁷

6. **Yayang Marentisna Sina Boci (2019)**, dengan judul “*Strategi Pelayanan Pegawai Frontliner Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kc Cibinong*”. Jenis penelitian yang digunakan oleh Yayang Marentisna Sina Boci ini ialah kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan

¹⁷ Idiyansyah, “*Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Untuk Menabung (Studi Kasus Bank Bni Syariah Kc Fatmawati)*”, 2017

dokumentasi. Hasil penelitian disimpulkan bahwa Strategi yang tepat dilakukan oleh pegawai frontliner Bank Syariah Mandiri KC Cibinong adalah strategi yang menggunakan metode role play dan real play dimana metode ini merupakan strategi yang memberikan pelajaran kepada pegawai untuk membayangkan dirinya berada di posisi orang lain, agar bisa merasakan perasaan dan sikap yang di tujukkan orang lain, serta memahami tujuan yang hendak di capai oleh nasabah. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada pelayanan Frontliner dan membahas loyalitas nasabah.¹⁸

7. **Febri Safitri (2019)**, dengan judul “*Manajemen Pelayanan Prima Frontliner Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Dan Kepercayaan Nasabah Di Bri Syariah Kcp Kebumen*”. Jenis penelitian yang digunakan oleh Febri Safitri ini ialah kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian disimpulkan bahwa Sistem strategi yang digunakan BRI Syariah KCP Kebumen pada pelayanan prima frontliner dalam upaya meningkatkan loyalitas dan kepercayaan nasabah yaitu dengan ketepatan waktu dan akurasi pelayanan, melayani nasabah dengan positif (positive thinking) dan logis, penampilan (performance) yang sopan dan serasi dalam hal

¹⁸ Yayang Marentisna Sina Boci, “*Strategi Pelayanan Pegawai Frontliner Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kc Cibinong*”, 2019

penampilan fisik maupun non fisik, mencurahkan perhatian penuh kepada nasabah, mewujudkan kebutuhan nasabah, adanya apresiasi kepada nasabah agar terpuaskan serta loyalitas dan semakin percaya kepada perusahaan. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada Frontliner dan membahas loyalitas nasabah.¹⁹

8. **Elma Zakiati (2019)**, dengan judul *“Strategi Pelayanan Prima oleh Frontliner untuk Membangun Loyalitas Nasabah di BRI Syariah KC Purwokerto”*. Metode yang digunakan yakni metode kualitatif dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh frontliner BRI Syariah KC Purwokerto sangat beragam. Antara lain cross selling dan up selling untuk menjual produk yang terdapat di BRI Syariah KC Purwokerto. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada pelayanan Frontliner dan membahas loyalitas nasabah.²⁰

9. **Sela Widya Sari (2019)**, dengan judul *“Strategi Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Financing Di PT BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu”*. Metode yang digunakan yakni metode kualitatif dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa PT BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu menggunakan strategi pelayanan prima berupa mengidentifikasi determinan utama pelayanan

¹⁹ Febri Safitri, *“Manajemen Pelayanan Prima Frontliner Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Dan Kepercayaan Nasabah Di Bri Syariah Kcp Kebumen”*, 2019

²⁰ Elma Zakiati, *“Strategi Pelayanan Prima oleh Frontliner untuk Membangun Loyalitas Nasabah di BRI Syariah KC Purwokerto”*, 2019

prima, menumbuh kembangkan budaya kualitas, menindak lanjuti pelayanan, mengembangkan sistem informasi layanan, ketulusan, kesetiaan, dan jempot bola. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas pelayanan untuk meningkatkan nasabah.²¹

10. **Winda Arumningsih (2019)**, dengan judul “Implementasi Strategi Kaizen Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT. BNI Syariah KC. Bengkulu”. Hasil penelitian disimpulkan bahwa Implementasi Strategi Kaizen di BNI Syariah dilakukan dengan memberikan layanan terbaik kepada nasabah yaitu Seiri atau pemilihan, Seiton atau penataan, Seiso atau pembersihan, Shitsuke atau pembiasaan, dan Seiketsu atau pemantapan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian yang akan diteliti berfokus pada pelayanan bank dalam mempertahankan loyalitas nasabah, sedangkan penelitian sebelumnya implementasi strategi kaizen di BNI Syariah sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan membahas loyalitas nasabah.²²

11. **Rudi Hartono (2020)**, dengan judul “*Strategi Pelayanan Bank Rakyat Kantor Cabang Unit Enrekang Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Analisis Manajemen Syariah)*”. Jenis penelitian yang

²¹ Sela Widya Sari, “*Strategi Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Financing Di PT BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu*”, 2019

²² Winda Arumningsih, “*Implementasi Strategi Kaizen Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT. BNI Syariah KC. Bengkulu*”. 2019

digunakan oleh Rudi Hartono ini ialah kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian disimpulkan bahwa strategi pelayanan BRI KCP Unit Enrekang dalam meningkatkan loyalitas nasabah berhasil menarik simpatik nasabah dengan salah-satu program unggulannya yaitu Program undian simpedes. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan membahas loyalitas nasabah.²³

12. **Norlaila (2020)**, dengan judul “*Etika Frontliner Dalam Memberikan Pelayanan Yang Optimal (Studi Di Pt. BSI Syariah KC Pembantu Martapura)*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelayanan optimal yang diberikan oleh frontliner kepada nasabah agar nasabah merasa puas. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif. Persamaan dari penelitian Norlaila dan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu sama meneliti tentang pelayanan dari frontliner terhadap nasabah. Adapun perbedaannya, Norlaila mengarah kepada kepuasan nasabah, sedangkan penulis mengarah kepada loyalitas nasabah.²⁴

²³ Rudi Hartono, “*Strategi Pelayanan Bank Rakyat Kantor Cabang Unit Enrekang Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Analisis Manajemen Syariah)*”, 2020

²⁴ Norlaila, “*Etika Frontliner Dalam Memberikan Pelayanan Yang Optimal (Studi Di Pt. BSI Syariah KC Pembantu Martapura)*”, 2020

13. **Indah Febri Yuniarmi (2021)**, dengan judul “*Strategi Pelayanan BNI*

Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi Bni Syariah Kc Panorama Bengkulu)”. Jenis penelitian yang digunakan oleh Indah Febri Yuniarmi ini ialah kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian disimpulkan bahwa BNI Syariah KC Panorama Bengkulu juga menggunakan strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah adalah melakukan jaminan pelindung nasabah, meningkatkan kualitas pelayanan, melakukan hubungan personal, Melakukan hubungan yang saling menguntungkan, Strategi pelayanan jempit bola. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian yang akan diteliti berfokus pada pelayanan bank untuk meningkatkan loyalitas nasabah, sedangkan pada penelitian sebelumnya berfokus pada pelayanan bank untuk mempertahankan loyalitas nasabah, sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan membahas loyalitas nasabah.²⁵

14. **Muhammad Septedi (2021)**, dengan judul “*Penerapan Pelayanan Prima Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bsi Kc Banjarbaru Di Masa Pandemi Covid-19*”. Jenis penelitian yang digunakan oleh Muhammad Septedi ini

²⁵ Indah Febri Yuniarmi, “*Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi Bni Syariah Kc Panorama Bengkulu)*”, 2021

ialah kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian disimpulkan bahwa pelayanan prima yang diterapkan oleh frontliner dimasa pandemi COVID-19 masih bisa diterapkan dengan baik meskipun terdapat sedikit hambatan akibat pandemi COVID-19 yang mempengaruhi perubahan pada aktivitas kerja yang diterapkan oleh pemerintah, adapun pelayanan prima yang diterapkan oleh BSI Kc Banjarbaru yaitu masih sama dengan penerapan pelayanan sebelum masuknya pandemi, dan walaupun dimasa pandemi pelayanan yang diterapkan kepada nasabah masih dapat memuaskan dan tidak terjadi masalah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian sebelumnya berfokus pada penerapan pelayanan saat pandemi Covid-19, sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada Frontliner dan membahas loyalitas nasabah.²⁶

15. **Asri Oktarina Larasati (2021)**, dengan judul *“Strategi Pelayanan Prima Oleh Teller Untuk Membangun Loyalitas Nasabah Pada Bprs Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu”*. Jenis penelitian yang digunakan oleh Asri Oktarina Larasati ini ialah kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik

²⁶ Muhammad Septedi, *“Penerapan Pelayanan Prima Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bsi Kc Banjarbaru Di Masa Pandemi Covid-19”*, 2021

pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian disimpulkan bahwa Strategi yang digunakan oleh Teller BPRS Bina Amanah Satria sangat beragam antara lain peningkatan kualitas melalui pengembangan SDM untuk memberikan kepuasan. Menciptakan paradigma yang baik supaya dapat dikenal masyarakat dengan citra yang positif dan profesional. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian sebelumnya berfokus pada pelayanan Teller untuk membangun loyalitas nasabah sedangkan penelitian yang akan diteliti berfokus pada pelayanan frontliner untuk meningkatkan loyalitas nasabah, sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan membahas loyalitas nasabah.²⁷

Dilihat dari judul besar, hampir sama. Namun pembahasan yang akan dikaji berbeda dengan skripsi lainnya. Perbedaannya terletak pada subjek yang diperiksa. Adapun penelitian ini penulis fokuskan pada bagaimana loyalitas nasabah dan strategi frontliner dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Kantor Cabang Bank Syariah Indonesia Mageta 2 dalam penyampaian layanan. Dengan demikian, ringkasan literatur ini berfungsi sebagai perbedaan utama antara tinjauan penulis dan disertasi sebelumnya.

²⁷ Asri Oktarina Larasati, “Strategi Pelayanan Prima Oleh Teller Untuk Membangun Loyalitas Nasabah Pada Bprs Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu”, 2021

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian penulis adalah penelitian lapangan, karena penelitian deskriptif menggunakan metode kualitatif karena sifat permasalahannya. Deskriptif adalah penelitian dengan cara mendeskripsikan dan menginterpretasikan objek berdasarkan pengetahuan yang ada di lapangan. Data kualitatif diperoleh dari hasil survey atau informasi yang diberikan oleh responden, dan dideskripsikan dalam istilah-istilah yang dipisahkan berdasarkan kategori untuk menarik kesimpulan.

Tujuan dari pendekatan deskriptif kualitatif adalah: (1) Memudahkan pendeskripsian hasil penelitian dalam bentuk cerita atau teks naratif agar lebih mudah dipahami. Menurut peneliti, dengan pendekatan ini dimungkinkan penggalan data dan informasi sebanyak-banyaknya secara mendalam untuk kepentingan penelitian; (2) Pendekatan penelitian ini diharapkan mampu menciptakan keakraban dengan peneliti atau informan saat melakukan kegiatan penelitian, sehingga peneliti dapat menyajikan informasi berupa fakta-fakta yang ada di lapangan; (3) Peneliti berharap pendekatan ini dapat memberikan jawaban atas permasalahan yang diajukan.²⁸

²⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), 115.

2. Kehadiran Peneliti

Sebagai pengamat, peneliti mengamati subjek penelitian dengan seksama. Untuk mendapatkan data penelitian ini, peneliti langsung terjun ke lokasi. Kehadiran peneliti dalam penelitian ini berfungsi sebagai alat sentral dan pengamat independen tempat subjek penelitian ditempatkan.

Sesuai dengan karakteristik pendekatan kualitatif, salah satunya adalah alat yang penting. Peneliti di bidang ini diwajibkan untuk hadir atau berpartisipasi langsung dalam ritual. Sehubungan dengan itu, dalam mengumpulkan data, peneliti berusaha membina hubungan baik dengan sumber data atau informan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar valid.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti akan mengunjungi lokasi penelitian pada waktu-waktu tertentu untuk melakukan penelitian, baik yang dijadwalkan maupun tidak.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek penelitian ini adalah di BSI KCP Magetan 2 yang berada di jalan MT. Haryono Permai RT.03/RW.12 Dusun Karanganyar, Kelurahan Kepolorejo, Kecamatan Magetan, Kabupaten Magetan, Jawa Timur. Alasan peneliti menentukan Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 adalah karena dekat dengan pemukiman dan lokasinya sangat strategis sehingga mudah dijangkau dan memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian. Selain itu peneliti juga

beberapa kali melakukan observasi dengan bank lain dan menunjukkan bahwa pada bank BSI KCP Magetan 2 terdapat fenomena sehingga penelitian tertarik untuk meneliti tersebut.

4. Data dan Sumber Data

Data adalah hasil yang dicatat oleh lembaga pendaftaran baik dalam bentuk faktual maupun numerik. Oleh karena itu, data dapat diartikan sebagai fakta dan angka yang dapat digunakan sebagai bahan untuk menyusun informasi, tetapi informasi itu sendiri merupakan hasil pengolahan data yang dapat digunakan untuk tujuan tertentu.

Sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer yaitu data yang didapat peneliti dari sumber asli.²⁹ Sumber data primer pada penelitian ini adalah Bank BSI KCP Magetan 2. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan teknik direct sampling. Targeted sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan khusus ini, misalnya, orang yang tampaknya paling tahu apa yang diharapkan, atau penguasa yang membantu peneliti mempelajari objek atau situasi sosial yang diteliti.

Sumber Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan dari orang-orang yang meneliti sumber-sumber yang ada.

²⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), 172.

Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer dari bahan pustaka, literatur, penelitian sebelumnya, buku, dll.

5. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan untuk menulis makalah ini biasanya terdiri dari data dari studi lapangan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang secara sistematis mengamati dan mencatat fenomena yang diangkat. Metode ini digunakan untuk menginvestigasi dan mengamati secara langsung gejala-gejala yang berhubungan dengan key field issues untuk mendapatkan informasi strategi pelayanan frontliner di BSI KCP Magetan 2.

b. Wawancara

Wawancara adalah mendapatkan informasi langsung dengan seorang informan untuk mendapatkan informasi. Hal ini dilakukan dengan menawarkan serangkaian pertanyaan terstruktur melalui persiapan alat tulis. Narasumber utama yaitu karyawan Frontliner di BSI KCP Magetan 2.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata document yang berarti sesuatu yang tertulis. Dalam melakukan metode dokumentasi, peneliti

menyasar objek-objek terdokumentasi seperti buku, pamflet, dokumen, risalah rapat, dan catatan harian. Dokumentasi dalam penelitian ini berarti menerima data dan informasi dari dokumen dan arsip sebagai pelengkap data yang dibutuhkan yang dapat digunakan untuk mendukung analisis dalam penelitian ini.

6. Teknik Analisis Data

Deduksi adalah metode analisis data untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan menarik kesimpulan dari hasil penelitian. Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam format yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Oleh karena itu, kesimpulan penelitian ini ditarik dengan menggunakan metode deduktif yang mengedepankan data tentang fakta-fakta yang disajikan di situs, dimulai dengan mengungkapkan teori-teori tertentu yang terkait dengan pelayanan yang baik. Kemudian menarik kesimpulan dengan mengkontraskan hasil teori penulis dengan fakta yang ada. Kesimpulan peneliti diambil dari data penelitian pelayanan frontliner dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada BSI KCP Magetan 2.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Teknik yang digunakan untuk mengecek keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kombinasi (mixed method), yaitu metode yang menggabungkan antara metode kuantitatif dan kualitatif yang digunakan secara bersamaan dalam penelitian, sehingga

diperoleh data yang lebih obyektif. Menurut Creswell metode penelitian kombinasi merupakan pendekatan penelitian yang menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif yang melibatkan asumsi filosofis, aplikasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif, dan mengkombinasikan kedua pendekatan tersebut dalam satu penelitian.

Setiap pertanyaan observasi dianalisis secara terpisah untuk memastikan validitas data dalam proses analisis. Pengolahan data akan dijelaskan dan diakhiri dengan penjelasan lisan setelahnya, sehingga diharapkan analisis ini dapat menunjukkan dengan jelas bagaimana strategi pelayanan frontliner dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di BSI KCP Magetan 2.

G. Sistematika Pembahasan

Garis besar penelitian ini ditulis untuk memudahkan penulisan dan membantu pembaca memahami penelitian. Pada saat penulisan ini, skripsi terdiri dari berbagai bab yang masing-masing memiliki beberapa sub bab. Sistem penulisannya adalah:

BAB I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, penelitian teoritis, metode penelitian (mencakup jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan teknik analisis data, teknik validasi data) , dan terakhir penulisan sistematis.

BAB II Kajian Teori

Bab ini menyajikan teori dasar penelitian. Tujuan dari presentasi ini adalah untuk menginformasikan kepada pembaca bahwa penelitian ini memiliki landasan utama. Hal ini memungkinkan pembaca untuk mengetahui dasar-dasar teoritis penelitian ini dan membantu mereka memahami temuan penelitian. Teori ini didasarkan pada teori loyalitas, teori strategi dan teori layanan.

BAB III Paparan Data

Bab ini memberikan gambaran tentang tema penelitian. Juga mencakup data loyalitas nasabah dan strategi pelayanan yang digunakan oleh frontliners untuk meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2.

BAB IV Pembahasan

Dalam bab ini berisi hasil analisis dari data yang telah didapat berkaitan dengan loyalitas nasabah dan strategi pelayanan yang dilakukan oleh pegawai frontliner dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada BSI KCP Magetan 2.

BAB V Penutup

Bab terakhir ini menarik kesimpulan dari semua teori yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya. Ini berisi dua gagasan utamanya kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Loyalitas nasabah

Loyalitas merupakan satu kata lama yang biasanya digunakan untuk menggambarkan kesetiaan dan kepatuhan.³⁰ Loyalitas berasal dari kata dasar “Loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka.

Dari definisi yang disampaikan Utomo, nasabah yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyediaan jasa. Dalam hal ini merupakan kesetiaan nasabah terhadap lembaga keuangan, yaitu bank. Pada umumnya, loyalitas berkaitan dengan kesetiaan, sikap menurut, dan menerima apa adanya serta tidak mudah bergeser pada tujuan lain. Dalam konsep marketing, loyalitas erat kaitannya dengan nasabah atau loyalitas

³⁰ Cristopher lovelock, dkk, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010), 76.

nasabah yang tidak lain merupakan bentuk kesetiaan nasabah kepada kualitas produk suatu bank.³¹

Loyalitas pelanggan merupakan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi pelanggan dari perusahaan tersebut, contohnya: jika produk tidak mampu memuaskan pelanggan, pelanggan akan beraksi dengan cara exit (pelanggan menyatakan berhenti membeli mereka atau produk) dan voice (pelanggan menyatakan ketidakpuasan langsung pada perusahaan).³²

Dalam dunia perbankan, nasabah akan menjadi loyal apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan maupun produk bank tersebut. Loyalitas muncul karena kebutuhandan keinginan terpenuhi. Kebutuhan adalah sebuah kondisi dimana seseorang merasa kekurangan atau satu barang tertentu dan ada sebuah dorongan untuk memenuhinya. Sedangkan keinginan merupakan kebutuhan manusia yang sudah dibentuk oleh budaya dan kepribadian individu.³³

Loyalitas nasabah merupakan salah satu komitmen nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian

³¹ Utomo, *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telpon Seluler*, (Yogyakarta: Tesis, 2011), 27.

³² Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), 46.

³³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*, (Jakarta: Prenhalindo, 2002), 55.

ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku.³⁴

Dalam menjaga loyalitas pelanggan, perusahaan dapat mempertahankan pelanggan tersebut agar pelanggan tidak beralih kepada pesaing dengan cara sebagai berikut:

1. Meriset Pelanggan

Tujuan diadakannya riset yang teratur adalah untuk memahami tentang apa yang pelanggan inginkan.

2. Membuat Hambatan Agar Pelanggan Tidak Berpindah

Ada tiga macam hambatan yang dapat dilakukan agar pelanggan tidak berpindah keperusahaan lain, yaitu:

- a. Hambatan fisik, yaitu dengan menyediakan layanan fisik yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan.
- b. Hambatan ekonomis, yaitu dengan memberikan insentif bagi yang membutuhkan secara ekonomis, misalnya dengan memberikan hadiah bagi pelanggan.
- c. Hambatan psikologis, yaitu dengan menciptakan persepsi dalam pikiran pelanggan supaya bergantung pada produk atau jasa perusahaan.

³⁴ Ratih Hurryati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 129.

3. Melatih dan Memotivasi Staff atau Karyawan untuk Loyal

Karyawan atau Staff merupakan faktor penting untuk membangun loyalitas pelanggan, mengikut sertakan mereka dalam proses tersebut dan beri pelatihan, dukungan, dan imbalan agar mereka mau melakukan hal itu.

4. Pemasaran Untuk Loyalitas

Maksudnya adalah pemasaran menggunakan program-program yang memberikan nilai tambahan pada perusahaan dan produk atau jasa dimata konsumen.³⁵

Dasar bagi loyalitas sejati terletak pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas layanan menjadi input utamanya. Pelanggan yang sangat puas atau bahkan yang menyukai layanan cenderung menjadi pendukung loyal perusahaan. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa loyalitas nasabah adalah bentuk kesetiaan nasabah dalam mempertahankan, dan menggunakan produk atau jasa tersebut dalam jangka panjang dan terus-menerus serta merekomendasikan kepada rekan nya untuk sama-sama menggunakan produk dan jasa tersebut.³⁶

1. Tingkat Loyalitas Konsumen

³⁵ Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan Edisi Revisi dan Terbaru*, (Jakarta: Erlangga, 2005), 141.

³⁶ Christopher Lovelock, dkk., *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2010), 91.

Terdapat konsep loyalitas yang ditawarkan oliver mengenai tingkat loyalitas konsumen terdiri dari empat tahap yaitu:

a. Loyalitas Kognitif

Tahap dimana pengetahuan langsung maupun tidak langsung konsumen akan merek, manfaatnya dan dilanjutkan ke pembelian berdasarkan pada keyakinan akan superioritas yang ditawarkan. Pada tahap ini dasar kesetiaan adalah informasi tentang produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen.

b. Loyalitas Afektif

Sikap favorable konsumen terhadap merek yang merupakan hasil dari konfirmasi yang berulang dari harapannya selama tahap *cognitively loyalty* berlangsung. Pada tahap ini dasar kesetiannya adalah pada sikap dan komitmen terhadap produk dan jasa sehingga pada tahap ini telah terbentuk suatu hubungan yang lebih mendalam antara konsumen dengan penyedia produk atau jasa dibandingkan pada tahap sebelumnya.

c. Loyalitas Konatif

Intensif membeli ulang sangat kuat dan memiliki keterlibatan tinggi yang merupakan dorongan motivasi.

d. Loyalitas Tindakan

Menghubungkan penambahan yang baik untuk tindakan serta keinginan untuk mengatasi kesulitan seperti pada tindakan kesetiaan.³⁷

2. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu:

a. Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan nasabah adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah dan semua kesimpulan yang dibuat nasabah tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

b. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya

c. Komitmen

Komitmen merupakan unsur perilaku sebagai upaya mempertahankan dan menjaga hubungan jangka panjang kedua belah pihak agar hubungan lebih bermakna.

d. Sikap Nasabah

Menurut Handoko, sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah-masalah baik ataupun kurang baik secara konsekuen. Sikap ini

³⁷ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 13.

dilakukan nasabah berdasarkan pandangannya terhadap aktivitas perbankan, keunggulan produk dan proses belajar baik dari pengalaman atau lainnya yang bisa menjadi sikap positif atau cenderung tidak peduli terhadap aktivitas perusahaan.

e. *History With the Company* (Sejarah dengan Perusahaan)

Pembentukan perilaku akibat adanya pengalaman pelanggan terhadap perusahaan. Sedangkan pemasaran untuk loyal (*Marketing for Loyalty*). Pemasaran untuk loyal adalah pemasaran yang menggunakan program-program yang memberikan nilai tambah pada perusahaan dan produk di mata pelanggan. Program-program tersebut yaitu:

- 1) *Relationship Marketing*
- 2) *Frequency Marketing*
- 3) *Membership Marketing*³⁸

3. Indikator Loyalitas Nasabah

Indikator loyalitas nasabah antara lain:

a. Pembelian ulang secara teratur

Pembelian ulang secara teratur ini adalah seberapa sering nasabah melakukan transaksi pada bank tersebut.

b. Penggunaan produk dan jasa lain

³⁸ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 5.

Penggunaan produk dan jasa lain adalah kemauan nasabah untuk melakukan transaksi dengan memanfaatkan berbagai layanan atau produk lain yang disediakan oleh operator.

c. Rekomendasi

Rekomendasi yang dimaksud adalah pengkomunikasian secara lisan mengenai pengalaman nasabah kepada orang lain dengan harapan orang tersebut mau untuk mengikutinya.

d. Komitmen

Komitmen adalah kemauan pelanggan untuk tetap memanfaatkan pelayanan yang disediakan oleh operator dimasa yang akan datang dan enggan untuk berhenti sebagai pelanggan tersebut.³⁹

B. Strategi Pelayanan

1. Pengertian Strategi Pelayanan

Strategi merupakan suatu arah ataupun cakupan organisasi yang secara sempurna buat jangka panjang, yang membiasakan sumber dayanya dan area yang berganti, serta secara special, pemasarannya, konsumen serta partner buat terpenuhinya harapan stakeholder.

Strategi pelayanan adalah metode yang dapat menanggapi suatu target pencapaian yang dilaksanakan lewat jasa yang berbentuk perilaku,

³⁹ Jill Griffin, *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, (Jakarta: Erlangga, 2005), 33.

ketepatan, ikatan maupun perihal lainnya untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.⁴⁰

2. Macam-Macam Strategi Pelayanan

a. Relationship Marketing

Strategi dimana Transaksi yang mengalami kelanjutan atau biasanya bisa dikatakan dengan yang namanya repeat order, dimana transaksi yang dilakukan tidak berhenti begitu saja pada transaksi yang pertama.

b. Superior Customer Service

Strategi ini biasanya dikatakan strategi yang memberikan pelayanan kepada nasabahnya dengan memberikan pelayanan yang unggul dari yang lain.

c. Unconditional Guarantees

Strategi ini menawarkan sebuah kualitas pelayanan produk yang dimiliki dengan memberikan sebuah jaminan.

d. Strategi Penanganan Keluhan yang Efisien

Sebuah strategi yang digunakan untuk melihat sebab dari sebuah permasalahan yang dihadapi untuk meningkatkan kualitas dari pelayanan tersebut⁴¹

⁴⁰ Triton, PSSS. B, Management Strategi (Yogyakarta: Tugu Publisher, 2007), 15.

⁴¹ Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality, dan Satisfaction* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 177-180.

3. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Berikut ini beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik dan yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan atau nasabah, yaitu:

- a. Tersedianya karyawan yang baik
- b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
- c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah dari awal hingga selesai
- d. Mampu berkomunikasi dengan baik
- e. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
- f. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- g. Berusaha memahami kebutuhan nasabah
- h. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.⁴²

4. Etika Frontliner Dalam Memberikan Pelayanan

Dalam prakteknya secara umum seluruh frontliner haruslah menunjukkan sikap dan tingkah laku seperti berikut ini:

- a. Rasa ingin membantu setiap kebutuhan dan keinginan nasabah sampai dengan selesai.
- b. Selalu berusaha memberikan perhatian terhadap setiap permasalahan yang dihadapi nasabah.
- c. Sopan, santun dan ramah saat memberikan pelayanan kepada nasabah tanpa adanya unsur diskriminasi dalam bentuk apa pun.

⁴² Kasmir, *Manajemen Perbankan, cetakan 1* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 223.

- d. Mempunyai rasa toleransi yang tinggi dalam menghadapi setiap tingkah laku atau tindak tanduk seluruh nasabah.
- e. Berusaha menjaga perasaan nasabah supaya tetap merasa nyaman, tenang, serta menimbulkan kepercayaan.
- f. Mampu mengendalikan dan menahan emosi dari setiap permasalahan/kasus yang dihadapi terutama dalam hal melayani nasabah yang berperilaku kurang baik.
- g. Membuat nasabah menjadi senang merupakan sikap yang harus selalu ditonjolkan oleh frontliner⁴³

5. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Jasa/Pelayanan

Ada beberapa faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya kualitas suatu jasa/pelayanan diantaranya:

- a. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan

Salah satu karakteristik unik jasa adalah *inseparability*. Artinya jasa di produksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian jasa. Konsekuensinya, berbagai macam persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan jasa bisa saja terjadi. Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan jasa dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa.

⁴³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2018), hal. 169

b. Intesitas tenaga kerja yang tinggi

Masalah tingginya variabilitas jasa yang dihasilkan dapat timbul apabila karyawan terlibat secara intens pada saat penyampaian jasa. Ada tiga unsur yang dapat mempengaruhinya, yang pertama yaitu upah rendah (umumnya karyawan yang melayani atau berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki tingkat pendidikan dan upah yang paling rendah dalam sebuah perusahaan), unsur yang kedua yaitu pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi dan unsur yang ketiga ialah tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi dan lain-lain.

c. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai

Agar pelayanan dapat diberikan secara efektif, para petugas frontliner memerlukan dukungan dari fungsi-fungsi utama manajemen (operasi, pemasaran, keuangan, SDM) dan dukungan dari unsur pemberdayaan (empowerment) yang berkaitan dengan petugas frontliner dan manajer. Karena frontliner menjadi faktor terpenting dalam penyampaian jasa. Yang dapat diperoleh dalam bentuk peralatan kerja, pelatihan keterampilan serta informasi prosedur kerja.

d. Gap komunikasi (kesenjangan komunikasi)

Komunikasi menjadi unsur yang mendasar untuk menjalin kontak dan relasi dengan pelanggan, hal ini tidak dapat dihindari

lagi. Apabila gap komunikasi terjadi, akan muncul penilaian atau perspektif negatif terhadap kualitas jasa.

e. Melayani semua pelanggan dengan cara yang sama

Pelanggan dapat diartikan sebagai individu yang memiliki preferensi, perasaan serta emosi yang unik dan berbeda-beda. Untuk interaksi dengan penyedia jasa, tidak semua pelanggan bersedia menerima jasa yang seragam. Hal ini memunculkan tantangan bagi penyedia jasa dalam hal kemampuan memahami kebutuhan spesifik pelanggan individual dan memahami perasaan pelanggan terhadap penyedia jasa dan layanan yang mereka terima.⁴⁴

6. Dampak dari Pelayanan

Untuk mengetahui dampak dari strategi pelayanan yang baik yang diterapkan oleh suatu bank maka kita bisa melacak kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan dengan cara yaitu:

a. Complaint and Sugestion System(Sistem Keluhan dan Saran)

Dalam cara ini lebih fokus pada keluhan para pelanggan dan saran atau pendapat yang mereka berikan. Pemebrian saran atau pendapat dapat disamapaikan dengann berbagai cara, yaitu dengan kotak saran, mengirim lewat email atau melalui call center nya.

b. Customer Statification Surveys (Survei kepuasan pelanggan)

⁴⁴ Tjiptono, *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan, Edisi 1* (Yogyakarta: Andy, 2019), 59.

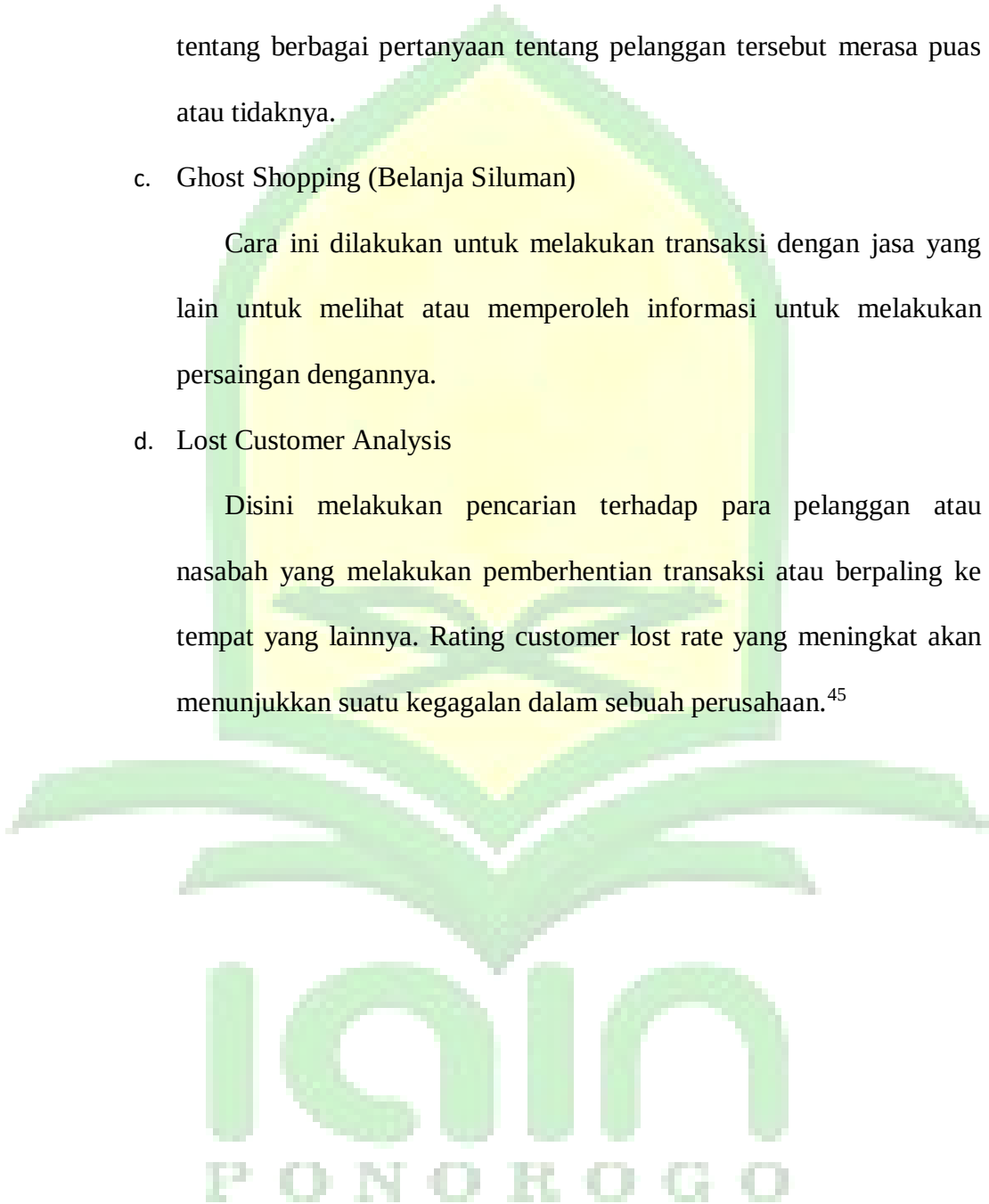
Survey kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan berbagai cara yang biasanya bisa dilakukan dengan cara mengisi kuisioner tentang berbagai pertanyaan tentang pelanggan tersebut merasa puas atau tidaknya.

c. Ghost Shopping (Belanja Siluman)

Cara ini dilakukan untuk melakukan transaksi dengan jasa yang lain untuk melihat atau memperoleh informasi untuk melakukan persaingan dengannya.

d. Lost Customer Analysis

Disini melakukan pencarian terhadap para pelanggan atau nasabah yang melakukan pemberhentian transaksi atau berpaling ke tempat yang lainnya. Rating customer lost rate yang meningkat akan menunjukkan suatu kegagalan dalam sebuah perusahaan.⁴⁵



⁴⁵ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Jakarta: Prenhallindo, 1997), 38.

BAB III

PAPARAN DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia berpotensi menjadi yang terdepan dalam industri keuangan berbasis syariah. Kesadaran masyarakat terhadap isu halal dan dukungan stakeholder yang kuat menjadi faktor kunci dalam pengembangan ekosistem industri halal Indonesia. Tidak terkecuali bank syariah dan ada bank BUMN seperti Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah.

Bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H, 1 Februari 2021 menandai sejarah Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah digabung menjadi satu entitas, Bank Syariah Indonesia atau BSI. Saya disini. Penggabungan bank syariah ini akan menunjukkan keunggulan ketiga bank syariah dalam memberikan layanan yang lebih komprehensif, jangkauan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih besar. Didukung sinergi dengan perusahaan induknya (Bank Mandiri, BNI, dan BRI), serta komitmen pemerintah dan BUMN-nya, bank syariah Indonesia siap bersaing secara global.

Dengan adanya penggabungan dari tiga Bank Syariah tersebut menjadi Bank Syariah Indonesia, hal tersebut menjadikan yang dulunya BRI Syariah KCP Magetan berubah menjadi BSI KCP Magetan 2 yang bertempat di jalan MT. Haryono Permai RT.03/RW.12 Kel. Kepolorejo Kec. Magetan. Bank BSI KCP Magetan 2 mulai beroperasi pada tahun 2021, dan sudah memiliki sekitar 15 pegawai tetap.

2. Visi Misi Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2

a. Visi

Menciptakan Bank Syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam 5 tahun kedepan.

b. Misi

1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia .

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 202.

2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)

3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.⁴⁶

3. Struktur Organisasi Bank Syariah KCP Magetan 2

Tabel 2. Struktur Organisasi Bank Syariah KCP Magetan 2

No.	Jabatan	Nama
1	Branch Manager	Edy Purnomo
2	MRMTL	Haris Syaiful
3	Costumer Business Relationship Manager	Sunarji
4	Funding T S	Yosy Kuncoro
5	BOSM	Arik Setyono
6	Micro Staff	Puji Haryadi Joko Sulistyono Yoyok Sugianto
7	Operation Staff	Dony Anandya
8	Teller	Citra Fitria Eka
9	Customer Service	Siti Marfiah
10	Security	Pernomo

⁴⁶ www.bankbsi.co.id

		Arifin Agus
11	Pramubakti	Dodik Ardiyansyah

4. Pengertian Frontliner

Istilah frontliner dalam dunia perbankan mungkin terdengar asing bagi sebagian masyarakat dan nasabah, berbeda dengan istilah teller ataupun customer service yang lebih sering di dengar dan dijumpai. Frontliner merupakan suatu bagian pekerjaan di dalam sebuah perusahaan yang biasanya terdapat dalam lingkup perbankan dan jasa lainnya. Atau dapat juga diartikan sebagai suatu bagian pekerjaan di dalam dunia perbankan, dimana mereka berperan penting yakni bertatap muka langsung dengan nasabah, melayani nasabah dan bertempat dibagian terdepan. Secara umum frontliner bertugas untuk melakukan pelayanan kepada para nasabah atau pelanggan secara langsung agar keinginan, kebutuhan, harapan, dan kepuasannya dapat terpenuhi. Teller dan customer service merupakan jenis jabatan dari frontliner. Jenis jabatan dari frontliner dibagi menjadi tiga yaitu teller, customer service dan security. Frontliner bagi sebuah bank memiliki peran yang penting, karena ketiga bagian ini adalah orang pertama yang akan ditemui oleh nasabah dan yang akan memberikan kesan langsung kepada masyarakat pada umumnya dan kepada nasabah bank pada khususnya. Frontliner

merupakan bagian yang paling sering berinteraksi dengan nasabah saat nasabah tersebut datang ke bank.

Persaingan dalam dunia perbankan saat ini semakin ketat, banyak bank akan berlomba-lomba mendapatkan hati nasabah dan berusaha untuk memenangkan persaingan. Dengan semakin ketatnya persaingan yang ada maka pelayanan oleh pihak frontliner harus juga ditingkatkan, pelayanan bank kepada nasabah tidak cukup hanya sekedar mampu memuaskan nasabah ataupun sekedar sesuai dengan harapan dan keinginan nasabah, namun pelayanan yang diberikan haruslah berkesan. Jadi keterampilan frontliner sangatlah dibutuhkan dalam menjalankan tugas-tugasnya, memberikan pelayanan prima agar nasabah memiliki kesan positif terhadap suatu bank dengan cara memiliki sikap yang ramah, cekatan, dan santun, bertanggung jawab dalam menjalankan tugasnya, memiliki keakuratan dan ketepatan saat melayani transaksi nasabah, memberikan pelayanan yang berkesan pada hati nasabah akan membawa dampak positif bagi suatu bank.⁴⁷

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan, ada beberapa factor yang harus diperhatikan frontliners, yaitu sebagai berikut :

1. Jiwa melayani

⁴⁷ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 3.

Dalam hal ini seorang frontliner dituntut untuk memiliki jiwa dalam melayani nasabah dengan tulus. Kunci sukses dalam pelayanan adalah mencintai, senang, dan mensyukuri pekerjaan yang dilakukan sehingga hasil pekerjaannya memiliki nilai kualitas yang tinggi.

2. Menguasai produk dan jasa bank

Penguasaan akan produk dan jasa bank merupakan bagian penting yang dapat meningkatkan kualitas layanan frontliners di mata nasabah. Frontliners harus tahu keunggulan produk dan jasa banknya, sehingga frontliners dapat membandingkan dengan produk dan jasa bank pesaingnya. Selain itu, frontliners juga dituntut untuk memahami fitur-fitur yang berhubungan dengan produk.

3. Komunikatif

Sikap komunikatif juga merupakan bagian penting dalam meningkatkan kualitas layanan frontliners. Dalam hal ini, komunikatif artinya frontliners mampu berkomunikasi dengan baik kepada nasabah saat frontliners melakukan interaksi dengan nasabah. Komunikasi yang dilakukan oleh frontliners tidak hanya menggunakan komunikasi verbal saja, melainkan juga menggunakan komunikasi nonverbal atau bahasa tubuh. Hal tersebut perlu dilakukan agar menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah.

4. Memiliki jiwa salesmanship skill

Dalam hal ini seorang frontliners dituntut untuk mampu menciptakan kemasam impresif saat berinteraksi dengan nasabah sehingga frontliners diharapkan dapat mengarahkan calon nasabahnya memilih banknya dan meningkatkan intensitas transaksi keuangannya.

5. Berpola pikir kritis dan strategis

Memiliki pola pikir kritis dan strategis menjadi bagian penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Hal tersebut perlu untuk dilakukan karena nasabah saat ini yang semakin rasional terhadap produk dan jasa bank serta semakin kritis terhadap layanan frontliners.

6. Mampu bernegosiasi

Kemampuan untuk bernegosiasi juga merupakan bagian penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan frontliners. Dalam bernegosiasi frontliners dituntut untuk dapat mengemas konsep family banking. Hal tersebut perlu dilakukan agar nasabah merasa cocok dan akrab dengan banknya.

Dengan demikian apabila faktor-faktor diatas diperhatikan oleh para frontliners dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, maka sudah tentu nasabah akan menjadi loyal untuk bertransaksi dengan menggunakan produk dan jasa bank tersebut.

B. DATA

1. Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2

Loyalitas pelanggan adalah salah satu komitmen pelanggan secara konsisten berlangganan kembali atau membeli kembali produk atau layanan yang dipilih. Loyalitas pelanggan juga merupakan bentuk loyalitas pelanggan, pemeliharaan dan penggunaan produk atau layanan tersebut dalam jangka panjang dan berkelanjutan, serta mendorong rekan kerja untuk menggunakan produk dan layanan tersebut secara setara.

Mengenai tingkat loyalitas konsumen, terdapat konsep loyalitas yang ditawarkan oleh Oliver. Ini terdiri dari empat tingkat loyalitas kognitif, loyalitas emosional, loyalitas mengingat dan loyalitas tindakan. Loyalitas kognitif adalah tahap di mana pengetahuan langsung atau tidak langsung konsumen tentang suatu merek, penggunaan dan pendapatannya mengarah pada pembelian berdasarkan keyakinan akan keunggulan yang ditawarkan. Pada tahap ini, loyalitas didasarkan pada informasi tentang produk dan layanan yang tersedia bagi konsumen.

Berdasarkan wawancara dengan nasabah Yanti dan Wawan, Beliau mengatakan bahwa setelah menjadi nasabah di BSI KCP Magetan 2 sudah merasakan manfaatnya. Seperti yang dirasakan nasabah Yanti, manfaat yang sudah dirasakan yaitu sampai saat ini beliau masih bisa terus berjualan dan bisa menyekolahkan anaknya. Hal tersebut juga dirasakan oleh nasabah Wawan, beliau mengungkapkan bahwa manfaat

yang dirasakan adalah masih bisa mencukupi kebutuhan anak dan istrinya dari gaji yang diterima melalui Bank syariah Indonesia. Beliau juga mengenalkan jasa bank syariah indonesia kepada teman ataupun tetangga agar menggunakan jasa yang sama. Sebagaimana dijelaskan oleh nasabah muslimah:

“Saya sudah 3 tahun jadi nasabah di BSI KCP Magetan 2, manfaat yang hingga saat ini dirasakan, saya masih bisa terus berjualan, dan bisa membiayai sekolah anak saya. Menurut saya tempat untuk menabung itu sama semuanya yang membedakan itu sistem potonganya ,jadi saya lebih suka di bank syariah”⁴⁸

Hal ini sesuai dengan teori tingkat loyalitas kognitif, yaitu tahap pengetahuan konsumen langsung atau tidak langsung tentang merek, penggunaan dan pembeliannya berdasarkan keyakinan akan keunggulan yang ditawarkan. Pada tahap ini, loyalitas didasarkan pada informasi tentang produk dan layanan yang tersedia bagi konsumen.

Tingkatan loyalitas selanjutnya yaitu loyalitas konatif, yaitu Intensif membeli ulang sangat kuat dan memiliki keterlibatan tinggi yang merupakan dorongan motivasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah Meila, Andhika, Puji, Jemari, Ely, Rukhoyah dan Hafid, beliau mengatakan bahwa motivasi mereka menggunakan jasa dari BSI adalah karena ingin menghindari riba.

⁴⁸ Yanti, dan Wawan, *Wawancara*, 18 Oktober 2022.

Seperti yang diungkapkan oleh nasabah Hafid bahwa kita sebagai seorang muslim alangkah baiknya jika juga menggunakan jasa yang sesuai dengan syariat islam. Mereka juga merekomendasikan jasa bank syariah Indonesia kepada teman dan keluarganya agar menggunakan jasa yang sama.⁴⁹

Hal ini sesuai dengan teori pada tingkat loyalitas konatif yaitu Intensif membeli ulang sangat kuat dan memiliki keterlibatan tinggi yang merupakan dorongan motivasi karena adanya dorongan motivasi nasabah untuk menghindari riba.

Tingkat loyalitas selanjutnya yaitu loyalitas tindakan, yaitu dimana nasabah asosiasi penambahan atau pembelian ulang yang baik dengan perilaku dan keinginan untuk mengatasi kesulitan seperti perilaku loyalitas. Hasil wawancara dengan nasabah Muslimah mengungkapkan bahwa harga makanan dan kebutuhan pokok lainnya lebih tinggi dari biasanya setiap kali bulan Ramadan dimulai, dengan permintaan pasti meningkat selama liburan. Maka setiap bulan ia menggunakan tabungan setahunnya untuk memenuhi kebutuhan itu sehingga tidak perlu khawatir lagi. Beliau juga tidak perlu mencari uang untuk biaya lebaran. Ia juga sering mengajak kerabat untuk menggunakan jasa bank syariah Indonesia. Sebagaimana diungkapkan oleh nasabah Muslimah:

⁴⁹ Meila, Andhika, Puji, Jemari, Ely, Rukhoyah, dan Hafid, *Wawancara*, 18 Oktober 2022

“Memasuki bulan Ramadhan, harga kebutuhan pokok dan kebutuhan lainnya biasanya naik, dan permintaan pasti akan meningkat menjelang hari raya. Setiap bulan itu saya mencairkan tabungan saya sehingga tidak khawatir untuk mencukupi kebutuhan tersebut. Saya tertarik menjadi nasabah BSI karena suku bunga rendah dan tidak ada potongan ATM.”⁵⁰

Hal ini sesuai dengan teori loyalitas tindakan, dimana nasabah asosiasi penambahan atau pembelian ulang yang baik dengan perilaku dan keinginan untuk mengatasi kesulitan seperti perilaku loyalitas karena adanya keinginan nasabah untuk mengatasi kesulitan dan khawatir akan kebutuhannya.

Kemudian hasil wawancara dengan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 yaitu Bapak Arik Setyono selaku BOSM mengungkapkan bahwa loyalitas nasabah di BSI KCP Magetan 2 dapat diketahui dari intensitas nasabah bertransaksi. Artinya semakin sering nasabah bertransaksi maka semakin tinggi tingkat kepercayaan yang mereka bangun terhadap BSI KCP Magetan 2. Sebagaimana dijelaskan oleh bapak Arik sebagai berikut:

“Loyalitas pelanggan terlihat dari intensitas transaksi mereka dengan BSI KCP Magetan 2. Semakin sering pelanggan ini bertransaksi, semakin percaya mereka terhadap BSI KCP Magetan 2.”⁵¹

⁵⁰ Muslimah, *Wawancara*, 18 Oktober 2022

⁵¹ Arik setyono, *Wawancara*, 30 Maret 2023

Hal ini sesuai dengan teori loyalitas nasabah yaitu salah satu indikator nasabah yang loyal adalah melakukan pembelian ulang secara teratur atau melakukan transaksi secara berulang-ulang dan mereka merekomendasikan secara lisan mengenai pengalaman nasabah kepada orang lain dengan harapan orang tersebut mau untuk mengikutinya.

2. Strategi Pelayanan Frontliner Pada Bank Syariah KCP Magetan 2

Pelayanan yang baik, tentunya diperlukan strategi pelayanan yang baik pula. Strategi pelayanan yang baik pasti akan meningkatkan citra bank. Ketika frontliners memberikan pelayanan prima, nasabah memiliki pandangan positif terhadap bank mereka. Oleh karena itu, untuk memberikan pelayanan prima diperlukan strategi pelayanan yang baik.

Ada beberapa strategi pelayanan yang dapat digunakan untuk meningkatkan loyalitas nasabah yaitu, strategi relationship marketing, superior customer service, unconditional guarantees, dan strategi pelayanan penanganan keluhan. Bank juga menetapkan standar yang didukung oleh sarana dan prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi. Faktor pendukung yang secara langsung mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan adalah faktor manusia. Seorang bankir adalah pegawai bank yang bertanggung jawab untuk menerima simpanan, mencairkan cek, dan memberikan layanan perbankan lainnya kepada publik. Teller juga sangat berpengaruh di bank karena berhadapan langsung dengan nasabah yang ingin berbisnis dengan mereka.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ibu Citra selaku Teller Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2

“Karena teller bertemu langsung dengan pelanggan yang ingin melakukan transaksi seperti setor, tunai, dan tarik tunai, maka teller yang melayani pelanggan harus ramah, fokus pada pelanggan, tertib, harus seperti aturan waktu yang diberikan Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 kepada kasir dalam melayani nasabah, 1 menit bagi nasabah yang ingin melakukan deposit, kemudian waktu 3 menit bagi nasabah yang ingin melakukan penarikan. Namun, karena alasan operasional, proses transaksi mungkin lebih lama, karena masalah atau kesalahan pada sistem komputer, sehingga mungkin harus menunggu lebih lama untuk memproses transaksi. Kami juga akan memberikan pengertian kepada nasabah dan meminta maaf atas ketidaknyamanan tersebut. Tetapi kami selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik agar nasabah tidak kapok sehingga nantinya nasabah bisa melakukan transaksi yang berkelanjutan atau biasanya kita menyebutnya dengan *repead order*.”⁵²

Hal tersebut sesuai dengan teori strategi pelayanan *relationship marketing* yaitu dimana Transaksi yang mengalami kelanjutan atau biasanya bisa dikatakan dengan yang namanya *repead order*, dimana transaksi yang dilakukan tidak berhenti begitu saja pada transaksi yang pertama.

Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 menggunakan layanan yang diyakini dapat meningkatkan layanannya. Namun tidak mudah

⁵² Citra Fitria Eka, Wawancara, 30 Maret 2023

untuk menentukan sebuah strategi pelayanan. Hal ini diungkapkan oleh Sunarji selaku Costumer Business Relationship Manager, bahwa:

“Saat ini kami sedang dalam tahap perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan kami menuju kepuasan pelanggan, karena pelayanan yang baik mempengaruhi pertumbuhan kinerja bank. Selain itu kita juga menggunakan strategi dimana jika nasabah menginginkan layanan antar kita bisa mengantarkan atau melayani apapun kebutuhannya, sebagai contoh jika nasabah meminta memfotokan resi rekening kita akan membantunya tanpa nasabah harus datang ke kantor untuk mengantri.”⁵³

Pada teori strategi pelayanan, hal ini sejalan dengan strategi superior customer service, yaitu strategi dimana bank melayani lebih baik dari yang lain. Perusahaan yang menerapkan strategi ini akan sangat diuntungkan dengan layanan yang lebih baik. Namun pada akhirnya, strategi ini membutuhkan lebih banyak dana, tenaga kerja, dan upaya berkelanjutan untuk menciptakan layanan yang unggul.

Dalam menentukan strategi yang tepat juga sangat sulit. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan layanan harus dipertimbangkan dengan cermat. Oleh karena itu, dalam rangka meningkatkan pelayanan Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 akan menggunakan strategi unconditional guarantees dengan tujuan memberikan pelayanan yang melebihi harapan nasabah. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ibu Siti

⁵³ Sunarji, *Wawancara*, 30 Maret 2023

Marfuah selaku customer service Bank Syariah Indonesia KCP Magetan

2.

“Alasan mengapa kami menerapkan strategi layanan terbaik di sini adalah karena kami dapat memberi pelanggan kami lebih dari yang mereka harapkan. Kita juga membutuhkan pelayanan tambahan untuk melayani nasabah lebih baik seperti kita memberikan jaminan kerahasiaan pada setiap transaksi yang dilakukan Kami juga berusaha untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan kami, mendengarkan segala bentuk kebutuhan pelanggan dan memberikan solusi. Juga, kami ingin pelanggan kami puas dan terus datang kembali.”⁵⁴

Hal tersebut sesuai dengan teori dari strategi pelayanan unconditional guarantees yaitu strategi yang menawarkan sebuah kualitas pelayanan produk yang dimiliki dengan memberikan sebuah jaminan. Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi kebijakan program penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan.

Dalam Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2, Security memiliki bagian yang penting salah satunya menjaga keamanan lingkungan kerja dari kemungkinan pencurian, membantu mengawasi proses simpan-ambil safe deposit box, membantu memberikan informasi kepada nasabah yang membutuhkan, membantu dalam pengisian slip dan melayani setiap nasabah yang datang ke bank, serta menyelenggarakan

⁵⁴ Siti Marfuah, *Wawancara*, 30 Maret 2023

keamanan dan ketertiban di lingkungan atau di kawasan kerjanya. Ketika pelayanan yang diberikan mendapat tanggapan yang positive berarti citra security juga positive atau baik. Dengan adanya security, perusahaan serta nasabah merasa terbantu. Sebagaimana dijelaskan oleh Bapak Purnomo selaku security BSI KCP Magetan 2:

“Tugas saya selama bekerja menjaga keamanan serta membantu nasabah seperti pengisian slip, membantu memberikan informasi yang dibutuhkan dan menangani keluhan nasabah. Jadi kami bekerja semaksimal mungkin untuk memberikan kesan yang baik untuk nasabah. dengan begitu nasabah akan merasa nyaman dan betah disini. Untuk strateginya ya waktu nasabah datang kita sambut dengan penampilan yang terbaik, mendengarkan keluhan kesah dari nasabah. jangan sampai mendatangkan efek negative yang dapat mempengaruhi citra baik security maupun citra bank.”⁵⁵

Hal tersebut sesuai dengan strategi pelayanan penanganan keluhan, dimana strategi digunakan untuk mengidentifikasi akar penyebab masalah yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Ultimate service merupakan salah satu strategi untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Ultimate Service adalah layanan yang memelihara solusi digital dan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan kami. Strategi layanan terbaik memungkinkan kami untuk meningkatkan kualitas layanan kami dengan memberikan kemudahan dan kepercayaan,

⁵⁵ Purnomo, Wawancara, 30 Maret 2023

serta memperingati kompetensi dan loyalitas nasabah kepada Bank Syariah Indonesia.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Bapak Arik selaku BOSM Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 bahwa mereka selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah, meskipun dengan fasilitas seadanya, ruang yang kecil dan sempit tetapi itu jangan sampai dijadikan batasan untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Sehingga di bank syariah Indonesia KCP Magetan 2 menggunakan ultimate service agar nasabah merasa puas dan betah menjadi nasabah disini.⁵⁶ Hal tersebut sesuai dengan teori strategi pelayanan ultimate service dimana strategi tersebut mampu meningkatkan kualitas pelayanan dalam memberikan kenyamanan dan kepercayaan serta meningkatkan literasi dan loyalitas nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan paparan data dan teori di atas, dapat dilihat bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 menerapkan ketiga strategi yaitu strategi relationship marketing, strategi superior customer service, strategi pelayanan penanganan keluhan. Selain menggunakan ketiga strategi tersebut bank syariah Indonesia KCP Magetan 2 juga strategi ultimate service untuk mendukung agar meningkatkan pelayanannya dengan alasan menggunakan strategi ini adalah untuk melebihi harapan pelanggan.

⁵⁶ Arik Setyono, Wawancara, 30 Maret 2023

3. Dampak Strategi Pelayanan Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BSI KCP Magetan 2

Frontliner dalam perbankan memegang peran yang sangat penting. Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakat. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif, maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif. Untuk meningkatkan citra perbankan, maka bank perlu menyiapkan personel yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Personel yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah inilah kita sebut frontliner.

Strategi yang dijalankan oleh bank tentunya akan memberikan hasil atau dampak baik itu dengan hasil yang baik ataupun yang buruk. Namun dampak-dampak tersebut dapat dilihat dengan berbagai cara. Sehingga bank dapat mengatasi jika dampak tersebut negative atau buruk bagi bank.

Namun jika dampaknya positif atau baik maka akan bisa ditingkatkan. Dampak-dampak tersebut bisa dilihat seperti yang dijelaskan oleh bapak Arik Setyono selaku BOSM Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2:

“Untuk melihat dampaknya itu baik atau buruk kita itu menggunakan cara melihat seberapa banyak nasabah kita itu yang menyampaikan keluhannya terhadap pelayanan yang dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2. Serta

melakukan survei kepada nasabah mengenai kepuasan terhadap pelayanan yang kita berikan kepadanya. Untuk survey kepuasan kita memberikan link yang harus diisi oleh nasabah ketika selesai transaksi dengan customer service. Dan linknya itu harus diisi disini secara langsung selesai transaksi.”

57

Berdasarkan pemaparan dari bapak Arik Setyono yang mengatakan bahwa Untuk melihat dampaknya itu baik atau buruk kita itu menggunakan cara melihat seberapa banyak nasabah kita itu yang menyampaikan keluhannya terhadap pelayanan yang dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2. Serta melakukan survei kepada nasabah mengenai kepuasan terhadap pelayanan yang kita berikan kepadanya. Untuk survey kepuasan kita memberikan link yang harus diisi oleh nasabah ketika selesai transaksi dengan customer service. Dan linknya itu harus diisi disini secara langsung selesai transaksi. Hal tersebut sesuai dengan teori dampak dari pelayanan yaitu Complaint and Sugestion System(Sistem Keluhan dan Saran) dan Customer Statification Surveys (Survei kepuasan pelanggan).

Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 untuk melihat dampak dari sebuah startegi pelayanan yang diterapkan yaitu dapat dilihat dari sistem keluhan dan saran serta menggunakan survei kepuasan pelanggan. Sistem keluhan dan saran juga memiliki berbagai cara agar nasabah dapat menyampaikan keluhan dan saran tersebut. Adapun cara yang bisa

⁵⁷ Arik Setyono, *Wawancara*, 14 Mei 2023

dilakukan nasabah dalam penyampaian sistem keluhan dan saran kepada Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 yaitu melalui via call center, mobile Bank Syariah Indonesia dan via customer service, seperti yang di jelaskan oleh bapak Siti Marfuah selaku Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2:

“Sistem keluhan dan sarannya ada tempatnya sendiri sih mbak, bisa melalui call center, bisa juga mobile Bank Syariah Indonesia, selain itu bisa datang langsung kekantor Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 untuk menemui customer service agar dapat menyampaikan saran dan keluhan. Untuk sistem melalui customer service dengan cara customer service mendengarkan apa yang disampaikan setelah itu menindaklanjuti apa yang di sampaikan dari keluhan nasabah.”⁵⁸

Dari strategi pelayanan yang di tentukan oleh bank tentunya akan memberikan perubahan dari sebelum menggunakan strategi pelayanan yang digunakan saat ini ataupun tidak merubah sama sekali atau tetap sama saja. Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 mengalami perubahan dari penerapan strategi pelayanan yang digunakan. Seperti yang dijelaskan oleh Siti Marfuah selaku customer service Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 bahwa untuk perubahannya itu ada tetapi tidak terlalu banyak perubahan. Dengan menggunakan strategi ini keluhan pelanggan melalui via call center, mobile BSI dan via customer service itu sedikit berkurang.

⁵⁸ Siti Marfuah, *Wawancara*, 14 Mei 2023

Berdasarkan sistem keluhan dan saran serta menanyakan perasaan nasabah ketika nasabah setelah mendapatkan pelayanan transaksi dari customer service Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 tentunya dapat melihat strategi pelayanan yang diterapkan tersebut bisa berdampak positif ataupun berdampak negatif bagi Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2. Dampak positif akan memberikan citra kepada bank, nasabah tidak akan bermalasa-malasan untuk bertransaksi di bank dan nasabah akan setia pada Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2. Sedangkan dampak negatifnya yaitu citra bank akan jelek, nasabah akan lari kebank lain dan nasabah malas untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2. Seperti halnya yang dikatakan oleh bapak Arik Setyono selaku BOSM di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2:

“Menurut pengamatan saya dampak positifnya yang akan diterima Bank Sayriah Indonesia KCP Magetan 2 yaitu citra bank kita menjadi lebih baik dipandangan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2, nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 akan tetap setia menjadi nasabahnya, dan nasabah tidak bermalas-malasan untuk bertransaksi atau loyal untuk bertransaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 ini.”⁵⁹

Berdasarkan paparan data diatas bisa diketahui bahwa bank syariah indonesia dalam melihat dampak dari penggunaan strategi pelayanan yang digunakan melalui sistem keluhan dan saran dengan menggunakan

⁵⁹ Arik Setyono, *Wawancara*, 14 Mei 2023

survei kepuasan pelanggan. Survei kepuasan pelanggan ini bisa dilihat dari sedikit atau banyaknya nasabah yang mengeluh terhadap pelayanan yang ada di Bank Syariah Indonesia. Untuk melakukan keluhan ke Bank Syariah Indonesia bisa melalui tiga cara yaitu Call center, Bank Syariah Indonesia Mobile, dan melalui customer service ataupun security. Sistem yang menggunakan customer service atau security yaitu dengan cara mendengarkan baik-baik apa yang di sampaikan nasabah setelah itu memberikan solusi atas keluhan tersebut. Sedangkan dilihat dari perasaan nasabah setelah melakukan transaksi Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 ada nasabah yang merasa cukup baik dan ada nasabah yang merasa kurang baik. Sehingga bisa dilihat bahwa strategi pelayanan tersebut berdampak negatif atau berdampak positif untuk Bank Syariah Indonesia:

- a. Citra Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 dalam pandangan nasabah menjadi baik
- b. Nasabah tidak bermalas-malasan untuk melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2
- c. Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 akan tetap setia menjadi nasabahnya

BAB IV

ANALISIS PELAYANAN FRONTLINER DALAM MENINGKATKAN

LOYALITAS NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP

MAGETAN 2

A. Analisis Loyalitas Nasabah Pada BSI KCP Magetan 2

Loyalitas nasabah adalah kesetiaan nasabah terhadap produk Bank Syariah Indonesia. Apa yang nasabah rasakan terhadap Bank Syariah Indonesia yang ditanggapi positif maka nasabah akan mengatakan hal-hal positif tentang Bank Bank Syariah Indonesia. Menyarankan pihak lain untuk menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia merupakan ukuran kepuasan mereka terhadap jasa bank dengan menceritakan pengalaman nasabah kepada rekan lain untuk menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia.

Ultimate service adalah salah satu strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Ultimate Service disebut dengan layanan yang memberikan pelanggan dengan layanan terbaik yang mengutamakan solusi digital. Strategi layanan terbaik akan memungkinkan untuk meningkatkan kualitas layanan dengan menciptakan kenyamanan dan kepercayaan, meningkatkan kompetensi dan loyalitas nasabah kepada Bank Syariah Indonesia.

Pelanggan merasa lebih puas ketika mereka dilayani lebih baik daripada bank lain. Pelanggan yang bermasalah dalam transaksi dilayani

dengan baik oleh frontliner. Saat memecahkan masalah pelanggan, bank pertama-tama mengumpulkan informasi, menganalisis masalah, dan kemudian mengambil tindakan yang paling tepat, penyusunan laporan keuangan dan posisi kreditur sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan bank dan nasabah menjadi loyal.

Ada beberapa tingkatan pada loyalitas nasabah, yaitu:

1. Tingkat loyalitas kognitif

Tingkat loyalitas kognitif adalah ketika konsumen memperoleh pengetahuan langsung atau tidak langsung dari suatu merek dan penggunaannya dan melakukan pembelian berdasarkan kepercayaan pada manfaat yang ditawarkan. Pada tahap ini, loyalitas didasarkan pada informasi tentang produk dan layanan yang tersedia bagi konsumen.

Dari hasil wawancara dengan pelanggan Yanti dan Wawan, tampaknya mereka menyadari efeknya. Ia juga memperkenalkan layanan bank syariah di Indonesia kepada teman dan tetangganya agar mereka bisa menggunakan layanan yang sama.

Hal ini sesuai dengan teori loyalitas tingkat kognitif, tahap di mana konsumen mengetahui, secara langsung atau tidak langsung, tentang suatu merek, penggunaannya, dan proses pembelian, di mana mereka didasarkan pada keyakinan mereka akan keunggulan yang ditawarkan. meningkatkan.

2. Tingkat Loyalitas Konatif

Pada tingkat loyalitas konatif yaitu dimana menunjukkan niat atau komitmen untuk melakukan sesuatu untuk tujuan tertentu. Niat adalah fungsi dari niat sebelumnya, dan loyalitas konatif adalah keadaan loyalitas dengan komitmen mendalam untuk membeli. Jenis keterlibatan ini telah melampaui tahap emosional karena hanya menunjukkan kecenderungan motivasional, tetapi ada keinginan untuk bertindak dalam keterlibatan tersebut.

Menurut hasil wawancara dengan nasabah Meila, Andhika, Puji, Jemari, Ely, Rukhoyah dan Hafid, motivasi mereka menggunakan jasa BSI adalah untuk menghindari riba. Pelanggan Hafid mengatakan bahwa umat Islam akan senang jika kami juga dapat menggunakan layanan yang sesuai dengan hukum Islam. Mereka juga merekomendasikan layanan Bank Syariah Indonesia kepada teman dan keluarga mereka dan mendorong mereka untuk menggunakan layanan yang sama.

Hal ini sesuai dengan teori loyalitas konatif karena adanya motivasi dari nasabah menggunakan jasa atau produk dari bank syariah Indonesia untuk menghindari riba . Singkatnya, pembelian berulang yang antusias sangat kuat, sangat terlibat.

3. Tingkat Loyalitas Tindakan

Tingkat loyalitas tindakan, yaitu konsumen yang secara teratur melakukan baik tindakan maupun keinginan untuk mengatasi kesulitan dalam jangka waktu tertentu. Kondisi yang menimbulkan kemauan untuk

bertindak dan kemauan untuk mengatasi hambatan dalam melakukan tindakan itu. Oleh karena itu, loyalitas menjadi kenyataan dalam beberapa tahap. Yaitu, pertama sebagai loyalitas kognitif, kemudian sebagai loyalitas emosional dan daya ingat, dan terakhir sebagai loyalitas perilaku.

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah Muslimah, beliau mengatakan bahwa harga sembako naik setiap bulan selama Ramadhan, selain itu kebutuhan menjelang lebaran juga meningkat sehingga ia menarik tabungannya untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini sesuai dengan teori loyalitas tindakan, yang menyatakan bahwa produk secara teratur digunakan baik untuk perilaku maupun keinginan untuk mengatasi kesulitan, seperti perilaku loyalitas, dalam jangka waktu tertentu.

Bagi nasabah yang dianggap loyal dalam menggunakan produk perbankan, hal ini tidak diukur dari lamanya nasabah berbisnis dengan bank. Artinya nasabah dianggap loyal jika melakukan pembelian ulang terhadap produk perbankan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu, jika nasabah melakukan pembelian ulang produk perbankan dalam waktu singkat, maka nasabah tersebut loyal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Arik Setyono selaku BOSM, beliau mengatakan bahwa loyalitas nasabah pada BSI KCP Magetan 2 dapat dilihat dari antusiasme nasabah bertransaksi ke BSI KCP Magetan 2.

Semakin sering nasabah tersebut bertransaksi berarti nasabah telah membangun tingkat kepercayaan yang tinggi kepada BSI KCP Magetan 2.

Pemaparan bapak Arik selaku BOSM menunjukkan bahwa loyalitas nasabah di BSI KCP Magetan 2 terlihat dari intensitas transaksi nasabah. Seiring dengan tumbuhnya kepercayaan pelanggan terhadap BSI KCP Magetan 2, loyalitas pelanggan terhadap BSI KCP Magetan 2 juga meningkat. Hal ini sesuai dengan teori loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, indikator pelanggan yang loyal adalah pembelian berulang atau transaksi berulang secara teratur, dengan harapan orang lain akan mendukung pengalaman pelanggan dan orang tersebut akan mengikutinya.

Berdasarkan data diatas dan penjelasan teori yang dianalisis, dapat disimpulkan bahwa nasabah dianggap loyal terhadap BSI KCP Magetan 2. Dalam hal ini nasabah dianggap loyal karena melakukan transaksi berulang dan menggunakan produk perbankan. Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 dikategorikan pada tingkat loyalitas kognitif, loyalitas konatif dan loyalitas tindakan. Selain itu, nasabah juga menyarankan atau merekomendasikan layanan dan Produk Perbankan Syariah kepada pihak lain untuk terlibat dalam Layanan Perbankan Syariah.

B. Analisis Strategi Pelayanan *Frontliner* Pada Bank Syariah KCP Magetan

2

Bank tentunya membutuhkan strategi pelayanan untuk dapat memberikan pelayanan yang unggul. Bank menggunakan strategi pelayanan untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan nasabah serta membantu nasabah tetap setia kepada perusahaan. Ada berbagai jenis strategi layanan yang dapat digunakan bank untuk meningkatkan citra mereka. Selain itu, layanan strategis dapat digunakan untuk meningkatkan layanan bank yang sudah ada. Secara teori, strategi layanan adalah transformasi layanan yang ditujukan untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan.

Ada beberapa strategi pelayanan yang dapat digunakan untuk meningkatkan loyalitas nasabah yaitu, strategi relationship marketing, superior customer service, unconditional guarantees, dan Unconditional Guarantees strategi pelayanan penanganan keluhan.

1. Strategi Relationship Marketing

Strategi relationship marketing adalah salah satu yang digunakan bank dalam melakukan pendekatan terhadap nasabah. Relationship marketing adalah sebagai upaya pengembangan relasi berkesinambungan dengan para pelanggan dalam kaitannya dengan serangkaian produk dan jasa terkait agar bertransaksi yang kelanjutan atau biasanya bisa dikatakan dengan yang namanya repeat order, dimana transaksi yang dilakukan tidak berhenti begitu saja pada transaksi yang pertama.

Sebagaimana dijelaskan oleh Citra selaku Teller mengatakan bahwa, Karena teller bertemu langsung dengan pelanggan yang ingin melakukan transaksi seperti setor, tunai, dan tarik tunai, maka teller yang melayani pelanggan harus ramah, fokus pada pelanggan, tertib, harus seperti aturan waktu yang diberikan Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 kepada kasir dalam melayani nasabah, 1 menit bagi nasabah yang ingin melakukan deposit, kemudian waktu 3 menit bagi nasabah yang ingin melakukan penarikan. Namun, karena alasan operasional, proses transaksi mungkin lebih lama, karena masalah atau kesalahan pada sistem komputer, sehingga mungkin harus menunggu lebih lama untuk memproses transaksi. Teller juga akan memberikan pengertian kepada nasabah dan meminta maaf atas ketidaknyamanan tersebut. Tetapi selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik agar nasabah tidak kapok sehingga nantinya nasabah bisa melakukan transaksi yang berkelanjutan atau biasanya kita menyebutnya dengan repeat order.

Hal ini sesuai dengan teori strategi pelayanan yaitu strategi relationship marketing, bahwa transaksi antara perusahaan dan pelanggan berlangsung terus menerus dan tidak berakhir setelah proses penjualan selesai. Singkatnya, pesanan berulang membangun kemitraan yang langgeng dengan pelanggan kami.

2. Superior Customer Service

Strategi pelayanan superior customer service adalah pelayanan dengan memberikan pelayanan yang baik atau lebih unggul. Untuk mencapai ini akan membutuhkan lebih banyak sumber daya, tenaga kerja dan upaya berkelanjutan. Namun, dengan layanan yang lebih baik, afiliasi mungkin membebankan harga yang lebih tinggi untuk layanan tersebut. Selain itu, perusahaan yang menawarkan layanan superior memiliki tingkat keuntungan dan pertumbuhan yang lebih tinggi daripada pesaing mereka yang menawarkan layanan inferior.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sunarji selaku Costumer Business Relationship Manager mengatakan bahwa saat ini sedang dalam tahap perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan kami menuju kepuasan pelanggan, karena pelayanan yang baik mempengaruhi pertumbuhan kinerja bank. Selain itu juga menggunakan strategi dimana jika nasabah menginginkan layanan antar kita bisa mengantarkan atau melayani apapun kebutuhannya, sebagai contoh jika nasabah meminta memfotokan resi rekening kita akan membantunya tanpa nasabah harus datang ke kantor untuk mengantri

Dalam teori strategi pelayanan hal tersebut sesuai dengan strategi superior customer service, yaitu strategi bank untuk melayani nasabahnya dengan lebih baik. Perusahaan yang mengadopsi strategi ini akan sangat diuntungkan dengan layanan yang lebih baik. Namun pada akhirnya,

strategi ini membutuhkan lebih banyak dana, tenaga kerja, dan upaya berkelanjutan untuk menciptakan layanan yang unggul.

3. Unconditional Guarantees

Strategi Unconditional Guarantees yaitu strategi yang menawarkan sebuah kualitas pelayanan produk yang dimiliki dengan memberikan sebuah jaminan. Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi kebijakan program penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan.

Seperti yang dijelaskan oleh Siti Marfuah dari Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2, alasan menggunakan ultimate service strategy di sini adalah agar dapat memberikan lebih dari yang diharapkan oleh nasabah dan harus memberikan layanan tambahan untuk melayani dengan lebih baik seperti kita memberikan jaminan kerahasiaan pada setiap transaksi yang dilakukan. Kami juga berusaha untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan kami, mendengarkan segala bentuk kebutuhan pelanggan dan memberikan solusi. Kami juga ingin pelanggan kami puas dan mengulangi.

Berdasarkan teori dan paparan data diatas dapat dianalisis bahwa frontliner menggunakan strategi unconditional guarantees yaitu strategi yang menawarkan sebuah kualitas pelayanan produk yang dimiliki dengan memberikan sebuah jaminan yaitu berupa jaminan kerahasiaan dalam setiap melakukan transaksi. Dengan begitu nasabah akan merasa

aman untuk melakukan transaksi pada bank syariah Indonesia KCP Magetan 2.

4. Strategi Pelayanan Penanganan Keluhan

Dalam Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2, Security memiliki bagian yang penting salah satunya menjaga keamanan lingkungan kerja dari kemungkinan pencurian, membantu mengawasi proses simpan-ambil safe deposit box, membantu memberikan informasi kepada nasabah yang membutuhkan, membantu dalam pengisian slip dan melayani setiap nasabah yang datang ke bank, serta menyelenggarakan keamanan dan ketertiban di lingkungan atau di kawasan kerjanya.

Sesuai hasil wawancara dengan Bapak Purnomo selaku security mengatakan bahwa kami bekerja semaksimal mungkin untuk memberikan kesan yang baik untuk nasabah. dengan begitu nasabah akan merasa nyaman dan betah disini. Untuk strateginya waktu nasabah datang kita sambut dengan penampilan yang terbaik, mendengarkan keluhan dari nasabah. jangan sampai mendatangkan efek negative yang dapat mempengaruhi citra baik security maupun citra bank. Berdasarkan teori strategi pelayanan hal tersebut sesuai dengan strategi pelayanan penanganan keluhan, dimana strategi tersebut digunakan untuk mengidentifikasi penyebab suatu masalah guna meningkatkan kualitas pelayanan.

5. Ultimate Service

Ultimate service adalah salah satu strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Ultimate Service disebut dengan layanan yang memberikan pelanggan dengan layanan terbaik yang mengutamakan solusi digital. Strategi layanan terbaik akan memungkinkan untuk meningkatkan kualitas layanan dengan menciptakan kenyamanan dan kepercayaan, meningkatkan kompetensi dan loyalitas nasabah kepada Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Arik Setyono selaku BOSM, mereka selalu berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya, dan meskipun ruangnya kecil dan sempit dengan fasilitas seadanya itu bukan suatu kendala untuk memberikan pelayanan terbaik. Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 menggunakan layanan terbaik untuk memastikan pelanggan kami puas dan nyaman di sini.

Hal tersebut sesuai dengan teori pada strategi pelayanan dengan ultimate service yaitu dengan memberikan sebuah pelayanan terbaik untuk nasabah untuk menciptakan kepuasan sehingga nasabah akan menjadi loyal terhadap perusahaan.

Berdasarkan data di atas dan teori yang dianalisis, dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 telah melaksanakan tiga strategi pelayanan yaitu strategi pelayanan Relationship Marketing, Superior Customer Service, Unconditional Guarantees Dan Strategi Penanganan

Keluhan Yang Efisien. Selain itu yang menjadi keunggulan dari Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 adalah selain menggunakan ketiga strategi tersebut frontliner juga menggunakan strategi ultimate service untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada BSI KCP Magetan.

C. Analisis Dampak Strategi Pelayanan *Frontliner* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada BSI KCP Magetan 2

Strategi pelayanan yang digunakan suatu bank tentunya akan berdampak pada bank itu sendiri. Dampak yang diberikan dari pelayanan yang ada dapat berdampak baik atau buruk untuk bank. Dampak dari strategi pelayanan yang digunakan untuk melayani nasabah dapat dilihat bank dari berbagai cara yaitu *Complaint and Sugestion System* (Sistem Keluhan dan Saran), *Customer Statification Surveys* (Survei kepuasan pelanggan), *Ghost Shopping* (Belanja Siluman), dan *Lost Customer Analysis*. Sehingga bank dapat melihat strategi pelayanan tersebut memberikan perubahan yang baik atau buruk untuk peningkatan nasabah yang datang ke Bank.

Berdasarkan pemaparan bapak Arik Setyono selaku BOSM, beliau mengatakan bahwa untuk melihat dampaknya itu baik atau buruk kita itu menggunakan cara melihat seberapa banyak nasabah kita itu yang menyampaikan keluhannya terhadap pelayanan yang dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2. Serta melakukan survei kepada nasabah mengenai kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

Berdasarkan paparan data dan teori di atas dapat dianalisis bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 dalam melihat dampak dari sebuah pelayanan itu melalui cara survei kepuasan pelanggan dan sistem keluhan dan saran. Sedangkan dalam teori ada empat cara yaitu sistem keluhan dan saran, survei kepuasan pelanggan, belanja siluman dan lost customer analysis. Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 menggunakan sistem keluhan dan saran dengan melalui via call center, mobile Bank Syariah Indonesia dan via customer service ataupun security. Tetapi dalam teori sistem keluhan dan saran itu digunakan dengan cara kotak saran, mengirim lewat email dan call center. Disini terdapat kesamaan antara teori dan data yaitu sama-sama yang digunakan yaitu call center, namun terdapat perbedaan antara data dan teori pada pemakaian cara penanganan sistem keluhan dan saran lainnya yaitu di teori menggunakan kotak saran dan E-mail, sedangkan Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 menggunakan mobile BSI dan via customer service dan security. Untuk sistem survei kepuasan pelanggan yang digunakan oleh customer service Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 yaitu menggunakan link yang harus diisi oleh nasabah ketika selesai transaksi. Link tersebut harus diisi saat itu juga.

Dapat di analisis antara data dan teori di atas bahwa pelayanan *frontliner* Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 akan memberikan perubahan yaitu adanya peningkatan pelayanan dari sebelumnya, serta berkurangnya keluhan-keluhan dari nasabah berdasarkan sistem penanganan keluhan yang dilakukan

oleh Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2. Sehingga dengan menggunakan strategi pelayanan memberikan dampak positif bagi bank. Dampak positif akan memberikan keuntungan untuk bank berupa citra bank akan menjadi baik, nasabah tidak bermalas-malasan untuk melakukan transaksi, nasabah akan tetap setia menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2.

Sehingga dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan *frontliner* Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 memberikan dampak positif bagi bank dengan adanya perubahan berkurangnya keluhan-keluhan nasabah. Selain itu dampak positif bagi bank yaitu citra bank akan menjadi baik, nasabah loyalitas terhadap transaksi di bank dan nasabah tidak akan pindah ke bank lain. Dampak-dampak tersebut dilihat Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 melalui sistem keluhan pelanggan dan survei kepuasan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 dapat disimpulkan bahwa:

1. Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 dikatakan loyal. Hal tersebut dikatakan loyal karena nasabah berulang-ulang melakukan transaksi dan menggunakan produk bank. Loyalitas nasabah juga dikategorikan pada tingkat loyalitas kognitif, loyalitas konatif dan loyalitas tindakan. Selain itu nasabah juga memberikan anjuran atau merekomendasikan jasa dan produk bank syariah kepada pihak lain agar menggunakan jasa bank syariah juga.
2. Strategi pelayanan frontliner yang digunakan untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu adalah strategi pelayanan Relationship Marketing, Superior Customer Service, Unconditional Guarantees Dan Strategi Penanganan Keluhan Yang Efisien. Selain itu yang menjadi keunggulan dari Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 adalah selain menggunakan ketiga strategi tersebut frontliner juga menggunakan strategi ultimate service untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada BSI KCP Magetan 2.

3. Dampak dari strategi yang digunakan Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 menyebabkan berkurangnya keluhan-keluhan dari nasabah, serta dampak positif bagi bank yaitu citra bank menjadi baik, nasabah loyalitas terhadap transaksi di bank dan nasabah tidak berpindah ke bank lain. Dampak-dampak tersebut dilihat Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 melalui sistem keluhan pelanggan dan survei kepuasan.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 maka penulis ingin memberi saran sebagai berikut:

1. Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 diharapkan untuk meningkatkan pelayanan Frontliner agar nasabah merasa nyaman ketika melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan 2 sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan nasabah menjadi loyal.
2. Bagi penulis diharapkan mampu menggali lebih baik lagi mengenai informasi yang didapat secara mendalam agar memperoleh pengetahuan secara baik. Selain itu dapat memperluas pengetahuan mengenai strategi pelayanan frontliner yang baik untuk bahan pembelajaran bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi, Prosedur Penelitian, Jakarta: Rineka Cipta, 1996.
- Arikunto Suharsimi, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010.
- Chandra Fandy Tjiptono & Gregorius, Service, Quality, dan Satisfication, Yogyakarta: Andi Offsiet, 2005.
- Effendi Masri Singarimbun dan Sofian, Metode Penelitian Survei, cetakan 1, Jakarta: Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan, 2009.
- Engel J.F, Perilaku Konsumen. Terjemahan Jilid 1, Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1995.
- Griffin Jill, Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan Edisi Revisi dan Terbaru, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Hurryati Ratih, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Bandung: Alfabeta, 2005.
- Indonesia Ikatan Bankir, Mengelola Kualitas Layanan Perbankan, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Kasmir, Etika Customer Servis, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Kasmir, Kewirausahaan, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Kasmir, Manajemen Perbankan, cetakan 1, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Kasmir, Pemasaran Bank, Jakarta: Kencana, 2018.
- Kasmir, Pemasaran Bank, Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Kotler Philip, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Prenhalindo, 1997.
- Lupiyaodi Rambat, Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salamba Empat, 2001.
- Lovelock Cristopher, dkk, Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Masri Singarimbun & Sofian Effendi, Metode Penelitian Survey, Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 2008.
- Moleong Lexy J, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Musanet Noer Saleh, Pedoman Membuat Skripsi, Jakarta: Gunung Agung, 2010.
- Nasution M. Nur, Manajemen Jasa Terpadu, Bogor: Ghalia Indonesia, 2004.
- Kottler Philip, Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhallindo, 1997.
- Rahmayanty Nina, Manajemen Pelayan Prima, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2010.

- Susanto Heru, *Bijak Meminjam dan Menggunakan Uang Bank*, Jakarta: PT Elex Media Kompusindo, 2012.
- Tjiptono, *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*, Edisi 1, Yogyakarta: Andy, 2019.
- Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset, 2004.
- Triton, PSSS. B, *Management Strategi*, Yogyakarta: Tugu Publihser, 2007.
- Winarsih Ratminto dan Atik Septi, *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Wood Ivonne, *Layanan Pelanggan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Wulandari Laras Ayu, “Strategi Pelayanan Prima Guna Mencapai Kepuasan Nasabah Oleh Customer Service Di Bank BNI Syariah Purwokerto”, 2017.

SKRIPSI DAN JURNAL

- Arumningsih Winda, “Implementasi Strategi Kaizen Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT. BNI Syariah KC. Bengkulu”, 2019.
- Boci Yayang Marentisna Sina, “Strategi Pelayanan Pegawai Frontliner Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kc Cibinong”, 2019.
- Ellawati Yulia, “Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu”, 2017.
- Farhah Dian Amalia, “Strategi Pelayanan Prima Oleh Customer Service Untuk Membangun Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Kcp Purbalingga”, 2018.
- Hartono Rudi, “Strategi Pelayanan Bank Rakyat Kantor Cabang Unit Enrekang Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Analisis Manajemen Syariah)”, 2020.
- Idiyansyah, “Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Untuk Menabung (Studi Kasus Bank Bni Syariah Kc Fatmawati)”, 2017.
- Indah Febri Yuniarmi, “Strategi Pelayanan BNI Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi Bni Syariah Kc Panorama Bengkulu)”, 2021.
- Larasati Asri Oktarina, “Strategi Pelayanan Prima Oleh Teller Untuk Membangun Loyalitas Nasabah Pada Bprs Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu”, 2021.
- Mardiani Reni, “Peranan Customer Service Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Bandung”, 2017.

- Norlaila, “Etika Frontliner Dalam Memberikan Pelayanan Yang Optimal (Studi Di Pt. BSI Syariah KC Pembantu Martapura)”, 2020.
- Rossietta Nurul Aisyah Rachmawati, Lindawati Gani, Hilda, “Loyalitas Nasabah Dan Kinerja Perbankan Di Indonesia, Jurnal Keuangan Dan Perbankan.” Vol. 21 No.1 Januari 2017.
- Safitri Febri, “Manajemen Pelayanan Prima Frontliner Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Dan Kepercayaan Nasabah Di Bri Syariah Kcp Kebumen”, 2019.
- Sari Sela Widya, “Strategi Pelayanan Prima Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Financing Di PT BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu”, 2019.
- Septedi Muhammad, *“Penerapan Pelayanan Prima Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bsi Kc Banjarbaru Di Masa Pandemi Covid-19”, 2021.*
- Utomo, Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telpn Seluler, Yogyakarta: Tesis, 2011.
- Zakiati Elma, “Strategi Pelayanan Prima oleh Frontliner untuk Membangun Loyalitas Nasabah di BRI Syariah KC Purwokerto”, 2019.

WEBSITE

www.bankbsi.co.id

WAWANCARA

- Yanti, Wawancara, 18 Oktober 2022.
- Muslimah, Wawancara, 18 Oktober 2022.
- Mela, Wawancara, 18 Oktober 2022.
- Andhika, Wawancara, 18 Oktober 2022.
- Puji, Wawancara, 18 Oktober 2022.
- Jemari, Wawancara, 18 Oktober 2022.
- Ely, Wawancara, 18 Oktober 2022.
- Wawan, Wawancara, 18 Oktober 2022.
- Rukhoyah, Wawancara, 18 Oktober 2022.
- Hafid, Wawancara, 18 Oktober 2022.
- Arik Setyono, Wawancara, 30 Maret 2023
- Sunarji, Wawancara, 30 Maret 2023
- Siti Marfuah, Wawancara, 30 Maret 2023
- Citra Fitria Eka, Wawancara, 30 Maret 2023