

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bank merupakan lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa harus mampu memberikan pelayanan terbaiknya (*service excellent*) agar dapat bersaing dengan lembaga keuangan lain untuk mempertahankan nasabah dan menjangkau nasabah baru yang potensial. Dalam hal pelayanan, sumber daya manusia dianggap paling menentukan dibandingkan dengan mesin atau perangkat apapun yang ada di dalam perusahaan. Agar mampu meningkatkan citra perbankan maka bank perlu menyiapkan karyawan atau sumber daya manusia yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya.

Dalam industri perbankan, *customer service* memegang peranan penting untuk memberikan pelayanan terbaik serta membina hubungan yang baik dengan nasabah serta memberikan informasi mengenai produk atau jasa yang dipasarkan. Dengan ini kejelasan informasi atau spesifikasi produk atau jasa secara terperinci merupakan hal yang dapat menunjang kelancaran hubungan antara pihak bank dan nasabah. Oleh karena itu pelayanan kepada nasabah ini merupakan persoalan pokok dalam persaingan antar bank, juga merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perusahaan, karena pelayanan nasabah merupakan kegiatan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

*Customer service* merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank. Sesuai dengan fungsinya, *customer service* diharapkan dapat melakukan “*one stop service*” yang berarti nasabah cukup menghubungi bagian *customer service* saja dalam berhubungan dengan bank.<sup>1</sup>

Pelayanan yang diberikan oleh *customer service* harus mencerminkan pendekatan yang seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabah. Hal ini dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga nasabah mau datang kembali untuk melakukan transaksi dengan bank, disamping menikmati fasilitas yang diberikan oleh bank yang bersangkutan. *Customer service* merupakan sebuah pioner dalam sebuah bank. Seorang *customer service* harus mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan para nasabah, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi bank dengan detail. Cara *customer service* dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sesungguhnya sikap bank tersebut dalam memberikan layanan kepada nasabahnya. Sehingga baik buruk pelayanannya akan mempengaruhi persepsi dan loyalitas nasabah terhadap bank tersebut.

Dalam upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah, bank dapat menerapkan *customer service* yang mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap nasabahnya. Oleh karena itu untuk mengantisipasi persaingan yang mungkin ketat

---

<sup>1</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 64

dengan perbankan lainnya maka perlu diciptakan hubungan yang baik dengan para nasabah, baik nasabah lama maupun calon nasabah, khususnya nasabah tabungan haji.

Maka dari itu terhadap tuntutan para nasabah tersebut, diantaranya melalui aktivitas *customer service* yang bertugas melayani, memberikan informasi tentang produk-produk bank dan fasilitas-fasilitas apa saja yang dimiliki oleh bank serta menciptakan harmonis dengan para calon nasabah. Dengan adanya hubungan baik tersebut akan dapat menarik minat dan perhatian masyarakat untuk menabung dan menggunakan jasa bank tersebut. Akan tetapi tumbuhnya minat dan perhatian masyarakat untuk menabung atau menggunakan jasa bank tersebut tidak akan muncul dengan sendirinya jika tidak terdapat kepuasan dihati masyarakat atau nasabah tersebut akibat pelayanan yang diberikan oleh *customer service* di bank manapun.

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank retail modern yang memberikan solusi keuangan yang amanah, merupakan salah satu anak perusahaan Bank Syariah Indonesia (BSI) yang fokus pada perbankan syariah. Bank BRISyariah tersebar di beberapa wilayah di Indonesia khususnya di daerah Jawa Timur, di kabupaten/kota Sidoarjo. Kehadiran Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai salah satu lembaga keuangan syariah yang banyak diminati masyarakat sekitar termasuk masyarakat beragama Islam, karena penawaran sistem kerjasama yang berbeda dengan bank lainnya khususnya pengusaha kecil, dan keramahan serta pelayanan yang diberikan oleh para pegawai sangatlah memuaskan.

Mutu pelayanan merupakan kualitas kinerja karyawan/perusahaan dalam menyampaikan jasa kepada pelanggan yang berakibat pada kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.<sup>2</sup> Oleh sebab itu, bank harus memberikan kualitas pelayanan yang baik terutama dari bagian *customer service*, karena akan memberikan kepuasan tersendiri untuk nasabah sehingga akan lebih mudah bagi *customer service* dalam memasarkan produk-produk bank khususnya produk tabungan haji kepada nasabah yang akan membawa pengaruh dalam peningkatan jumlah nasabah. Berikut adalah data jumlah nasabah tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo tahun 2018 hingga 2020.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah**  
**Bank Syariah Indonesia (BSI)**  
**Sidoarjo Tahun 2018-2020**

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2018	748 nasabah
2	2019	900 nasabah
3	2020	1.242 nasabah

*Sumber: Customer Service Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo*

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah nasabah setiap tahunnya mengalami kenaikan. Hal ini menandakan bahwa upaya *customer service* dalam meningkatkan mutu pelayanan *Customer service* telah berhasil. Upaya yang bisa dilakukan yaitu dengan memiliki sifat kesabaran, peduli terhadap nasabah dan

---

<sup>2</sup> Kotler Philip, *Marketing Mangemen Li: Analysis, Planning, Implementation & Control Bahasa Indonesiam*, Prantice Hall, (Jakarta: Prenhalindo, 2000), hlm 45

peng-updatean diri. Jadi apabila telah menerapkan upaya tersebut, *customer service* Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo dinilai telah berhasil dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah khususnya pada nasabah tabungan haji. Namun, dalam menerapkan upaya-upaya tersebut pasti akan mengalami beberapa hambatan seperti adanya beberapa pegawai yang cepat merasa puas dengan kinerjanya, keterbatasan teknologi dan jaringan internet sehingga *customer service* perlu memiliki faktor pendukung agar peningkatan mutu pelayanan dapat terealisasi dengan baik.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan menyangkut judul “**Upaya Peningkatan Mutu Pelayanan Customer Service Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas dapat diambil permasalahan tentang Upaya Peningkatan Mutu Pelayanan *Customer Service* Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo, maka untuk memfokuskan pembahasan dalam penelitian ini, penelitian mengambil masalah yang terumus sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya peningkatan mutu pelayanan *customer service* di Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat peningkatan mutu pelayanan *customer service* di Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Bertitik tolak dari masalah yang sudah tertera dalam perumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis upaya peningkatan mutu pelayanan *customer service* Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo.
2. Untuk menganalisis faktor pendukung dan penghambat peningkatan mutu pelayanan *customer service* Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo.

#### **D. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini dibuat dengan tujuan supaya ruang lingkup penelitian ini terarah dan lebih jelas. Maka dari itu membatasi masalah sebagai berikut:

1. Didalam penelitian ini, penulis melaksanakan penelitian tentang Bank syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo.
2. Luasnya asumsi teori yang bisa diambil dari teori nyata dilapangan, maka dari itu penelitian berfokus cara peningkatan mutu pelayanan *customer service* di Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo.
3. Peneliti juga melihat faktor pendukung dan pendorong dalam menghadapi perbedaan-perbedaan dari cara peningkatan mutu pelayanan *Customer service*.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Sedangkan untuk hasil penelitian yang berjudul “Upaya peningkatan mutu pelayanan *customer service* di Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo” diharapkan dapat memberikan manfaat bagi dunia hukum secara teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan dapat memberikan pengetahuan dalam memperkaya wawasan konsep dan teori-teori perbankan syariah terutama tentang upaya peningkatan mutu pelayanan *customer service*.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo

Dari Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo dapat mengambil informasi yang dibutuhkan sebagai bahan masukan kepada lembaga dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan *customer service*.

#### b. Bagi Nasabah

Untuk menambah wawasan pengetahuan tentang ciri pelayanan yang baik yang diberikan *customer service* Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo.

#### c. Bagi Masyarakat

Untuk menambah wawasan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat tentang ciri pelayanan yang baik yang diberikan *customer service* Bank BRI Syariah Sidoarjo.

## **F. Penegasan Istilah**

### 1. Mutu Pelayanan

Secara umum pengertian mutu pelayanan adalah kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan. Menurut Kotler, "Pelayanan adalah setiap tindakan atau

kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.<sup>3</sup>

Mutu pelayanan merupakan kualitas kinerja karyawan/perusahaan dalam menyampaikan jasa kepada pelanggan yang berakibat pada kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Aplikasi mutu sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan baik sebagai pemimpin ataupun strategi untuk terus tumbuh.<sup>4</sup>

## 2. *Customer Service*

Secara umum, *Customer Service* adalah kegiatan yang dilakukan oleh pihak karyawan untuk memberikan pelayanan serta kebutuhan kepada pihak nasabah. Fungsi dari *Customer Service* adalah untuk memberikan jasa layanan kepada nasabah seperti memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah, menampung keluhan nasabah, *cross selling*, dan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah yang timbul.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Laksana Fajar, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm 25

<sup>4</sup> Kolter Philip, *Marketing Management Li: Analysis, Planning, Implementation & Control Bahasa Indonesiam*, Prantice Hall, (Jakarta: Prenhalindo, 2000), hlm 45

<sup>5</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan (Lpss), 2014), hlm 64



## **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

Pembahasan dalam skripsi ini terdiri dari 6 (enam) bab yaitu :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan pengantar dan gambaran umum dari isi skripsi yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan masalah, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II : KARANGKA TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang teori atau konsep yang digunakan sebagai alat analisa dalam penelitian yang terdiri dari 8 sub bab, yaitu mutu pelayanan, konsep customer service, langkah-langkah *customer service*, konsep bank, penelitian terdahulu dan karangan berfikir.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam rangka mencapai hasil penelitian. Bab ini terdiri dari 8 sub bab, yaitu: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran penelitian, data dan sumber penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisi data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang uraian temuan penelitian dalam topik sesuai dengan upaya *customer service* dalam meningkatkan mutu pelayanan pada nasabah tabung haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo. Bab ini

terdiri dari 3 sub bab yaitu konsep bank, paparan data , dan analisi data terhadap temuan peneliti dalam topik Upaya Peningkatan Mutu Pelayanan *Customer Service* Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo.

#### **BAB V : PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang teori-teori tentang upaya *customer service* dalam meningkatkan mutu pelayanan pada nasabah tabung haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo. Bab ini terdiri dari 2 sub bab yaitu pembahasan tentang upaya peningkatan mutu pelayanan *customer service* di Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo. Serta pembahasan tentang faktor pendorong dan penghambat peningkatan mutu pelayanan *customer service* Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Sidoarjo.

#### **BAB VI : PENUTUP**

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran