

EFEKTIVITAS SERVICE EXCELLENT DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER BASED DI BSI KC TANGERANG HASYIM ASHARI

Abdul Rahman, Wulandari

Institut Binamadani Indonesia Tangerang

Ashrafalirahman2019@gmail.com, Wdri151001@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas implementasi service excellent terhadap pertumbuhan customer base di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengeksplorasi sinergi antara manajemen, staf frontliner, dan persepsi nasabah dalam ekosistem pelayanan. Data dihimpun melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa implementasi service excellent yang mengintegrasikan nilai-nilai transendental (kejujuran, amanah, dan empati) secara signifikan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Dimensi pelayanan yang mencakup attitude, attention, action, ability, appearance, dan accountability menjadi determinan utama dalam penguatan citra institusi. Efektivitas strategi ini terjustifikasi melalui pertumbuhan signifikan pada parameter kuantitatif (jumlah rekening dan nasabah) serta parameter kualitatif (word of mouth). Penelitian ini merekomendasikan penguatan kapabilitas SDM dan akselerasi transformasi digital berbasis nilai Islami untuk menjaga keberlanjutan basis pelanggan di masa depan. Implementasi service excellent pada BSI KC Tangerang Hasyim Ashari terbukti efektif secara sistematis melalui integrasi tiga aspek strategis: people, process, dan physical evidence. Pendekatan pelayanan yang cepat, ramah, dan solutif yang berlandaskan prinsip syariah terbukti mampu menciptakan pengalaman nasabah yang positif (positive customer experience). Hal ini secara empiris berkontribusi pada peningkatan retensi nasabah sekaligus akselerasi akuisisi nasabah baru, yang memperkuat posisi kompetitif bank dalam industri perbankan syariah.

Kata Kunci: Service Excellent, Customer Base, BSI KC Tangerang Hasyim Ashari, Dimensi Pelayanan.

Abstract: *This study aims to analyze the effectiveness of service excellence implementation on customer base growth at Bank Syariah Indonesia (BSI) Hasyim Ashari Tangerang Branch Office. Using a descriptive qualitative approach, this study explores the synergy between management, frontline staff, and customer perceptions within the service ecosystem. Data were collected through participant observation, in-depth interviews, and documentation studies, which were then analyzed using data reduction, data presentation, and conclusion drawing techniques. The results revealed that the implementation of service excellence that integrates transcendental values (honesty, trustworthiness, and empathy) significantly increases customer satisfaction and loyalty. Service dimensions that include attitude, attention, action, ability, appearance, and accountability are the main determinants in strengthening the institution's image. The effectiveness of this strategy is justified by significant growth in quantitative parameters (number of accounts and customers) and qualitative parameters (word of mouth). This study recommends strengthening human resource capabilities and accelerating digital transformation based on Islamic values to maintain the sustainability of the customer base in the future. The implementation of service excellence at BSI Hasyim Ashari Tangerang Branch Office has proven to be systematically effective through the integration of three strategic aspects: people, process, and physical evidence. A fast, friendly, and solution-oriented service approach based on*

Sharia principles has been proven to create a positive customer experience. This has empirically contributed to increased customer retention and accelerated new customer acquisition, strengthening the bank's competitive position in the Sharia banking industry.

Keywords: *Excellent Service, Customer Base, BSI KC Tangerang Hasyim Ashari, Service Dimension.*

PENDAHULUAN

Dalam konteks industri keuangan, perbankan syariah merupakan entitas bisnis yang mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah ke dalam fungsi intermediasinya, yakni menghimpun dana masyarakat melalui instrumen investasi maupun simpanan, serta menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiayaan guna mencapai tujuan sosio-ekonomi.¹ Struktur perbankan ini mencakup Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) sebagai pilar operasionalnya. Di tengah kompetisi pasar yang kompetitif, eksistensi dan kesuksesan lembaga perbankan sangat bergantung pada kapabilitasnya dalam mengakuisisi serta mempertahankan nasabah. Strategi retensi tersebut diimplementasikan melalui penyediaan pelayanan prima (*service excellence*) sebagai instrumen utama untuk menciptakan nilai tambah dan kepuasan nasabah yang berkelanjutan.² Oleh karena itu, penerapan standar pelayanan berkualitas tinggi menjadi wajib bagi institusi perbankan syariah guna memperkuat basis pelanggan secara sistematis.

Implementasi *service excellence* merupakan salah satu faktor mendasar dalam mencapai kepuasan nasabah yang berimplikasi langsung terhadap keberlanjutan bisnis institusi perbankan. Dalam dinamika pasar saat ini, preferensi nasabah dalam memilih bank sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang dirasakan secara subjektif. Kualitas layanan yang unggul didefinisikan sebagai tindakan proaktif dalam memenuhi kebutuhan nasabah melalui integrasi beberapa dimensi utama, yakni kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), dan tanggung jawab (*accountability*).³ Lebih jauh dari itu, kepatuhan terhadap Standar Operasional Prosedur (SOP) semata dinilai belum memadai karena cenderung menghasilkan interaksi yang kaku dan mekanis. Dalam konteks pengembangan basis pelanggan (*customer-based*), pelayanan yang unggul harus melibatkan analisis data untuk memahami preferensi serta pola interaksi nasabah secara personal, sehingga bank mampu menyajikan solusi yang lebih relevan dan efektif. Sebaliknya, kegagalan dalam memenuhi ekspektasi layanan dapat memicu degradasi kepuasan, penurunan loyalitas, serta erosi citra institusi di mata publik.

Sebagai salah satu institusi perbankan syariah di Indonesia, Bank Syariah Indonesia (BSI) mengemban tanggungjawab untuk mengimplementasikan *service excellence* yang merepresentasikan profesionalisme sekaligus integritas nilai-nilai syariah. Kualitas pelayanan yang superior merupakan instrumen strategis dalam mengonstruksi kepuasan dan loyalitas nasabah, yang pada gilirannya akan memperkuat ekspansi basis pelanggan (*customer base*).⁴

¹ Dewi Sukma Kristianti, Integrasi Prinsip Syariah dalam Fungsi Intermediasi Lembaga Keuangan Syariah, dalam *Undang: Jurnal Hukum*, Vol. 3 No. 2 (2020), h. 315-339.

² Ita Rukmanasari, Analisis Strategi Bank Syariah Dalam Meningkatkan Market Share Ditengah Eksistensi Bank Konvensional Pada Era Digital, dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, Vol. 9 No. 02 (2024), h. 296-303.

³ Vera Eka Diana Putri & Meirinawati, Analisis Pelayanan Prima (Excellent Service) Pada Nasabah Di Bank Jatim Cabang Sampang, dalam *Jurnal Publika*, Vol. 11, No. 3 (2023), h. 2273-2282.

⁴ Choiru Umatin, dkk, Urgensi Mutu Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah, dalam *Wadiah : Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 8 No. 2 (2024), h. 324-345.

Secara operasional, manifestasi pelayanan prima ini menuntut integrasi antara kompetensi, atribusi sikap, estetika profesional, serta akuntabilitas karyawan dalam merespons kebutuhan nasabah secara personal dan humanis. Namun demikian, berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian awal menunjukkan bahwa implementasi *service excellence* pada BSI Kantor Cabang (KC) Tangerang Hasyim Ashari masih dihadapkan pada berbagai tantangan yang kompleks. Kesenjangan antara standar ideal pelayanan dengan realitas di lapangan berpotensi menghambat optimalisasi kepuasan nasabah, sehingga memerlukan analisis mendalam mengenai efektivitas strategi layanan yang diterapkan dalam mempertahankan serta meningkatkan basis pelanggan di kantor cabang tersebut. Selain itu, efektivitas *service excellence* juga secara signifikan berkorelasi positif terhadap eskalasi kualitas layanan secara menyeluruh. Kualitas pelayanan yang unggul bertindak sebagai faktor penentu utama dalam meningkatkan kepuasan nasabah, yang secara linear berdampak pada akselerasi penambahan nasabah baru.⁵

Dalam konteks perbankan, kualitas layanan menjadi parameter krusial yang mempengaruhi persepsi serta tingkat kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sendiri didefinisikan sebagai manifestasi evaluatif individu setelah melakukan komparasi antara realitas layanan yang diterima dengan ekspektasi yang diharapkan. Kualitas pelayanan dinilai memadai dan memuaskan apabila kinerja layanan mampu memenuhi ekspektasi nasabah. Sebaliknya, apabila kinerja layanan mampu melampaui harapan tersebut, maka pelayanan tersebut dikategorikan sebagai layanan unggul yang berimplikasi pada terciptanya loyalitas jangka panjang.⁶ Sebaliknya, kualitas pelayanan yang tidak optimal dapat memicu berbagai implikasi negatif, seperti degradasi kepuasan nasabah yang secara langsung mereduksi tingkat loyalitas. Kondisi ini memperbesar risiko *customer churn* atau beralihnya nasabah ke institusi kompetitor. Selain itu, kegagalan dalam pemenuhan standar layanan berpotensi mengikis reputasi dan citra institusi, yang pada akhirnya akan menghilangkan minat calon nasabah dalam melakukan penggunaan produk atau pembukaan rekening baru.⁷ Masalah tersebut membuat pelaku bisnis perlu memperhatikan kualitas layanannya untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Menyadari pentingnya pelayanan yang berkualitas tinggi untuk mempertahankan dan menambah jumlah nasabah, penelitian ini menjadi sangat relevan dan mendesak. Kualitas layanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat reputasi dan daya saing bank syariah dalam industri keuangan yang kompetitif. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini ditujukan untuk mengkaji lebih dalam tentang masalah tersebut

⁵ I Gede Benny Subawa dan Eka Sulistyawati, Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi, *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 2 (2020), h. 718-736.

⁶ Nurwidiyastuti Ahmad, dkk, Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan (Studi Kasus PT. Ekspedisi Pada Jaya Kota Tangerang), *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, Vol. 4 No. 1 (2024), h. 2999-3007.

⁷ Kiki Arsi Wijayanti, Muhammad Izza, Muhammad Izzat Firdausi, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Bank Mandiri, *Jurnal Sahmiyya*, Vol. 2 No. 2 (2023), h. 409-410.

dengan judul "Efektivitas *Service Excellent* dalam Meningkatkan *Customer Based*" (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Tangerang Hasyim Ashari).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang berfokus pada pemahaman mendalam mengenai efektivitas strategi layanan dalam konteks perbankan syariah. Penelitian lapangan (*field research*) dilakukan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari sebagai lokasi studi kasus primer. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif guna mengamati dinamika pelayanan secara langsung, serta wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan jajaran manajemen, karyawan *frontliner*, dan nasabah sebagai sumber data primer. Selain itu, studi dokumentasi dilakukan untuk memperkuat validitas data melalui analisis laporan pertumbuhan rekening dan dokumen internal terkait kebijakan pelayanan selama periode 2021–2024. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis melalui siklus interaktif yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Peneliti mengorganisasikan data mentah dengan merangkum poin-poin krusial terkait dimensi *service excellent* dan pertumbuhan *customer base*, kemudian menyajikannya dalam narasi deskriptif yang terstruktur guna mengidentifikasi pola hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas nasabah. Untuk menjamin keabsahan temuan, teknik triangulasi sumber dan metode diterapkan guna memastikan konsistensi informasi yang diperoleh dari perspektif manajemen, staf operasional, dan nasabah. Melalui metodologi ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai kontribusi pelayanan prima terhadap perluasan basis pelanggan secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi *Service Excellent* di Bank Syariah Indonesia KC Tangerang Hasyim Ashari

Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang keuangan dan jasa, sehingga pelayanan keuangan dan jasa tersebut menjadi bagian yang sangat penting yang harus diperhatikan agar dapat membuat nasabah merasa puas. Sebuah layanan yang maksimal harus memiliki standar yang jelas, dan idealnya pelayanan yang diberikan harus jauh lebih baik atau setidaknya sama dengan standar yang telah ditetapkan. Pelayanan prima juga bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan saja, tetapi juga menciptakan pengalaman yang positif bagi nasabah supaya nasabah terkesan dan tertarik untuk tetap menggunakan pelayanan yang diberikan. *Service excellent* atau pelayanan prima adalah pelayanan yang diberikan kepada nasabah melebihi ekspektasi nasabah itu sendiri, sehingga nasabah puas terhadap pelayanan yang diberikan.⁸

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa implementasi *Service Excellent* di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Hasyim Ashari adalah sebagai berikut:

1. Strategi Manajemen

Strategi pelayanan Bank Syariah KC Tangerang Hasyim Ashari berdasarkan penjelasan Ibu Retno Adi Widayani mengenai penerapan program perbaikan layanan yang dapat dilakukan melalui:

⁸ Wawancara dengan Karyawan Frontliner, Ibu Ratu Nur Gita, Tangerang, 25 Agustus 2025.

- a) *People*, Bank Syariah Indonesia KC Tangerang Hasyim Ashari mengutamakan pada kualitas sumber daya manusia sebagai pelaku utama layanan. Perbaikan dilakukan melalui meningkatkan spritual karyawan, pelatihan berkelanjutan tentang *service excellent*, dan membangun budaya kerja yang berorientasi pada nilai dan prinsip Islam seperti shidiq (jujur dan penuh kejelasan terhadap produk dan transaksi), amanah (dapat dipercaya dalam menjaga kerahasiaan data nasabah), fathanah (cerdas dalam memberikan solusi yang cepat dan tepat), dan terakhir tabligh (komunikasi yang disampaikan harus jelas dan santun).
- b) *Process Business*, penerapan proses bisnis ini berdampak besar terhadap kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Dalam era modern, pelaksanaan proses bisnis harus didukung oleh peningkatan teknologi yang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu bisnis. Teknologi informasi dapat membantu dalam persaingan antar bisnis serta memberikan kepuasan kepada perusahaan dan pelanggan. Penggunaan sistem informasi dalam suatu layanan merupakan kebutuhan yang wajib ada, karena teknologi informasi dapat memberikan keuntungan seperti pengelolaan data yang lebih efektif dan efisien. Sistem informasi membantu organisasi mencari strategi bisnis baru, bertahan dalam persaingan, serta meningkatkan produktivitas. Agar teknologi informasi bisa bekerja optimal, tata kelolanya harus diperhatikan secara baik. Layanan teknologi informasi yang tepat waktu, aman, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna merupakan aspek penting yang harus diperhatikan agar proses bisnis berjalan lancar.
- c) *Physical*, merupakan dimensi fisik yang berfungsi sebagai bukti nyata tentang kualitas layanan yang bisa langsung dirasakan oleh pelanggan. Perbaikan di bidang ini tidak hanya membuat pengalaman lebih nyaman, tetapi juga memperkuat kesan profesional dan nilai-nilai syariah dalam pelayanan.⁹

Manajemen secara aktif memberikan pelatihan secara rutin kepada karyawan bagian *frontliner*, pelatihan tersebut bisa dilakukan baik secara *offline* maupun *online*. Pelatihan *offline* dengan *roleplay*, *roleplay* merupakan salah satu pelatihan menyegarkan kembali kemampuan karyawan dalam meningkatkan standar pelayanan yang diberikan kepada nasabah, sehingga dapat mengurangi kesalahan dalam bertransaksi, dan hal ini nantinya akan meningkatkan kepuasan nasabah Bank Syariah Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari. Sedangkan pelatihan online bisa dilakukan dengan pelatihan *bibit teller* BSI dan pengisian soal-soal *frontliner* yang diberikan tiap bulan.

Evaluasi efektifitas pada Bank Syariah Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari dengan menerapkan sistem *reward* dan *punishment*, dimana sistem *reward* dan *punishment* ini diberikan bagi karyawan yang menunjukkan kinerja terbaiknya dalam layanan unggul. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan semangat kerja dan kesetiaan pegawai. Monitoring Bank Syariah Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari dilakukan melalui aplikasi internal dan CSS (*Customer Satisfaction Survey*).

⁹ Wawancara dengan *Branch Operations & Service Manager*, Ibu Retno Adi Widayani, Tangerang, 25 Agustus 2025.

2. Standar Pelayanan

Bank Syariah KC Tangerang Hasyim Ashari memiliki standar layanan sendiri, sesuai konsep pendekatan *A6 service excellent* yaitu:

a) Sikap (*Attitude*)

Pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari melalui sikap yang diperlihatkan kepada nasabah setiap hari, baik oleh karyawan yang ada di dalam kantor maupun yang berada di luar kantor. Standar sikap pelayanan yang harus diterapkan oleh para karyawan dalam kehidupan sehari-hari adalah dengan menampilkan 5S, yaitu:

- 1) Senyum, ketika nasabah datang maka pegawai menyambutnya dengan senyum yang ramah serta rasa tulus dan penuh semangat sehingga menciptakan emosional bagi nasabah.
- 2) Salam, pegawai Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari dalam setiap aktifitasnya mengawali dan mengakhirinya dengan berdoa dan ketika dalam melayani nasabah mengucapkan salam seperti pada saat nasabah datang sambutlah dengan mengucapkan "Assalamu'alaikum/wassalamu'alaikum" "Selamat pagi/siang/sore". Dalam Islam, memberikan salam kepada seseorang termasuk dalam rangkaian ibadah sunnah. Dengan menerapkan salam oleh setiap pegawai Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari, maka mereka telah menjalankan sunnah yang dianjurkan oleh Nabi Muhammad SAW.
- 3) Sapa, pegawai Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari awal interaksi menunjukkan rasa perhatian, contohnya dengan menyambut nasabah dan menanyakan kabar nasabah.
- 4) Sopan, memberikan sikap hormat dalam berbicara dengan tutur kata yang baik dan berperilaku merupakan salah satu cerminan nilai-nilai syariah dan profesional.
- 5) Santun, dalam etika komunikasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari menerapkan komunikasi dengan lemah lembut, tidak menyinggung dan lainnya.

Pedoman sikap 5S ini terus diingatkan oleh kepala cabang kepada semua karyawan. Diharapkan dengan rutin menerapkan 5S dalam pelayanan, sehingga dapat menciptakan kesan yang baik terhadap Bank Syariah Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari di mata nasabah.

b) Perhatian (*Attention*)

Perhatian adalah karyawan yang peduli dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Karyawan diharapkan untuk menyapa pelanggan, bertanya tentang keinginan mereka, mendengarkan, dan memberikan layanan yang cepat, akurat, dan ramah. Kepedulian ini bisa menarik pelanggan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas mereka terhadap perusahaan.

c) Tindakan (*Action*)

Bertindak cepat dan tepat terhadap permintaan atau keluhan nasabah, sehingga menunjukkan kesungguhan dan perhatian terhadap kebahagiaan pelanggan.

d) Kemampuan (*Ability*)

Untuk memberikan pelayanan yang baik, karyawan perlu memiliki sikap profesional dan mampu melayani dengan cepat. Dengan banyaknya nasabah, manajemen waktu sangat penting.

e) Penampilan (*Apperance*)

Dalam penampilan *customer service* maupun *teller* dimulai dari penampilan yang rapih, make up yang selalu fresh, menerapkan script standar layanan yang sudah diberikan.

f) Tanggung Jawab (*Accountability*)

Tanggung awab adalah sikap yang menunjukkan komitmen kepada pelanggan untuk mencegah kerugian atau ketidakpuasan. Jaminan dalam pelayanan berkualitas mencerminkan tanggung jawab perusahaan kepada pelanggan. Sikap karyawan penting untuk membangun kepercayaan pelanggan, memberi rasa aman. Karyawan wajib memberikan pelayanan berkualitas, mengakui kesalahan, dan menunjukkan semangat dalam menjalankan tanggung jawab.

Enam elemen evaluasi berupa sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, penampilan, dan tanggung jawab, penting untuk menilai kualitas pelayanan *frontliner* di BSI KC Tangerang Hasyim Ashari. Perhatian dan tindakan menunjukkan respons terhadap kebutuhan nasabah, kemampuan mencerminkan kapasitas teknis, penampilan membentuk citra profesional, dan tanggung jawab menunjukkan integritas. Dengan menerapkan enam unsur ini secara konsisten, layanan dapat memenuhi standar operasional dan memberikan pengalaman yang bermakna bagi nasabah. Dalam konteks perbankan syariah, indikator ini sesuai dengan nilai-nilai ihsan, amanah, dan masalah yang menekankan pelayanan berkualitas dan bermanfaat bagi masyarakat. *Survei Kepuasan Nasabah (SKN)* digunakan untuk mendapatkan pandangan dan pengalaman nasabah secara langsung. Temuan dari survei ini penting untuk mengevaluasi kualitas layanan dari sudut pandang pengguna. SKN juga membantu menguji keabsahan kebijakan dan strategi pelayanan yang telah diterapkan. Selain itu Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari juga menggunakan *service script* yang konsisten. Adapun pernyataan nasabah mengenai sikap dan perilaku petugas *frontliner* Bank Syariah Kantor Cabang Hasyim Ashari diantaranya berdasarkan wawancara nasabah yaitu: "Petugasnya sangat ramah dan bisa menggali kebutuhan nasabah" (Ibu Satuhah). "Petugasnya baik dan ramah, waktu buka rekening langsung dibantu dan dijelaskan dengan baik" (Ibu Nurhayati). "Ramah, cepat, sopan dan membantu saat tanya produk tabungan dijelaskan dengan jelas" (Ibu Fani). "Petugasnya sangat baik, ramah, dan sangat membantu" (Bapak Arya Irfan Saputra). "Memiliki sikap yang empati dan cepat dalam menangani kebutuhan nasabah" (Ibu Murni Aisyah).¹⁰

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan petugas di Bank Syariah menunjukkan penerapan prinsip *service excellent* yang konsisten dan berdampak positif terhadap pengalaman nasabah. Semua responden menyatakan bahwa

¹⁰ Wawancara dengan para Nasabah dilakukan di Tangerang, 26 Agustus 2025

keramahan, sikap yang baik, dan keterampilan komunikasi petugas adalah hal yang sangat penting untuk membentuk citra pelayanan. Petugas tidak hanya memberikan dukungan teknis seperti membuka rekening dan menjelaskan produk, tetapi juga menunjukkan empati dan kepekaan terhadap kebutuhan nasabah.

Keterampilan petugas dalam memahami kebutuhan nasabah, menyampaikan informasi dengan jelas, dan memberikan bantuan cepat mencerminkan layanan yang berfokus pada kepuasan nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa dimensi interpersonal dalam pelayanan, seperti sikap ramah dan kemampuan komunikasi, sangat penting untuk membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah. Dalam perbankan syariah, pendekatan yang ramah dan solutif ini sejalan dengan nilai-nilai Islami yang mengutamakan keadilan dan kepedulian.

3. Respons terhadap Keluhan

Penanganan masalah yang dilakukan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari berdasarkan wawancara dengan karyawan *frontliner* sebagai berikut :

"Dalam menangani keluhan nasabah harus disertai solusi yang sesuai dengan Standar Operasional (SOP) yang ada, sehingga nasabah merasa bahwa permasalahannya dapat diselesaikan dengan tepat" (Ibu Ratu Nur Gita).

Dari hasil wawancara dengan nasabah tersebut diatas dapat dinyatakan bahwa keberhasilan dalam menangani keluhan nasabah bergantung pada pelayanan dan pada konsistensi prosedur solusi. Mematuhi standar operasional prosedur penting untuk menangani keluhan secara teratur dan adil. Dalam layanan syariah, ini mencerminkan nilai amanah dan keadilan. Solusi yang sesuai prosedur membuat nasabah merasa dihargai dan mendapatkan perlakuan profesional, sehingga kepercayaan terhadap lembaga bisa terjaga dan meningkat.

Beberapa keluhan nasabah yang langsung direspons. Salah satu nasabah menyatakan belum pernah mengalami kendala, sementara yang lainnya merasa puas dengan bantuan yang diberikan saat menghadapi masalah teknis. Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah mengenai keluhan yang langsung dibantu.¹¹ Wawancara dengan Ibu Fani dan Ibu Pitria menunjukkan bahwa petugas bank tidak hanya menjalankan tugas administratif, tetapi juga memberikan edukasi dan bimbingan teknis. Mereka merespons dengan cepat untuk membantu aktivasi layanan digital dan menjelaskan produk tabungan dengan jelas saat nasabah bingung. Pendekatan ini mencerminkan komitmen terhadap pelayanan yang baik, bertujuan tidak hanya untuk menyelesaikan masalah tetapi juga untuk meningkatkan pemahaman nasabah tentang sistem dan prosedur. Dalam perbankan syariah, ini sejalan dengan prinsip transparansi dan pendidikan, yang menekankan perlunya informasi yang akurat dan mudah dipahami oleh nasabah.

4. Persepsi Nasabah terhadap Pelayanan

Persepsi nasabah terhadap pelayanan sebagian besar nasabah menunjukkan kepuasan terhadap layanan langsung di Bank Syariah Kantor Cabang Tangerang

¹¹ Wawancara dengan Nasabah, Ibu Fani, Tangerang, 16 Agustus 2025.

Hasyim Ashari cabang, khususnya dari petugas teller dan keamanan. Namun, terdapat beberapa masalah yang diadukan tentang aplikasi digital yang kerap mengalami kendala, sehingga menunjukkan perlunya perbaikan dalam bidang teknologi.¹² Bahwa adanya perbedaan antara kualitas pelayanan secara langsung di cabang bank dan pengalaman pengguna dengan layanan digital. Pelayanan secara langsung dinilai efektif, ramah, dan mampu memenuhi harapan nasabah secara maksimal. Namun, aplikasi digital dari bank syariah belum mampu memberikan pengalaman yang setara, terlihat dari masalah teknis yang sering terjadi dan kesulitan dalam melakukan transaksi. Temuan ini menunjukkan bahwa walaupun aspek layanan langsung telah memenuhi standar pelayanan yang sangat baik, adaptasi digital belum sepenuhnya mendukung kenyamanan dan kemudahan bagi nasabah. Dalam dunia perbankan syariah, ini menjadi sebuah tantangan strategis, karena layanan berbasis teknologi seharusnya tetap mencerminkan nilai-nilai kemudahan, keandalan, dan kepuasan.

5. Harapan dan Inovasi ke Depan

a. Harapan Nasabah

Nasabah mengharapkan layanan yang cepat, solusi yang efektif, dan mudah dijangkau baik secara langsung maupun melalui *platform* digital. Ini menunjukkan kebutuhan akan efisiensi, kejelasan dalam prosedur, dan kenyamanan saat bertransaksi. Saran dari nasabah yang bernama Nurhayati menyarankan kepada Bank Syariah Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari untuk menambahkan petugas CS dan *teller* karna antriannya lama dengan menambahkan CS dan *teller* mungkin akan lebih cepat dalam melayani nasabah.¹³

b. Masukan dari *Frontliner*

Staf layanan merekomendasikan peningkatan pelatihan dan praktik (*role play*) sebagai cara untuk mengasah kemampuan komunikasi, rasa empati, dan pemecahan masalah. Ini menunjukkan kesadaran akan pentingnya perbaikan berkelanjutan dalam pelayanan.

c. Komitmen Manajemen

Manajemen menegaskan tujuan jangka panjang untuk menjadi bank yang dipilih oleh masyarakat melalui inovasi yang berkelanjutan. Ini meliputi pengembangan teknologi, perbaikan sistem operasional, dan penguatan nilai-nilai syariah dalam pelayanan.

Efektivitas *Service Excellent* Dalam Meningkatkan *Customer Based* Pada Periode 2021-2024

Salah satu cara efektif bank dalam memperoleh lebih banyak pelanggan adalah dengan menarik sebanyak mungkin nasabah. Meningkatkan jumlah nasabah merupakan hal yang sangat penting dan harus dilakukan dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Karena

¹² Wawancara dengan Nasabah, Bapak Arya Irfan Saputra, Tangerang, 16 Agustus 2025.

¹³ Wawancara dengan Nasabah, Ibu Nurhayati, Tangerang, 22 Agustus 2025.

pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif terhadap jumlah nasabah yang bisa diperoleh. Sebuah perusahaan akan berhasil mendapatkan banyak nasabah jika dinilai mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Selain itu, perusahaan yang bisa bersaing di pasar adalah perusahaan yang mampu menyediakan produk atau jasa dengan kualitas pelayanan yang baik. Nasabah yang merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan akan tetap setia membeli produk yang ditawarkan. Selain itu, nasabah lama juga bisa merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain, sehingga mampu menarik banyak calon nasabah baru untuk mencoba layanan tersebut.

A. Pertumbuhan Jumlah Nasabah sebagai Indikator Keberhasilan

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak manajemen Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Hasyim Ashari Ibu Retno Adi Widayani jabatan sebagai BOSM yang mengungkapkan bahwa jumlah rekening yang dibuka disetiap cabang merupakan tolak ukur (indikator) utama untuk menilai perkembangan *customer based*. Di tahun 2021 sampai dengan 2024, terjadinya peningkatan yang signifikan dan peningkatan yang stabil baik dalam hal jumlah rekening maupun jumlah nasabah hingga tahun 2024 yaitu tercatat 40.335 rekening, sedangkan jumlah nasabah mencapai 34.247 nasabah. Dari perbandingan ini, diperoleh rata-rata 1,18 rekening untuk setiap nasabah, yang menunjukkan bahwa sebagian nasabah memiliki lebih dari satu rekening di BSI. Ini bisa dipahami sebagai bentuk kepercayaan serta loyalitas nasabah terhadap produk dan pelayanan yang disediakan.

Pertumbuhan jumlah nasabah setiap tahun menjadi tanda keberhasilan dalam penerapan *service excellent*. Strategi pelayanan yang bersahabat, cepat, dan sesuai dengan prinsip syariah terbukti efektif menarik nasabah baru, sekaligus menjaga nasabah lama. Kenyataan bahwa nasabah tidak hanya bertahan tetapi juga membuka lebih dari satu rekening menunjukkan bahwa kualitas layanan telah memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Dengan demikian, perkembangan jumlah nasabah dan rekening dalam periode 2021–2024 dapat dilihat sebagai bukti nyata keberhasilan Bank Syariah Indonesia KC Tangerang Hasyim Ashari dalam menerapkan *service excellent* sebagai strategi utama untuk meningkatkan *customer based*.

B. Tantangan Digitalisasi dan Ketimpangan Layanan

Pelayanan *frontliner* di BSI KC Tangerang Hasyim Ashari telah berhasil menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi sebagian besar nasabah. Pelayanan yang cepat, bersahabat, dan solutif menjadi komponen penting dalam membangun kepuasan serta loyalitas. Pendampingan yang dilakukan secara langsung dalam proses pembukaan rekening turut memperkuat citra bank sebagai lembaga yang inklusif dan responsif terhadap kebutuhan nasabah. Namun, terdapat tantangan besar dalam aspek digital, terutama pada aplikasi *mobile banking* yang sering mengalami masalah.

Ketidakcocokan antara kualitas pelayanan tatap muka dan pengalaman digital menunjukkan adanya kebutuhan untuk memperbaiki sistem teknologi agar kepuasan nasabah dapat dipertahankan secara menyeluruh. Dalam konteks perbankan syariah, hal ini sangat penting agar nilai-nilai kemudahan, keandalan, dan kepuasan dapat tercermin dengan baik dalam interaksi baik secara fisik maupun digital.

C. Kualitas Pelayanan *Frontliner* dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas

Pelayanan yang stabil dan berkualitas sangat mempengaruhi kesetiaan pelanggan di BSI KC Tangerang Hasyim Ashari. Pelanggan lama yang terus menggunakan layanan menunjukkan bahwa lembaga berhasil membangun hubungan jangka panjang yang berakar pada rasa dihargai dan kenyamanan. Konsistensi dalam layanan melibatkan lebih dari sekadar prosedur, hal ini juga mencakup penerapan nilai-nilai seperti empati, kejujuran, dan perhatian terus-menerus. Ketika pelanggan merasakan perlakuan baik secara konsisten, mereka cenderung merasa puas dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Kesetiaan pelanggan muncul bukan dari promosi sementara, tetapi dari pelayanan yang didasarkan pada komitmen, profesionalisme, dan nilai-nilai syariah yang diterapkan secara konsisten. Dalam teori efektivitas organisasi, seperti yang dikemukakan oleh Daft (2016), efektivitas dapat diukur dari sejauh mana organisasi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam konteks perbankan syariah, tujuan tersebut mencakup peningkatan jumlah nasabah, kepuasan pelanggan, dan loyalitas jangka panjang. Pencapaian ini tidak hanya dilihat dari angka pertumbuhan, tetapi juga dari kualitas interaksi dan pelayanan yang diberikan.

D. Penerapan Model *SERVQUAL* dan Dimensi *RATER*

Layanan yang baik didefinisikan sebagai pelayanan yang lebih unggul dari harapan pelanggan. Saat layanan dapat memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi, tingkat kepuasan akan meningkat, dan hal ini akan mendorong terbentuknya loyalitas serta rekomendasi. Ini sejalan dengan model *SERVQUAL* serta dimensi *RATER* yaitu:

- a. Keandalan, adalah kemampuan Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari dalam memberikan layanan sesuai yang dijanjikan dengan tepat dan dapat dipercaya. Keberhasilan dalam mencapai keakuratan dan ketepatan ini akan membantu meningkatkan kepuasan nasabah serta membangun kepercayaan terhadap bank. Karena itu, BSI KC Tangerang Hasyim Ashari berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan layanan dan produk yang telah dijanjikan.
- b. Jaminan, ini berkaitan dengan kemampuan setiap karyawan dalam memahami produk secara mendalam, serta keterampilan mereka dalam menyampaikan layanan secara baik. Selain itu, mereka juga harus mampu membangun kepercayaan kepada para nasabah. Dengan adanya jaminan ini, para nasabah akan merasa lebih aman dan tidak akan meragukan bahaya atau risiko dalam menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan. Dengan demikian, hal ini dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan.
- c. Bukti Fisik, pelayanannya dalam kondisi baik, untuk lingkungan kantornya sangat bersih terutama toiletnya dan kondisi ruangnya dingin, nyaman digunakan. Untuk ruang tempat shalat tersedia ada dilantai dua. Dengan fasilitas yang disediakan di Bank Syariah Kantor Cabang Tangerang Hasyim

Ashari menciptakan kepuasan nasabah terhadap bukti fisik pelayanan yang diberikan.

- d. Empati, dalam melayani nasabah, pegawai atau karyawan Bank Syariah Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari memberikan rasa kepedulian penuh terhadap nasabah dari sikap melayani dengan selalu ramah, selalu menanyakan kepada nasabah dengan bahasa yang santun apabila ada yang belum dimengerti atau ada yang ingin tanyakan, memberikan solusi dalam keresahan nasabah. Dengan semua bentuk kepedulian yang dilakukan membuat nasabah merasa puas.
- e. Daya tanggap (Respon), tingkat respons dalam pelayanan berhubungan dengan kemampuan staf untuk memberikan bantuan dan layanan kepada pelanggan dengan segera dan akurat.

Frontliner berperan sebagai ujung tombak dalam menciptakan kesan awal dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dari hasil wawancara, mereka secara rutin menerapkan prinsip 5 S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun) dan memberikan layanan yang cepat serta penuh solusi.

E. *Word of Mouth* sebagai Strategi Akuisisi

Efektivitas layanan BSI KC Tangerang Hasyim Ashari terlihat dari banyaknya rekomendasi dari pelanggan. Mereka merekomendasikan BSI kepada keluarga dan teman karena kemudahan layanan dan pendekatan syariah. Pelanggan yang puas cenderung merekomendasikan BSI, sehingga memperluas basis pelanggan. Wawancara menunjukkan bahwa layanan yang cepat, bersahabat, dan sesuai prinsip syariah menjadi alasan utama rekomendasi tersebut. Berdasarkan wawancara dengan nasabah yaitu:

"Saya merekomendasikan BSI, selain pelayanannya cepat

BSI juga selalu memberikan kemudahan dalam bertransaksi" (Ibu Satuhah).

"Saya merekomendasikan BSI karena pelayanannya memuaskan" (Ibu Fani).

"Saya merekomendasikan BSI karena untuk buka rekening sangat mudah" (Bapak Irfan Saputra).

"Iya saya rekomendasikan, karena ini bank syariah" (Pitria).

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan pernyataan dari Ibu Satuhah, Ibu Fani, Bapak Irfan Saputra, dan Pitria menjelaskan bahwa dukungan untuk BSI KC Tangerang Hasyim Ashari didasarkan pada kombinasi kualitas pelayanan dan nilai-nilai Islam. Pelayanan yang cepat, memuaskan, dan memudahkan dalam bertransaksi merupakan faktor utama yang meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, kemudahan dalam membuka rekening menunjukkan bahwa BSI dapat menawarkan layanan yang efisien dan inklusif.

Menariknya, identitas BSI KC Tangerang Hasyim Ashari sebagai bank syariah turut menjadi alasan dukungan ini, yang menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam bukan hanya membedakan, tetapi juga menjadi pilihan utama bagi beberapa nasabah. Hal ini memperkuat posisi BSI KC Tangerang Hasyim Ashari sebagai lembaga yang tidak hanya unggul dalam operasional, tetapi juga relevan dalam aspek spiritual dan budaya.

Hal ini termasuk kedalam *Word of mouth* yang merupakan salah satu jenis komunikasi pemasaran yang paling ampuh karena berasal dari pengalaman pelanggan atau nasabah dan di mana pelanggan mempromosikan barang dan jasa perusahaan kepada pelanggan lain melalui mulut ke mulut.

Pelayanan menjadi faktor utama dalam menarik pelanggan baru di BSI KC Tangerang Hasyim Ashari. Meskipun tidak ada program akuisisi khusus, hubungan baik antara petugas frontliner dan nasabah berdampak positif pada pandangan publik dan rekomendasi lisan. Umpan balik nasabah menunjukkan BSI perlu meningkatkan promosi dan digitalisasi layanan untuk menjangkau lebih banyak segmen dan bersaing dengan bank tradisional. Promosi yang lebih aktif dan digitalisasi yang merata dapat membantu menarik nasabah baru dan memperkuat citra BSI sebagai lembaga keuangan syariah yang modern. Kombinasi pelayanan berkualitas, strategi pemasaran yang jelas, dan transformasi digital berkelanjutan adalah dasar penting untuk menjadikan BSI bank pilihan masyarakat dari berbagai lapisan.

F. Evaluasi dan *Monitoring* Kinerja Layanan

Manajemen BSI KC Tangerang Hasyim Ashari menunjukkan dedikasi yang tinggi untuk memperbaiki mutu layanan melalui pendekatan evaluasi yang komprehensif. Evaluasi dilakukan melalui gabungan tiga instrumen utama sebagai berikut:

a) Sistem *Reward* dan *Punishment*

Untuk sebuah perusahaan, penting untuk mengelola sumber daya manusia dengan cara yang efisien agar produktivitas meningkat. Salah satu caranya adalah dengan sistem *reward* (penghargaan) dan *Punishment* (hukuman). Penghargaan diberikan sebagai pengakuan atas prestasi yang bertujuan untuk memotivasi karyawan. Di sisi lain, hukuman diterapkan untuk memperbaiki perilaku karyawan yang melanggar aturan. Keduanya penting untuk meningkatkan kualitas kerja dan kinerja karyawan.¹⁴ Selain itu, sistem *reward* dan *punishment* bukan hanya alat motivasi, tetapi juga bagian dari manajemen kinerja strategis. Di BSI KC Tangerang Hasyim Ashari, sistem ini berfungsi sebagai mekanisme kontrol perilaku dan peningkatan etos kerja. *Reward* diberikan dalam bentuk apresiasi verbal, insentif, atau promosi jabatan, yang mendorong karyawan untuk mempertahankan dan meningkatkan performa. *Punishment*, di sisi lain, diterapkan secara proporsional dan edukatif, bukan represif, agar karyawan memahami konsekuensi dari pelanggaran prosedur. Di BSI, indikator tersebut mencakup; kecepatan layanan, ketepatan transaksi, kepuasan nasabah berdasarkan feedback langsung. Penerapan *reward* dan *punishment* yang adil menciptakan budaya kerja yang sehat, kompetitif, dan berorientasi pada pelayanan unggul.

b) Aplikasi Internal

Penggunaan aplikasi internal membantu manajemen memantau kinerja secara

¹⁴ Nurul Fadila Dwiyantri, Desy Ramadania, Imam Ahmad Dafi, "Analisis Penerapan Punishment dan Reward Terhadap Kinerja Karyawan Japri Corp Tasikmalaya", *Jurnal Ekonomak*, Vol. 10 No. 2 Agustus 2024, h. 2-3.

langsung dengan informasi yang tepat. Sistem ini meningkatkan akurasi dan keadilan dalam menilai pencapaian individu dan kelompok. Selain itu, aplikasi ini juga memudahkan identifikasi area yang perlu diperbaiki. aplikasi internal di BSI KC Tangerang Hasyim Ashari berperan sebagai sistem informasi manajemen kinerja. Teknologi ini memungkinkan pemantauan *real-time* terhadap aktivitas *frontliner*, termasuk jumlah transaksi harian, waktu layanan pernasabah, frekuensi keluhan dan penyelesaiannya. Dengan data yang terintegrasi, manajemen dapat melakukan evaluasi berbasis bukti (*evidence-based decision making*). Hal ini sejalan dengan Robbins dan Coulter (2018) yang menekankan bahwa monitoring dan evaluasi rutin merupakan komponen penting dalam memastikan keberhasilan strategi pelayanan. Di BSI KC Tangerang Hasyim Ashari, indikator seperti jumlah pembukaan rekening, testimoni nasabah, dan retensi pelanggan menjadi alat ukur konkret yang mencerminkan efektivitas pelayanan. Keunggulan aplikasi internal yaitu; meminimalkan bias dalam penilaian kinerja, mempercepat identifikasi area lemah dan menyediakan dasar untuk pelatihan dan pengembangan karyawan.

c) *Customer Satisfaction Survey (CSS)*

Survei Kepuasan Nasabah atau CSS digunakan untuk mendapatkan pandangan dan pengalaman nasabah secara langsung. Temuan dari survei ini penting untuk mengevaluasi kualitas layanan dari sudut pandang pengguna. CSS juga membantu menguji keabsahan kebijakan dan strategi pelayanan yang telah diterapkan. CSS di BSI KC Tangerang Hasyim Ashari dilaksanakan secara rutin untuk memahami pandangan dan keinginan nasabah.

Survei ini mencakup beberapa aspek:

- a. Kecepatan dan sikap ramah dalam pelayanan
- b. Akses informasi produk yang mudah
- c. Tingkat kepuasan terhadap fasilitas fisik dan digital

CSS bukan sekadar alat penilaian, tetapi juga merupakan media untuk komunikasi dua arah antara nasabah dan bank. Hasil dari CSS digunakan untuk:

- 1) Mengubah prosedur operasional pelayanan.
- 2) Merancang pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan nyata.
- 3) Menetapkan prioritas dalam inovasi layanan.

Dalam pandangan teori efektivitas organisasi, pencapaian tujuan layanan dinilai berdasarkan sejauh mana hasil yang diperoleh sesuai dengan target yang telah ditentukan. Pemantauan secara rutin menjadi alat ukur penting untuk mengevaluasi keberhasilan pelaksanaan pelayanan unggul, serta menjadi landasan dalam membuat keputusan strategis. Metode ini menunjukkan komitmen dari manajemen terhadap pengelolaan layanan yang profesional, terukur, dan fokus pada kepuasan pelanggan.

G. Tantangan Persaingan dengan Bank Konvensional

Ibu Retno Adi Widayani mengatakan bahwa tantangan utama Bank Syariah Indonesia Hasyim Ashari bersaing dengan bank konvensional. Bank konvensional lebih unggul dalam jangkauan pasar, infrastruktur digital yang lebih berkembang, dan citra di masyarakat yang telah mapan. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Hasyim Ashari perlu membuktikan bahwa layanan yang berlandaskan syariah bukan hanya sebanding, tetapi juga memberikan keuntungan tambahan melalui prinsip keadilan, keterbukaan, dan berkah dalam setiap transaksi. Adapun hasil wawancara nasabah mengenai pelayanan bank konvensional dan bank syariah yaitu:

"Menurut saya pelayanannya masih kurang, dibandingkan bank konvensional. Bank konvensional lebih cepat dalam melayani apabila datang langsung ke bank, beda saat saya ke bank BSI sedikit lambat atau lama pelayanannya" (Ibu Pitria)¹⁵

Pernyataan diatas menjelaskan tantangan yang dihadapi BSI dalam persaingan dengan bank-bank lain. BSI memiliki keunggulan dalam prinsip syariah dan pendekatan spiritual, tetapi perlu memperbaiki kelemahan dalam kecepatan layanan. Nasabah menginginkan efisiensi, terutama dalam layanan langsung. Kecepatan layanan sangat penting. Jika waktu tunggu lama, ini bisa mengurangi kepuasan dan loyalitas nasabah, membuat mereka berpindah ke bank lain yang lebih cepat. Oleh karena itu, BSI perlu menilai prosedur layanan di cabang, meningkatkan pelatihan staf, dan memperbaiki sistem antrean agar layanan lebih cepat dan efisien. Ini penting untuk menjaga daya saing dan memperkuat posisi BSI sebagai bank syariah pilihan.

Secara menyeluruh, dapat disimpulkan dari penjelasan diatas bahwa indikator efektivitas *service excellent* dalam meningkatkan customer based dapat diukur melalui:

1. Pertumbuhan Jumlah Rekening

Dinyatakan oleh BOSM Ibu Retno Adi Widayani sebagai parameter utama. Banyaknya rekening yang dibuka di tiap cabang menjadi ukuran langsung untuk mengukur pertumbuhan basis pelanggan.

2. Kepuasan dan Loyalitas Nasabah

Layanan yang cepat, ramah, dan memberikan solusi menghasilkan pengalaman yang menyenangkan. Kesetiaan pelanggan terlihat dari penggunaan layanan yang terus menerus dan saran kepada orang lain.

3. Rekomendasi Nasabah (*Word of Mouth*)

Sejumlah pelanggan menyarankan BSI karena transaksi yang mudah, layanan yang cepat, dan prinsip-prinsip syariah yang diterapkan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap pertumbuhan jumlah pelanggan.

¹⁵ Wawancara dengan Nasabah, Ibu Pitria, Tangerang, 28 Agustus 2025.

4. Dimensi *SERVQUAL* (*RATER*)

Dimensi	Penjelasan
Keandalan	Layanan sesuai janji, tepat waktu, dan dapat dipercaya.
Jaminan	Kompetensi staf dalam memahami produk dan membangun kepercayaan.
Bukti Fisik	Fasilitas kantor yang bersih, nyaman, dan mendukung ibadah.
Empati	Kepedulian staf terhadap kebutuhan dan keresahan nasabah.
Daya Tanggap	Respons cepat dan akurat dalam melayani nasabah.

5. Evaluasi Internal Manajemen

Sistem reward dan punishment untuk menjaga kualitas SDM, menggunakan aplikasi internal untuk memantau kinerja, *Survei Kepuasan Nasabah* (CSS) sebagai alat untuk mengukur langsung dari perspektif pelanggan.

6. Kesesuaian Layanan dengan Nilai Syariah

Pelayanan yang menerapkan prinsip keadilan, transparansi, dan keberkahan. Identitas sebagai bank syariah menjadi daya tarik khusus bagi kelompok tertentu.

BSI KC Tangerang Hasyim Ashari menerapkan layanan unggul melalui tiga komponen utama. Pertama, fokus pada *people* dengan pelatihan karyawan menggunakan nilai-nilai Islam dan simulasi praktik untuk meningkatkan kemampuan dan karakter pelayanan. Kedua, proses pelayanan didukung oleh teknologi informasi dan diterapkannya SOP secara konsisten, termasuk dalam menangani keluhan pelanggan. Ketiga, bukti fisik seperti fasilitas yang bersih dan nyaman mendukung citra profesional dan kepuasan pelanggan.

Standar pelayanan A6 dan budaya 5S mengarahkan perilaku frontliner untuk memberikan pengalaman interaksi yang baik. Keluhan nasabah dijawab dengan penuh empati dan edukatif, tetapi ada masalah dengan aplikasi digital. Nasabah berharap ada peningkatan jumlah *customer service* dan *teller* serta layanan digital. Inisiatif pelatihan lebih lanjut dan

komitmen manajemen menunjukkan kesadaran akan pentingnya peningkatan kualitas layanan. Secara keseluruhan, penerapan layanan unggul sudah baik, namun perlu perbaikan di sektor digital dan pelayanan langsung. Pendekatan ini menggambarkan profesionalisme dan integritas spiritual, yang penting untuk membangun loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan mengenai Efektivitas *Service excellent* dalam Meningkatkan *Customer Based* (Studi kasus Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Hasyim Ashari), dapat disimpulkan bahwa Implementasi *service excellent* di BSI KC Tangerang Hasyim Ashari telah dilakukan secara sistematis melalui pendekatan strategis yang mencakup tiga aspek utama: *people*, *process*, dan *physical*. Karyawan frontliner dilatih secara rutin dengan pendekatan berbasis nilai-nilai Islam seperti shidiq, amanah, fathanah, dan tabligh. Standar pelayanan mengacu pada prinsip A6 (*Ability, Attitude, Appearance, Attention, Action*). Meskipun pelayanan langsung dinilai sangat baik, tantangan masih muncul dalam aspek digital banking yang belum sepenuhnya optimal.

Service excellent terbukti efektif dalam meningkatkan *customer based* di BSI KC Tangerang Hasyim Ashari selama periode 2021–2024. Indikator utamanya adalah pertumbuhan jumlah rekening baru di BSI KC Tangerang Hasyim Ashari terus meningkat, mencapai total 40.335. Nasabah juga bertambah menjadi 34.247 orang, menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan BSI. Kepuasan nasabah lama terjaga, dan tingginya tingkat rekomendasi (*word of mouth*) sehingga membantu menarik lebih banyak nasabah. Pelayanan yang cepat, ramah, dan solutif menciptakan pengalaman positif yang mendorong retensi dan akuisisi nasabah baru. Evaluasi internal melalui CSS dan aplikasi kinerja menunjukkan bahwa pelayanan unggul berdampak langsung pada kepuasan dan loyalitas. Dimensi *SERVQUAL* (*RATER: Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*) telah diterapkan secara konsisten, meskipun peningkatan pada aspek digitalisasi dan efisiensi layanan tetap diperlukan agar daya saing terhadap bank konvensional semakin kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nurwidiyastuti, dkk. "Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan (Studi Kasus PT. Ekspedisi Pada Jaya Kota Tangerang)." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, Vol. 4 No. 1 (2024): 2999-3007.
- Dwiyanti, Nurul Fadila, Desy Ramadania, dan Imam Ahmad Dafi. "Analisis Penerapan Punishment dan Reward Terhadap Kinerja Karyawan Japri Corp Tasikmalaya." *Jurnal Ekonomak*, Vol. 10 No. 2 (Agustus 2024): 2-3.
- Kristianti, Dewi Sukma. "Integrasi Prinsip Syariah dalam Fungsi Intermediasi Lembaga Keuangan Syariah." *Undang: Jurnal Hukum*, Vol. 3 No. 2 (2020): 315-339.
- Putri, Vera Eka Diana dan Meirinawati. "Analisis Pelayanan Prima (Excellent Service) Pada Nasabah Di Bank Jatim Cabang Sampang." *Jurnal Publika*, Vol. 11 No. 3 (2023): 2273-2282.
- Rukmanasari, Ita. "Analisis Strategi Bank Syariah Dalam Meningkatkan Market Share Ditengah

Eksistensi Bank Konvensional Pada Era Digital." *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, Vol. 9 No. 02 (2024): 296-303.

Subawa, G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen*, 9(2), 718-736.

Umatin, Choiru, dkk. "Urgensi Mutu Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah." *Wadiah: Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 8 No. 2 (2024): 324-345.

Wijayanti, Kiki Arsi, Muhammad Izza, dan Muhammad Izzat Firdausi. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Bank Mandiri." *Jurnal Sahmiyya*, Vol. 2 No. 2 (2023): 409-410.

Sumber Wawancara

Fani (Nasabah). *Wawancara Pribadi*. Tangerang, 16 Agustus 2025.

Gita, Ratu Nur (Karyawan Frontliner). *Wawancara Pribadi*. Tangerang, 25 Agustus 2025.

Nurhayati (Nasabah). *Wawancara Pribadi*. Tangerang, 22 Agustus 2025.

Pitria (Nasabah). *Wawancara Pribadi*. Tangerang, 28 Agustus 2025.

Saputra, Arya Irfan (Nasabah). *Wawancara Pribadi*. Tangerang, 16 Agustus 2025.

Widayani, Retno Adi (Branch Operations & Service Manager). *Wawancara Pribadi*. Tangerang, 25 Agustus 2025.