

Strategi Bank Syariah Indonesia Mempertahankan Nasabah Melalui *Handling Complaint* Di BSI KCP Purwokerto

Sulasih¹, Anggita istry Intansari², Weni Novandari³

^{1,2} Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri, Purwokerto, Indonesia

³ Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Indonesia

Email: sulasih@gmail.com¹, [Anggita istry Intansari@gmail.com](mailto:Anggita_istry_Intansari@gmail.com)², weni.novandari@unsoed.ac.id³

Article History:

Received: 27-07-2024

Accepted: 20-08-2024

Publication: 27-08-2024

Abstract: *Customer Service is a very important aspect in the banking world. Therefore, banks must focus on providing services to customers. Because good service is a bank's strategy to retain its customers. This study aims to describe the Strategy of Bank Syariah Indonesia to Retain Customers Through Handling Complaints at BSI KCP Purwokerto through the role of customer service in handling complaints in order to retain customers. The type of field research with a qualitative descriptive approach. Data collection techniques consist of observation, interviews, and documentation. This study uses data collection methods, data reduction, data presentation, and drawing conclusions as data analysis techniques. The results of this study indicate that customer service plays a very important role. The role of customer service in handling complaints is as a channel for problem information and solution services. To retain customers, customer service must provide friendly service, approach, and really look for solutions and alternatives to solve problems that occur so that customers feel comfortable and satisfied. So that it can retain customers, both new and old customers*

Keywords : *Customer Service, Handling Complaintt, Retaining Customers*

PENDAHULUAN

Perbankan memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi di dunia modern. Jasa bank selalu diperlukan di hampir semua industri yang berkaitan dengan keuangan (Faidatur, 2022). Bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang masalah dana yang terpercaya, dalam hal ini adalah sebagai penghubung keuangan (*financial intermediate*) antara penabung dan peminjam. Namun, dalam industri perbankan adalah suatu entitas yang diidentifikasi secara terpisah yang pada hakikatnya bersifat tak terlab, seperti pemenuhan kebutuhan, dan tidak terikat pada penjualan produk. Jenis perbankan terdiri dari bank sentral, bank konvensional, bank syariah dan bank pengkreditan rakyat (Sari, 2022)

Di Indonesia, perkembangan perbankan syariah menunjukkan trend yang positif dan pola perkembangan yang cenderung signifikan. Ini ditunjukkan dengan berdirinya banyak BPRS dan berdirinya beberapa bank konvensional yang membuka cabang syariah, seperti BRI Syariah, BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah, Bank Jateng Syariah, dan BTN Syariah, dan lainnya (Sagita, 2023).

Cite this article as :

Sulasih, S., Intansari, A. isty ., & Novandari, W. Strategi Bank Syariah Indonesia Mempertahankan Nasabah Melalui Handling Complaint Di BSI KCP Purwokerto. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 94–108 . <https://doi.org/10.61231/miftah.v2i2.281>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah (bankbsi.co.id). Penggabungan ketiga bank syariah akan memberikan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih besar. Bank Syariah Indonesia didorong untuk bersaing di tingkat global berkat dukungan dari perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) dan komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN (Ulfa, 2021).

Customer service adalah aspek yang sangat penting dalam dunia perbankan. Sebagai institusi keuangan, bank melayani berbagai macam nasabah dengan beragam kebutuhan. Mulai dari pengelolaan rekening, pinjaman, investasi, hingga layanan perbankan digital. Oleh karena itu, bank harus fokus terhadap memberikan pelayanan kepada nasabah. Pelayanan yang baik adalah strategi bank untuk mempertahankan nasabah. Pelayanan, dan kualitas keamanan pelayanan yang diberikan oleh Bank kepada nasabah dan masyarakat umum dalam kaitannya dengan kegiatan bisnis dan operasional sehari-hari bank dikenal sebagai pelayanan nasabah. Bank harus mempertahankan reputasi yang baik di masyarakat untuk meningkatkan dan mempertahankan kepercayaan nasabah. Citra ini dibangun melalui kualitas pelayanan terhadap produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif (Faidatur, 2022).

Meski pelayanan petugas *customer service* sudah maksimal, terkadang nasabah masih merasa tidak puas sehingga akhirnya memutuskan untuk pindah ke Bank lain. Banyak hal yang menyebabkan nasabah beralih ke bank lain. Untuk itu Bank berupaya untuk memberikan pelayanan kepada nasabahnya, yaitu melalui *handling complaint* yang dilakukan oleh petugas *customer service*. Bank memahami dan selalu menekankan kepada seluruh karyawan, khususnya *customer service*, bahwa *handling complaint* adalah salah satu bentuk perhatian untuk menunjukkan bahwa mereka memperhatikan nasabah dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan nasabah (Yanto, 2011).

Seorang *customer service* mampu menyelesaikan permasalahan dan *complaint* nasabah, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi Bank dengan detail. Cara *customer service* dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sesungguhnya sikap Bank dalam memberikan pelayanan pada nasabah. Pelayanan nasabah bermutu hanya bisa dipahami dari sudut pandang nasabah, yaitu nasabah cenderung memberikan penilaian terhadap tingkat pelayanan dari dua dimensi yaitu, *Procedul* yaitu mencakup sistem dan prosedur yang telah tertata guna menyampaikan produk dan pelayanan. Yang kedua pribadi yaitu berhubungan dengan bagaimana penyedia pelayanan dalam menggunakan sikap, perilaku, dan kemampuan lisan dalam berinteraksi dengan pelanggan. Agar pelayanan yang diberikan berjalan dengan baik, maka interaksi antara nasabah dan *customer service* harus berjalan dengan baik. Perlu diingat juga bahwa dalam memberikan pelayanan *customer service* selalu dituntut agar dapat memuaskan nasabah sesuai dengan SOP (Sari, 2022).

Menurut (Sari, 2022) *Handling complaint* adalah ekspresi perasaan ketidakpuasan atas standar pelayanan, tindakan atau tiadanya tindakan aparat pelayanan yang berpengaruh kepada para pelanggan. Sedangkan menurut (Herdiansyah, 2022) *Handling complaint* atau penanganan keluhan merupakan upaya dalam memberikan solusi terhadap *feedback* kurang baik dari pelanggan yang merasa tidak puas terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh *customer service*. Penanganan keluhan nasabah atau biasa disebut *handling complaint* adalah layanan yang diberikan perusahaan kepada nasabah. Penanganan pengaduan digunakan sebagai tolak ukur untuk mengukur kinerja perusahaan. Pelanggan yang puas dengan penanganan pengaduan tetap loyal kepada perusahaan dan memastikan tidak beralih ke Bank lain. Ketika pelanggan mendapatkan pelayanan tidak sesuai dengan harapannya, maka pelanggan akan mengeluhkan pelayanan tersebut (Fatmawati, 2021).

Handling complaint sendiri memiliki manfaat bagi bank yaitu, perusahaan akan semakin tahu kelemahan atau kekurangan dalam memberikan pelayanan dan tahu dimana letak pelayanan yang harus di perbaiki, sebagai alat intropeksi bagi bank untuk selalu mendengarkan keluhan nasabah, mempermudah bank untuk meningkatkan mutu pelayanan, dapat meningkatkan rasa percaya dan kesetiaan nasabah kepada bank, dan penanganan *complaint* yang baik dan benar akan meningkatkan loyalitas nasabah (Marfuah, 2018). Untuk dapat meningkatkan performa yang lebih baik menurut Kotler dan Keller bank dapat meningkatkan pelayanannya yaitu dengan memberikan kepuasan terhadap nasabah dengan cara memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan nasabah, hal itu menjadi salah satu kunci untuk memenangkan persaingan. Hal tersebut pula yang mendorong bank syariah Indonesia khususnya BSI KCP Purwokerto Karangobar agar selalu memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas guna menciptakan kepuasan nasabah untuk mendapatkan nasabah yang loyal di situasi persaingan yang semakin ketat (Sagita, 2023).

BSI KCP Purwokerto Karangobar merupakan kantor cabang pembantu yang terletak di Karangobar Purwokerto. Setelah melakukan observasi pendahuluan dengan pihak BSI Karangobar yaitu *customer service*, BSI KCP Purwokerto Karangobar memiliki nasabah kurang lebih 60.000 nasabah. Dan setiap tahunnya nasabahnya selalu bertambah. *complaint* sendiri yang sering terjadi di BSI KCP Purwokerto Karangobar yaitu penarikan tunai tetapi uang tidak keluar, setor tunai tetapi uang tidak masuk, ATM tertelan, pembelian pulsa melalui BSI *Mobile* tidak masuk. Tentunya nasabah tersebut menyampaikannya kepada *customer service* tentang gangguan yang dialami dan *customer service* pula yang akan menangani pengaduan atau keluhan yang di sampaikan oleh nasabah

Berdasarkan data jumlah *complaint* pada BSI KCP Purwokerto Karangobar dari tahun 2021-2023 mengalami penurunan. Oleh karena itu, apabila ada nasabah yang mengalami kesulitan atau masalah kaitannya dengan produk, operasional bank ataupun nasabah mengeluhkan tentang pelayanan bank yang kurang berkenan, nasabah pertama kali akan menyampaikannya kepada *customer service* dan

Cite this article as :

Sulasih, S., Intansari, A. I., & Novandari, W. Strategi Bank Syariah Indonesia Mempertahankan Nasabah Melalui Handling Complaint Di BSI KCP Purwokerto. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 94–108 . <https://doi.org/10.61231/miftah.v2i2.281>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

tentunya *customer service* pula yang akan mencoba untuk menangani keluhan yang disampaikan oleh nasabah. Menurut (Ismail, 2014) untuk mempertahankan nasabah lama dan menarik nasabah baru yaitu dilihat dari kepuasan nasabah pada pelayanan. Jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah adalah pelayanan yang terbaik dan mampu memberikan kepuasan optimal bagi nasabah, maka hal tersebut akan berpengaruh positif terhadap kinerja usahanya. Apabila kepuasan nasabah meningkat maka akan menambah kepercayaan nasabah untuk terus melakukan pengulangan transaksi di Bank yang sama dan diharapkan dapat mempertahankan nasabah lama dan juga dapat mengajak mereka yang belum menjadi nasabah agar menjadi nasabah.

Mempertahankan nasabah berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan (Palandi, dkk. 2022). Dari proses manajemen komplain yang dilakukan oleh *customer service* dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah, maka nasabah akan dapat melihat, merasakan kepuasan dan ketidakpuasan pelayanan yang diberikan. Nasabah juga akan menilai dan memutuskan untuk tetap menjadi nasabah bank tersebut atau tidak, *customer service* harus selalu bersikap baik kepada setiap nasabahnya terlebih kepada nasabah yang membutuhkan informasi ataupun ingin menyampaikan keluhannya.

Penelitian yang berkaitan dengan peran *customer service* dalam *handling complaint* telah banyak dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Siregar (2021) yang menganalisis peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabunga. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari segi pelayanan peran *customer service* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabunga itu sangat penting karena nasabah sangat mengharapkan informasi-informasi yang jelas, *customer service* harus bisa mengetahui produk-produk yang ada di bank tersebut. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Devi (2019) yang menganalisis peran *customer service* dalam manajemen komplain (Studi Kasus Di BNI Syariah KC Purwokerto Banyumas). Hasil penelitian ini menunjukkan *customer service* memiliki peran penting dalam mengelola komplain dari nasabah karena *customer service* menjadi perantara antara Bank dengan nasabah.

METODE

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dalam pengumpulan datanya dilakukan secara langsung dari lokasi penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam penelitian kualitatif manusia adalah sebagai sumber data utama dan hasil penelitiannya berupa kata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya (alamiah). Hal ini sesuai dengan pendapat Denzin dan Lincoln yang mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Moleong, 2005).

Cite this article as :

Sulasih, S., Intansari, A. isty .. & Novandari, W. Strategi Bank Syariah Indonesia Mempertahankan Nasabah Melalui Handling Complaint Di BSI KCP Purwokerto. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 94–108 . <https://doi.org/10.61231/miftah.v2i2.281>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

Creswell (2009) menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial. Pemilihan jenis ini berdasarkan pada pertimbangan guna menjawab masalah-masalah tujuan dari penelitian yakni untuk mengetahui dan mendeskripsikan serta mengetahui peran *customer service* dalam *handling complaint* guna mempertahankan nasabah. Sumber data penelitian kualitatif berupa data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, serta dokumentasi. Teknik analisa data diantaranya *data reduction*, *data display*, *Conclusion Drawing/Verificaton*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Mirwati (2019) *Customer service* adalah seorang komunikator dengan cara memberikan segala informasi dan kemudahan kepada nasabah dan juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi antara kepentingan bank dengan kepentingan nasabah. *Customer service* memegang peran sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *customer service* memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. Peranan *customer service* juga merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh suatu perusahaan. Dalam melakukan pelayanan peranan dari *customer service* ini berhubungan langsung dengan pilihan konsumen, maka diperlukan *customer service* yang handal.

Seorang *customer service* itu harus mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan nasabah, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi bank dengan jelas. Cara *customer service* dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sesungguhnya sikap bank tersebut dalam memberikan layanan kepada nasabah. Hal tersebut bisa dilihat dari segi pelayanan *customer service*, pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Seorang *customer service* itu harus bisa melayani nasabah dengan baik, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi bank dengan jelas.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada *customer service* BSI KCP Purwokerto Karangobar, menjelaskan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah itu harus sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) BSI KCP Purwokerto Karangobar, ketika ada nasabah datang *customer service* kemudian mengucapkan salam, mempersilahkan nasabah untuk duduk agar nasabah merasa nyaman saat melakukan transaksi, menanyakan keperluan nasabah, serta melayani nasabah dengan semaksimal mungkin agar nasabah merasa puas dan tidak kecewa dengan pelayan yang diberikan. Karena pelayanan yang baik dari *customer service* akan memberikan dampak positif bagi BSI KCP Purwokerto.

Sebagai seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus dijalankan. *Customer service* harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah. Dalam praktiknya fungsi *customer service* adalah sebagai *receptionis*, sebagai *deskman*, sebagai *salesman*, sebagai *customer relation officer*, sebagai komunikator. Akan tetapi fakta di lapangan banyak nasabah yang mengaku tidak begitu puas dan mempunyai beberapa keluhan, salah satunya di beberapa bank ada *customer service* yang kurang sabar menghadapi nasabah yang belum begitu mengerti bagaimana bertransaksi yang benar di bank. Artinya masih ada *customer service* yang kurang memiliki kesabaran menghadapi nasabah yang kurang mengerti tersebut. Padahal kita tahu tingkat pendidikan nasabah juga berpengaruh untuk sebuah transaksi berjalan lancar atau tidak.

Menurut hasil wawancara, peran *customer service* sebagai penanganan masalah/handling *complain* di BSI KCP Purwokerto Karangobar yaitu penyalur informasi masalah adalah *customer service* BSI KCP Purwokerto Karangobar menerima keluhan dari nasabah, kemudian mencatat/mengadministrasikan, meneruskan, dan memonitor ke-unit kerja terkait, serta menginformasikan penyelesaian keluhan ke nasabah. Selain itu juga bisa langsung ke bsi mobile dan juga bisa ke call center 14040 jadi nasabah bisa tidak perlu datang ke BSI KCP Purwokerto Karangobar tetapi waktu untuk penyelesaian 1-14 hari atau 2 minggu. Untuk penanganan sendiri tetap di tangani langsung oleh *customer service* walaupun tidak datang langsung ke BSI KCP Purwokerto Karangobar. Pelayanan Solusi di BSI KCP Purwokerto Karangobar. Hal lain yang dilakukan *customer service* adalah

1. Menggali kebutuhan nasabah atau calon nasabah
2. Memberikan informasi tentang solusi atau layanan kebutuhan nasabah atau calon nasabah melalui pemberian informasi yang jelas dan tepat sesuai kebutuhan nasabah, pemberian solusi produk atau layanan bank yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
3. Meneruskan kebutuhan kredit atau investasi kepada unit terkait dengan memastikan proses layanan nasabah berjalan baik
4. Memproses layanan bisnis non kredit, baik secara langsung maupun melalui unit lainnya
5. Memproses permintaan produk atau layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah, sesuai dengan service level yang ada atau janji kepada nasabah.
6. Meneruskan dan memastikan proses permintaan produk atau layanan nasabah ke unit terkait sesuai dengan *service level* yang ada atau janji kepada nasabah.
7. Melayani permintaan atau keluhan nasabah dan aktif menginformasikan nasabah atau unit lain mengenai update status atau solusi.
8. Mencarikan alternatif solusi atau melakukan eskalasi atas masalah yang belum bisa diselesaikan serta memastikan bahwa masalah tersebut ditindaklanjuti sampai tuntas.

Cite this article as :

Sulasih, S., Intansari, A. isty ., & Novandari, W. Strategi Bank Syariah Indonesia Mempertahankan Nasabah Melalui Handling Complaint Di BSI KCP Purwokerto. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 94–108 . <https://doi.org/10.61231/miftah.v2i2.281>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

9. Membuat referensi dan konfirmasi saldo berdasarkan permohonan dari nasabah. Tetapi ada beberapa masalah yang tidak bisa *customer service* memberikan solusi secara langsung atau hanya sebagai penyalur informasi masalah karena permasalahan tersebut diluar kapasitas menjadi *customer service*, seperti penipuan (nasabah transfer dari BSI ke Bank lain), nasabah gagal transfer, nasabah setor tunai tetapi uang tidak masuk saldo rekening, nasabah melakukan penarikan uang tetapi uang tidak keluar dan saldo terpotong. Seperti permasalahan diatas yang bisa memberikan solusi dan menyelesaikan permasalahan tersebut yaitu dari sistemnya BSI atau dari kantor pusat BSI. Seperti yang diucapkan oleh Mas Alif selaku *customer service* BSI KCP Purwokerto Karangobar beliau mengatakan “*sebenarnya kita hanya sebagai penyalur aja sih mba, jadikan di cs kita yang pertama mendengarkan keluhan nasabah diluar dari mendengarkan keluhan nasabah kita juga harus memberikan solusi. Kalau memang bisa langsung dikasih jawaban ya kita kasih solusi. Cuma ada beberapa yang harus diselesaikan dari bank ke bank jadi kaya misalnya ada yang gagal transfer cs hanya sebagai penyalur saja dan nanti yang tetap menyelesaikan dari sistem BSI dari kantor pusat BSI kalau kita mengenal itu CHSM (complaint handling sistem manajemen).*

Acuan *Customer Service* Dalam *Handling Complaint* Di BSI KCP Purwokerto Karangobar Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) dalam jurnal Lupitasari (2020) No.10/10/PBI/2008 tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia No.7/7/PBI/2005 tentang “Penyelesaian Pengaduan Nasabah” setiap *complaint* (pengaduan) yang disampaikan oleh nasabah harus dilakukan tindak lanjut untuk di carikan solusi atau jalan keluar yang terbaik dari permasalahannya. Menurut hasil wawancara cara penanganan *handling complaint* di BSI KCP Purwokerto Karangobar memegang 5 hal yang disingkat dengan DETIK yaitu Dengarkan, Empati, Tenangkan diri, Identifikasi, Komitmen dengan penjelasan dibawah ini :

1. Dengarkan, *Customer service* BSI KCP Purwokerto Karangobar mendengarkan secara seksama keluhan yang diajukan oleh nasabah tersebut agar memahami secara detail persoalan atau permasalahan yang sedang dihadapi oleh nasabah tersebut. Mendengarkan terlebih dahulu apa saja keluhan-keluhanyang sedang dihadapi oleh nasabah. Jangan memotong pembicaraan nasabah biarkan nasabah mengutarakan apa yang sedang menjadi permasalahannya

2. Empati, Empati merupakan suatu hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan, karena dengan memiliki rasa empati yang tinggi dapat merasakan apa yang dirasakan oleh nasabah. Empati dapat ditunjukkan dengan menyediakan lebih banyak waktu untuk mendengarkan keluhannya. Memberikan perhatian dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah. *Customer service* BSI KCP Purwokerto Karangobar akan menunjukkan rasa empati dengan mendengarkan seluruh komplain nasabah dan memvalidasi perasaan yang sedang dirasakan / ikut merasakan apa yang dirasakan oleh nasabah. Dalam pandangan nasabah, sikap *customer*

service yang memberikan perhatian dengan menjalin hubungan secara interaktif (terus menerus) kepada nasabah membuat nasabah merasa lebih dihargai dan merasakan adanya kedekatan antara nasabah dengan *customer service*.

3. Tenangkan Diri , Tenangkan diri yang dimaksud dalam menangani nasabah yaitu menenangkan nasabah perihal masalah yang sedang dihadapi. Contohnya *customer service* bisa menenangkan nasabah dengan berbicara yang baik apabila *customer service* bisa memberikan solusi terhadap masalah yang sedang dihadapinya. Apabila *customer service* tidak bisa memberikan solusi maka *customer service* akan membantu menjadi penyalur informasi masalah keatasan/pihak pusat BSI.

4. Identifikasi Yaitu mengidentifikasi terlebih dahulu karena belum mengetahui kesalahannya dari mana. Dengan cara *customer service* BSI KCP Purwokerto Karangobar mencari tahu dan membicarakan kepada atasan, permasalahan tersebut itu dari pihak sistemnya atau kesalahan dari nasabah itu sendiri.

5. Komitmen , Komitmen yang dimaksud yaitu ketika *customer service* sudah mencari tahu dan sudah membicarakan dengan atasan/pusat BSI tentang permasalahan tersebut *customer service* bisa berbicara lagi dengan nasabah, jika memang benar permasalahan dari sistem BSI maka *customer service* akan membantu untuk pengaduan pada sistem BSI dan meminta nasabah untuk mengisi form formulir terlebih dahulu. Seperti halnya yang diucapkan oleh mas Alif selaku *customer service* BSI KCP Purwokerto Karangobar yaitu “ketika saya sudah mengidentifikasi dengan bertemu atasan, saya kembali lagi menemui nasabah dan saya memberi tahu dari awal sampai akhir memang betul kesalahan tersebut dari sistem kita, kemudian saya membantu untuk pengaduan ke sistem dan saya meminta nasabah untuk mengisi formulir seperti itu mba”

Menurut KBBI mempertahankan merupakan sebuah upaya untuk terus mengusahakan supaya tetap dan atau tidak berubah dari keadaan semula. Dalam hal ini, mempertahankan nasabah merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh bank untuk terus menjaga keadaan nasabah agar tetap sama atau tidak berubah dari keadaan sebelumnya. Menurut hasil wawancara cara *customer service* untuk mempertahankan nasabah, *customer service* harus bekerja dengan baik seperti melakukan pelayanan yang ramah terhadap nasabah, melakukan pendekatan pada nasabah, benar-benar mencari solusi dan alternatif untuk menyelesaikan nasabah-nasabah yang complaint tentang permasalahan yang terjadi pada sistem supaya nasabah merasa nyaman dan puas dalam pekerjaan *customer service*. Sehingga dapat mempertahankan nasabah baik itu nasabah baru maupun lama. Karena menurut *customer service* setiap permasalahan yang terjadi baik pada sistem maupun pelayanan pasti ada solusinya, tergantung bagaimana effort dari *customer service*.

Selain untuk membina atau melayani nasabah baru seorang *customer service* juga mempunyai tugas untuk mempertahankan nasabah lama karena seorang nasabah sangatlah penting untuk

menumbuhkan citra baik pada BSI KCP Purwokerto Karangobar. Mempertahankan nasabah lama untuk tetap setia menjadi nasabah merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap customer service, karena customer service merupakan pegawai Bank yang berinteraksi langsung dengan nasabah sejak awal kali nasabah pembukaan rekening, yakni salah satunya dengan selalu bersikap baik dengan nasabah. Selain mempertahankan nasabah lama customer service BSI KCP Purwokerto Karangobar juga berusaha untuk mendapatkan nasabah baru. Berikut beberapa upaya yang dilakukan oleh customer service BSI KCP Purwokerto Karangobar untuk mempertahankan nasabah :

1. Cepat Tanggap

Daya tanggap pelanggan didefinisikan sebagai keinginan pekerja untuk membantu pelanggan, melakukan layanan tepat waktu, dan mendengarkan kekhawatiran dari konsumen. Untuk mencegah kerusakan citra publik perusahaan, penting untuk segera menanggapi setiap informasi yang tidak menguntungkan atau salah yang telah diposting untuk meyakinkan konsumen dan memberi mereka informasi yang lebih akurat dan terkini. Menurut hasil wawancara yang dilakukan pada *customer service* BSI KCP Purwokerto Karangobar, *customer service* mengatakan “*CS itu harus cepat tanggap mba dalam melayani nasabah baik mengenai informasi, kebutuhan, atau complain yang diajukan nasabah*”. Ketika *customer service* tanggap dalam menghadapi nasabah maka permasalahan yang ada akan cepat terselesaikan dan nasabah akan merasa jika kinerja yang dilakukan oleh *customer service* itu bagus. Dan nasabah akan merasa aman jika terjadi permasalahan *customer service* cepat tanggap dalam menghadapinya.

2. Dapat Dipercaya

Kepercayaan dibutuhkan ketika informasi sedang disampaikan karena digunakan untuk pertumbuhan bisnis dan daya tarik nasabah melalui peningkatan kepercayaan, informasi juga harus memenuhi kriteria terbaru. *Customer service* yang dapat dipercaya akan meningkatkan minat konsumen terhadap layanan perbankan karena akan meningkatkan kepercayaan *customer service* dalam melayani nasabah. Seperti hasil wawancara pada *customer service* BSI KCP Purwokerto Karangobar, menjadi *customer service* itu harus bisa dipercaya seperti menjaga data kerahasiaan nasabah contohnya seperti pin yang menjadi salah satu kunci melakukan transaksi di ATM maupun *mobile banking*. Dengan demikian *customer service* dapat menjaga kredibilitasnya dalam melakukan pelayanan kepada nasabah. Selain itu juga *customer service* harus mampu menjaga kerahasiaan data nasabah yang nantinya akan berdampak pada nasabah yang merasa puas dengan pihak *customer service* yang dapat dipercaya.

3. Kontribusi

Pikiran dan jiwa adalah komponen penting dari kinerja karyawan karena mereka menentukan apakah nasabah perusahaan mendapatkan layanan terbaik atau tidak dengan mendorong karyawan untuk memberikan kontribusi yang baik melalui pikiran dan tindakan mereka. Dalam hal memberikan layanan, setiap *customer service* membuat perbedaan yang signifikan bagi bank. *Customer service* sangat penting untuk setiap pelayanan kepada nasabah. Menurut yang disampaikan oleh *customer service* BSI KCP Purwokerto Karangobar kontribusinya pada perusahaan bahwa dia meningkatkan kualitas diri secara berkala dalam hal pengetahuan, kemampuan komunikasi yang lebih baik lagi, tata cara pelayanan atau penanganan keluhan nasabah yang sesuai dengan prosedur pelayanan perusahaan, juga melayani nasabah sebaik mungkin sehingga nasabah tersebut merasa nyaman selama proses pelayanan atau penanganan keluhan berlangsung. Semua kontribusi, sekecil apa pun, akan berpengaruh pada kesuksesan perusahaan secara keseluruhan. Akibatnya, sikap yang baik saat melayani nasabah adalah cara lain untuk memberikan kontribusi.

4. Kejujuran

Bagi perusahaan yang transaksinya berhadapan langsung dengan masyarakat maka kejujuran merupakan hal yang sangatlah penting, karena hal ini yang akan menentukan nasabah percaya atau tidaknya melakukan transaksi di bank tersebut. Kejujuran juga diperlukan dalam hal mengikuti semua peraturan dan jujur tentang perkiraan waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan pekerjaan. Seperti yang dikatakan oleh *customer service* BSI KCP Purwokerto Karangobar “*kejujuran itu juga penting mba seperti contoh sederhananya ketika menyelesaikan complaint nasabah kita juga harus memberi ahu lamanya proses penyelesaian complaint. Agar nasabah tetap puas dengan pelayanan dari kami mba*”. Semua kejujuran *customer service* bertujuan untuk membuat nasabah senang sehingga keuntungan perusahaan dapat meningkat. Selain itu, nasabah perlu merasa aman dan terlindungi saat bertransaksi. Dalam proses penyampaian informasi, maka informasi yang disampaikan tersebut harus benar dan tepat, sehingga tidak membuat nasabah bingung yang nantinya akan berakibat terjadi masalah atau kendala yang tidak diinginkan ketika proses transaksi berlangsung.

5. Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan pelayanan yang memenuhi standar kualitas sesuatu yang sesuai dengan harapan dan kepuasan nasabah. Berikut adalah bentuk dari pelayanan prima yang diberikan oleh *customer service* melalui wawancara yang disampaikan oleh *customer service* BSI KCP Purwokerto Karangobar yaitu Pelayanan prima adalah pelayanan yang maksimal, pelayanan yang cepat, seta pelayanan yang memberikan nasabah mendapatkan informasi yang memuaskan, bentuk pelayanan yang *customer service* berikan kepada nasabah seperti memproses dengan cepat kebutuhan maupun komplain yang diajukan oleh nasabah, berkomunikasi dengan baik, bersikap ramah-tamah, sopan juga lembut

dalam bertutur kata. Selain melakukan upaya tersebut *customer service* BSI KCP Purwokerto Karangobar juga dalam menangani keluhan berpedoman kepada Standar Operasional Prosedur (SOP) layanan. Karena Ketika mengikuti prosedur layanan yang berlaku maka memudahkan dalam menjalankan tugas dan pekerjaan dengan mutu kerja yang lebih produktif.

Adapun Standar Operasional Prosedur (SOP) layanan yang dilakukan oleh BSI KCP Purwokerto Karangobar sebagai berikut :

1. Melakukan First Greeting, *Customer service* mengawali layanan dengan 5S yaitu senyum, salam, sapa, sopan, dan santun. Karena dengan memberikan layanan 5S tersebut nasabah akan merasa nyaman, dan diperhatikan oleh *customer service*. Dan nasabah juga akan menyampaikan keluhannya dengan rasa nyaman dan tidak sungkan.
2. Analisa Kasus, Setelah mendengarkan keluhan nasabah kemudian *customer service* menganalisa dan menginvestigasi permasalahan nasabah. Setelah diketahui masalahnya kemudian *customer service* memberikan Solusi terbaik kepada nasabah dengan meyakinkan bahwa permasalahan yang terjadi bisa ditangani dengan cepat dan tepat.
3. Penjelasan Proses, Biaya, dan Syarat, *Customer service* menjelaskan kepada nasabah mengenai proses, biaya dan syarat yang dibutuhkan dalam menangani kasus yang terjadi. Itu semua tergantung dengan permasalahan yang sedang terjadi.
4. Pengisian Formulir Aplikasi Keluhan, Setelah verifikasi dilakukan *customer service* meminta kepada nasabah untuk mengisi formulir aplikasi pengaduan, yang dilanjutkan mengkonfirmasi kembali isi formulir aplikasi tersebut
5. Input Data, setelah data nasabah diperiksa ulang dan dirasa sudah terpenuhi, maka data akan dimasukan oleh *customer service* ke aplikasi pengaduan *complaint*. Setelah diinput lalu proses pengaduan *complaint* akan diproses maksimal 14 hari kerja.
6. *Cross Selling* dilakukan ketika dirasa nasabah sudah merasa tenang, maka *customer service* bisa menawarkan bantuan kepada nasabah.
7. Melakukan Last Greeting, yaitu proses terakhir yang dilakukan oleh *customer service* dengan mengucapkan terimakasih kepada nasabah

Maka dari hasil penelitian, *customer service* BSI KCP Purwokerto Karangobar dapat memberikan pelayanan dengan baik dan maximal kepada nasabah, sehingga nasabah betul-betul merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *customer service* BSI KCP Purwokerto. Karena kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan membuat nasabah tetap bertahan dan akan mendapat nasabah baru. Seperti hasil wawancara dengan *customer service* BSI KCP Purwokerto

Cite this article as :

Sulasih, S., Intansari, A. isty ., & Novandari, W. Strategi Bank Syariah Indonesia Mempertahankan Nasabah Melalui Handling Complaint Di BSI KCP Purwokerto. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 94–108 . <https://doi.org/10.61231/miftah.v2i2.281>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

Karangobar yaitu mas Alif beliau mengatakan “*Alhamdulillah setiap tahunnya disini nasabah selalu bertambah mba*”.

KESIMPULAN

Customer service BSI KCP Purwokerto Karangobar memegang peran yang sangat penting. Peran *customer service* sebagai penanganan *handling complain* di BSI KCP Purwokerto Karangobar yaitu penyalur informasi masalah dan pelayanan solusi. Penyalur informasi masalah yaitu *customer service* menerima keluhan dari nasabah, kemudian mencatat atau mengadministrasikan, meneruskan, dan memonitor ke-unit kerja terkait, serta menginformasikan penyelesaian keluhan ke nasabah. Selain itu juga bisa langsung ke bsi mobile dan juga bisa ke call center 14040 jadi nasabah bisa tidak perlu datang ke BSI KCP Purwokerto Karangobar tetapi waktu untuk penyelesaian 1-14 hari atau 2 minggu. Dan pelayanan solusi yaitu *customer service* mencari alternatif solusi atau melakukan eskalasi atas masalah yang belum bisa diselesaikan serta memastikan bahwa masalah tersebut ditindaklanjuti sampai tuntas.

Untuk bentuk-bentuk *complaint* sendiri yang sering terjadi atau yang sering diadukan oleh nasabah di BSI KCP Purwokerto Karangobar yaitu penarikan tunai tetapi uang tidak keluar, setor tunai tetapi uang tidak masuk, ATM tertelan, dan pembelian pulsa di BSI Mobile tetapi tidak masuk. Untuk cara penanganan *handling complaint* di BSI KCP Purwokerto Karangobar memegang 5 hal yang disingkat dengan DETIK yaitu Dengarkan, Empati, Tenangkan diri, Identifikasi, Komitmen. Untuk mempertahankan nasabah, *customer service* harus melakukan pelayanan yang ramah terhadap nasabah, melakukan pendekatan pada nasabah, benar-benar mencari solusi dan alternatif untuk menyelesaikan nasabah yang *complaint* tentang permasalahan yang terjadi supaya nasabah merasa nyaman dan puas. Sehingga dapat mempertahankan nasabah baik itu nasabah baru maupun lama. Upaya yang dilakukan oleh BSI KCP Purwokerto Karangobar untuk mempertahankan nasabah yaitu cepat tanggap, dapat dipercaya, kontribusi, kejujuran, dan pelayanan prima.

Beberapa Saran dari penelitian ini, diharapkan *customer service* pada BSI KCP Purwokerto Karangobar dapat mempertahankan pelayanan yang diberikan kepada nasabah sehingga dapat mempertahankan nasabah lama dan dapat menarik nasabah baru. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian terkait tema yang serupa, dapat memperhatikan dan menggali lebih mendalam bagaimana peran *customer service* dalam *handling complaint* guna mempertahankan nasabah. Oleh karena itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan metode kuantitatif sehingga dapat dikembangkan.

Cite this article as :

Sulasih, S., Intansari, A. isty .. & Novandari, W. Strategi Bank Syariah Indonesia Mempertahankan Nasabah Melalui Handling Complaint Di BSI KCP Purwokerto. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 94–108 . <https://doi.org/10.61231/miftah.v2i2.281>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hamid, M. K. Z. (2019). Implementasi Etika Bisnis dalam Pemasaran Produk Bank Syariah. *Jurnal Balanca*, 1(1), 17.
- Amin, F., Hasan, A., & Court, S. (2018). *ETIKA BISNIS AL-GHAZALÍ. March*.
- Ascarya. (2008). *Akad dan Produk Perbankan Syariah*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Auly Salzabilla Suherlan, C., Mu'nisah Anggraeni, N., Vania Zhafira, A., & Sri Susilawati, P. (2022). Penerapan Etika Pemasaran Bisnis Syariah Dalam Melaksanakan Bisnis Online Shop yang Sesuai dengan Syariat Islam. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1037–1044. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1474>
- Darmawati. (2013). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam : Eksplorasi Prinsip Etis Al Qur'an Dan Sunnah. *Jurnal Pemikiran Hukum Islam: Mazahib*, 11(1), 63.
- Dr. Redi Panuju, M. S. (2019). *Komunikasi Pemasaran Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. 15.
- Fahmi, I. (2014). *Etika Bisnis* (Issue January).
- Fuadi, A. (2013). Etika Bisnis dan Upaya Membangun Budaya Berbisnis yang Islami. *Az Zarga'*, 5(2), 81–94. <https://www.mendeley.com/catalogue/3994d9d9-1cf8-3786-424d7e3b712d/>
- Hamid, A., & Zubair, M. K. (2019). ImpHamid, A., & Zubair, M. K. (2019). Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 16–34. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1037> Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 16–34.
- Hariyanah, N. (2021). Segmentasi Pasar Dalam Komunikasi Pemasaran Islam. *Jurnal Al- Hikmah*, 19(2), 127–138.
- Haurissa, L. J., & Praptiningsih, M. (2014). Analisis Penerapan Etika Bisnis Pada Pt Maju Jaya Di Pare – Jawa Timur. *Agora*, 2(2), 1425–1433. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/2526/2284>
- Iqbal, M. (2019). *KSPPS BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto*. <http://danamentaripurwokerto.blogspot.com/2016/09/bmt-dana-mentari-muhammadiyah-purwokerto.html>
- Jamil, N. A., Kurnia, A. D., & Jalaludin, J. (2020). Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 4(1), 82–94. <https://doi.org/10.37726/ee.v4i1.101>
- Luluk Lutfiyatul Inayah. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Budaya Kerja Karyawan di BMT UAS Senori Kabupaten Tuban. *Journal Of Islamic Banking*, 2.

Cite this article as :

Sulasih, S., Intansari, A. isty ., & Novandari, W. Strategi Bank Syariah Indonesia Mempertahankan Nasabah Melalui Handling Complaint Di BSI KCP Purwokerto. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 94–108 . <https://doi.org/10.61231/miftah.v2i2.281>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 40–46.
- Mujiono, S. (2017). Eksistensi Lembaga Keuangan Mikro: Cikal Bakal Lahirnya Bmt Di Indonesia. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2(2), 207–215.
- National, G., & Pillars, H. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July). <https://www.researchgate.net/publication/342644678>
- Putritama, A. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19356>
- Rivai, V. (2012). *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Mrketing Rasulullah SAW*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rozhania, Z. N., Nawawi, K., & Gustiawati, S. (2021). Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi pada Almeera Moslem Store Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 129–140. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.653>
- Sharia Economics Forum Universitas Gadjah Mada. (2018). *SEKILAS EKIS : Konseptualisasi Etika Bisnis oleh Al Ghazali*. Sharia Economics Forum Universitas Gadjah Mada. <https://sef.feb.ugm.ac.id/konseptualisasietbis/>
- Srisusilawati, P. (2017). Kajian Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Jasa Perbankan. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 1–18. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.1993>
- Stikubank, U. (2010). Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Islam Sri Nawatmi. *Fokus Ekonomi (FE)*, 9(1), 5058.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (1st ed.). ALFABETA.
- Suma, M. A. (2008). *Menggali Akar Menggali Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*. 292.
- Susminingsih. (2020). Etika Bisnis Islam. In *PT. Nasya Expanding Management*.
- Toriquddin, M. (2015). Etika Pemasaran Perspektifal-Qur'an dan Relevansinya dalam Perbankan Syari'ah. *De Jure: Jurnal Hukum Dan Syar'iah*, 7(2), 116–125. <https://doi.org/10.18860/j-fsh.v7i2.3518>
- Umah, K. A. (2021). Analisis Strategi Penerapan Pemhaman Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Kinerja Karyawan Pada BMT Bina Insan Mandiri (BIM) Tuban. *Jurnal Perbankan Syariah*, 01, 17.
- Umah, K. A., Hidayatul, I. N., & ... (2021). Analisis Strategi Penerapan Pemahaman Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Kinerja Karyawan Pada Bmt Bina Insan Mandiri (Bima) *Journal Islamic*, 17–21. <http://ejournal.iainutuban.ac.id/index.php/JIB/article/view/229%0Ahttp://ejournal.iainutuban.a.id/index.php/JIB/article/download/229/277>

Cite this article as :

Sulasih, S., Intansari, A. isty ., & Novandari, W. Strategi Bank Syariah Indonesia Mempertahankan Nasabah Melalui Handling Complaint Di BSI KCP Purwokerto. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 94–108 . <https://doi.org/10.61231/miftah.v2i2.281>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2021). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141–154. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>

Widyastuti, S. (2018). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu: Solusi Menembus Hati Pelanggan. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952